

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97)

Agus Dwi Cahya¹, Rizky Andrian², Renita Carla Ramadhani³, Erni Dwijayanti⁴

^{1,2,3,4} Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
email: agusdc@ustjogja.ac.id

Received: 15 Mei 2021; Accepted: 17 Juni 2021; Published: 25 Juni 2021

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian UMKM Roti Bakar 97. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independen adalah pengaruh kualitas pelayanan dan harga. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli produk UMKM Roti Bakar 97. Data primer diperoleh dari kuisioner dari 58 responden dengan *purposive sampling*. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian pada uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai signifikansi sebesar $0,169 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,395 < t$ tabel 2,004; variabel harga (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai signifikansi $0,173 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,381 < t$ tabel 2,004. Berdasarkan hasil uji F kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Keputusan Pembelian.

Abstract

The purpose of this study is to find out the influence of service quality and price on the decision to purchase UMKM Roti Bakar 97. The variables used in this study were purchase decision variables as dependent variables, while independent variables were the influence of service quality and price. This type of research is descriptive research with quantitative approach. The subject of the study was consumers who had purchased UMKM Roti Bakar 97 products. Primary data was obtained from questionnaires from 58 respondents with purposive sampling. Then the data is analyzed using multiple linear regression analysis. The results of the study on the t test showed that the variable quality of service (X1) had no significant effect on the purchase decision (Y) with a significance value of $0.169 > 0.05$ and a calculated t value of $1,395 < t$ table 2,004; price variable (X2) has no effect on the purchase decision variable (Y) with a significance value of $0.173 > 0.05$ and a calculated t value of $1,381 < t$ table of 2,004. Based on the test results F

service quality and price simultaneously influenced the purchase decision indicated by the significance value of $0.00 < 0.05$.

Keywords: Price; Purchasing Decision; Service Quality

PENDAHULUAN

Pada saat ini di era milenial, banyak para generasi muda yang beraktivitas dan bersemangat mandiri mempunyai hasil atau pendapatan sendiri, sehingga banyak generasi muda berwirausaha, saat ini banyak usaha-usaha kecil yang sering kita jumpai dipinggir jalan seperti jajanan kekinian yang digemari oleh generasi muda seperti Roti dan Minuman. Seperti yang peneliti jumpai dan menjadi topik penelitian yaitu Roti Bakar 97 milik pemuda milenial, bernama Yoga Surya Pradana, beliau memulai bisnis pada tahun 2018 dan hingga sekarang sudah mempunyai 14 *outlet* atau cabang. Roti Bakar 97 menjual produknya dengan target para pelajar juga mahasiswa dengan pemasaran secara *online* maupun *offline* dengan mengandalkan aplikasi transportasi yang sedang gencar digunakan. Perubahan gaya hidup, selera dan tata cara dalam menikmati atau mengkonsumsi makanan pada masyarakat membuat pengusaha ini mencari ide baru mengenai usaha yang dianggap lebih modern dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan varian rasa yang lebih banyak, varian pilihan roti bisa dengan kukus atau bakar, agar lebih diminati dan disukai pelanggan. Roti Bakar 97 melakukan inovasi dengan memberikan pilihan rasa makanan yang mengikuti perkembangan jaman.

Kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan (Daniel Reven, 2017). Menurut (Keloay *et al.*, 2019) kualitas pelayanan merupakan upaya aktivitas untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan perasaan senang dibenak konsumen dan timbullah rasa kepuasan dihati konsumen (Irfan Rizqullah Ariella, 2018). Rasa puas yang ada akan berdampak baik kepada usaha karena konsumen berpeluang besar untuk merekomendasikannya kepada orang lain jika akhirnya seperti itu otomatis sangat menguntungkan bagi usaha tersebut, menguntungkan dari segi materi dan citra usaha akan baik karena kualitas pelayanan yang baik dan harga

yang sesuai dengan kualitas yang ada serta setara dengan fasilitas dan kenyamanan yang diberikan (Suryati & Rahmat, 2020). Menurut (Hutagalung & Waluyo, 2014) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dapat juga disampaikan harga adalah nilai dari produk atau jasa yang diharapkan bersama pelayanannya, yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah produk (Christy Jacklin Gerung, Jantje Sepang, 2017); (Qornabela et al., 2016). Pelaku usaha harus dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat melakukan pembelian terhadap barang yang ditawarkan sehingga berdampak pada tingkat penjualan (Nurhayati, 2017).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97, selain itu untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97, serta untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97. Kualitas pelayanan adalah bentuk aktivitas penjual guna memenuhi harapan konsumen serta nilai tambah dari suatu produk dalam hal memberikan manfaat kepada konsumen, dimana ketika suatu produk dilengkapi dengan pelayanan yang baik, maka akan menimbulkan kepuasan dan perasaan nyaman dari konsumen yang akan menimbulkan kecenderungan terhadap konsumen menggunakan produk kembali (Anindya, 2020). Kualitas pelayanan memiliki indikator-indikator yaitu Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), Empati (*empathy*) (Tamara Citra, Suryono Budi Santoso, 2016).

