**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Roti Bakar 97)**

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

1Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

email :agusdc@ustjogja.ac.id

2Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

email :rizkyandrian2525@gmail.com

3Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

email :renitacarla1@gmail.com

4Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

email :ernidwijayanti196@gmail.com

**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:*** *Service Quality, Price, Purchasing Decision*

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

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.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah faktor penting dalam kelangsungan hidup setiap usaha selain itu juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasaan konsumen. (Keloay et al., 2019) Produk berkualitas yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pemilihan suatu produk. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan. Menurut (Keloay et al., 2019) kualitas pelayanan merupakan upaya aktivitas untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi pilihan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Keputusan akhir dari konsumen saat melihat produk yang dijajakan adalah membeli atau sebaliknya, keputusan pembelian suatu produk adalah hak mutlak seorang konsumen, karena saat terjadinya transaksi pembelian hanya melibatkan konsumen dan produsen tanpa melibatkan orang ketiga untuk melakukan transaksi.

Kualitas Pelayanan juga diberikan dengan harapan untuk dapat mempertahankan pelanggan yang kemungkinan dapat melakukan pembelian ulang, jika merasa terpuaskan oleh produk beserta pelayanan yang diberikan. Selain itu pelayanan juga diberikan agar menarik minat konsumen baru untuk membeli produk yang ditawarkan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen, pengusaha berharap mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen atas produk yang sudah dibeli sehingga konsumen tersebut diharapkan dapat menunjukkan loyalitas. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan perasaan senang dibenak konsumen dan timbullah rasa kepuasan dihati konsumen. 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 telah diberikan oleh Roti Bakar 97.

Harga adalah nominal yang bisa menjadikan suatu barang atau jasa menjadi bernilai, yang bisa menjadi pendapatan ataupun bisa menjadi sebuah biaya. Pada dasarnya, konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik, tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut. 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. Pelaku usaha harus dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat melakukan pembelian terhadap barang yang ditawarkan sehingga perdampak pada tingkat penjualan

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97?
2. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97?

**Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukankan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97.

**LANDASAN TEORI**

**Kualitas Pelayanan**

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 sebagai berikut :

1. Berwujud *(tangible)*
2. Keandalan *(reability)*
3. Ketanggapan *(responsiveness)*
4. Jaminan dan kepastian *(assurance*)
5. Empati *(empathy)*

**Harga**

Menurut (Qornabela et al., 2016) harga adalah nilai dari produk barang atau jasa yang diharapkan bersama pelayanannya. Yang dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen kepada penjual untuk mendapatkan sejumlah produk.

Harga memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut :

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

**Keputusan Pembelian**

Menurut Buchari dan Alma (2013 : 96) yang dikutip dalam penelitian (Suryati & Rahmat, 2020) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, sosial, budaya,7P *(product, price, place, promotion, physical evidence, people,* dan *process).*

Keputusan pembelian memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut :

1. Pilihan produk
2. Waktu pembelian
3. Kebiasaan membeli
4. Pembelian ulang
5. Jumlah pembelian

**Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual menggambarkan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka penelitian**

**Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dugaan tentang apa yang kita teliti dalam upaya untuk memahaminya (Lia Cahyani & Hidayat, 2012). Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97

H2 : Diduga harga berpengaruh positif signifikan erhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97

H3 : Diduga kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Bakar 97

**METODE PENELITIAN**

1. **Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga, sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah keputusan pembelian.

1. **Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Roti Bakar 97. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 58 responden.

1. **Metode Analisis Data**

Penelitian ini mengunakan analisa deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuisioner. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket atau kuisioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala pengukuran Likert lima poin yaitu:

1. Skor 5 untuk jawaban yang Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban yang Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. 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.

**Uji Kualitas Data**

1. Uji Validitas

Menurut Sukardi (2013) Validitas adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien kolerasi dikatakan valid apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (Nurhayati, 2