METODE

Penelitian ini menggunakan analisa deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuisisioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 58 responden. Data dikumpulkan dengan menyebarkan angket atau kuisisioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala pengukuran Likert lima poin yaitu: Skor 5 untuk jawaban

yang Sangat Setuju (SS), Skor 4 untuk jawaban yang Setuju (S), Skor 3 untuk jawaban Netral (N), Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda dengan program IBMSPSS versi 25. Sebelumnya dilakukan uji kuantitas berupa uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji statistik T, uji statistik F, uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini proses penyebaran kuesioner ditujukan kepada konsumen/pelanggan di Roti Bakar 97 dengan kriteria yang telah ditetapkan. Kuesioner disebar melalui media *google form* dan penyebaran secara langsung dengan angket kuesioner. Data yang terkumpul sebanyak 58 responden yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Sebelumnya dilakukan uji kuantitas menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik sebelum melakukan uji regresi linear berganda, uji statistik T, uji statistik F, uji koefisien determinasi (R^2) untuk analisis data. Berikut adalah hasil dari uji kuantitas menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik.

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian dikatakan valid karena setiap pertanyaan memiliki nilai *pearson correlation* $> 0,254$.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reabilitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,917 dan variabel harga dengan nilai 0,918 serta variabel keputusan pembelian dengan nilai 0,818. Suatu model dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach alpha* $> 0,60$. Maka dapat

disimpulkan bahwa semua item instrumen atau angket yang digunakan reliabel dan layak digunakan untuk mengumpulkan data.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi $0,194 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Selain dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dapat juga dilihat dari analisis grafik histogram untuk melihat *normalitas residual* yang telah membandingkan antara data observasi dengan melihat *probability plot* yang telah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Hasil dari grafik histogram menunjukkan pola yang membentuk lonceng dan memiliki nilai Std. sebesar $0,982 > 0,80$ dan dapat disimpulkan bahwa distribusi data tersebut normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) digunakan dalam penelitian mempunyai nilai toleran $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,0$. Dapat disimpulkan tidak ditemukan multikolinearitas sehingga variabel independen tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan persebaran titik-titik data penyebaran di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y dan tidak memiliki pola yang jelas dan penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Hal ini berarti model regresi tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga seluruh variabel independen dapat digunakan untuk penelitian.

d. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pendeteksian ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan Uji Durbin Watson (DW). Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson (DW) adalah 2.339, yang berarti $1.6475 < 2.339 < 2.4948$, maka kesimpulan bahwa tidak terdapat autokorelasi sehingga analisis regresi linear dapat dilanjutkan.

Setelah melakukan uji kuantitas menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik, maka selanjutnya dilakukan uji analisis regresi linear berganda, uji statistik T, uji statistik F, uji koefisien determinasi (R^2) dengan hasil sebagai berikut.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji t diketahui kualitas pelayanan dengan tingkat $0,169 > 0,05$ dan t hitung $1.395 < t$ tabel 2.004 yang artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan pada variabel harga memiliki nilai signifikansi $0,173 > 0,05$ dan nilai t hitung $1.381 < t$ tabel 2.004 yang artinya variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Statistik F

Berdasarkan hasil *output* diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$, dan F hitung $20.529 > F$ tabel 3.19 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa koefisien determinasi nilai R Square sebesar 0,427. Bahwa besarnya kontribusi variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Roti Bakar 97 sebesar 0,427 atau 42,7%,

dan 57,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain dari luar variabel yang diteliti.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan nilai statistik dari uji t, yaitu kualitas pelayanan dengan tingkat signifikansi 0,169 yang artinya lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 1.395 lebih kecil dari t tabel 2.004. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti kualitas pelayanan di Roti Bakar 97 secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil dari uji t menunjukkan variabel harga memiliki nilai signifikansi 0,173 yang artinya lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 1.381 lebih kecil dari t tabel 2.004. Maka bisa disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan nilai statistik dari uji F nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) bahwa besarnya kontribusi variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2), secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Roti Bakar 97 sebesar 0,427 atau 42,7% dan 57,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain dari luar variabel yang diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

dengan nilai signifikansi 0,173 dan nilai t hitung 1.395 sehingga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Roti Bakar 97. Kemudian, variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,173 dan nilai t hitung 1.381 sehingga harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Roti Bakar 97. Serta, variabel kualitas pelayanan dan harga pada uji statistik F secara simultan/bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0.00.

DAFTAR RUJUKAN

- Anindya, R. (2020). Pengaruh / Harga ,/ Kualitas / Produk ,/ Kualitas / Pelayanan , Terhadap / Keputusan / Pembelian / Pada “ Sami Remen ” Ressa Anindya Iqtishadequity. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo*, 2(2).
- Christy Jacklin Gerung, Jantje Sepang, S. L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal Emba*, 5(2), 2221–2229.
- Daniel Reven, A. T. F. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal Of Management*, 6, 1–15.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1x(Iii), 209–215.
- Irfan Rizqullah Ariella 2018. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 216–221.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26. <https://doi.org/10.35797/Jab.8.2.2019.23511.26-33>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Qornabela, R. H., Rachma, N., & Hufron, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar Kartika). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(III), 209–215.

- Suryati, & Rahmat, Z. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Rumah Makan Super Chicken Di Jambangan Kecamatan Kedawung Kabupaten Sragen. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 18(4), 291–297.
- Tamara Citra, Suryono Budi Santoso. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group , Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–12.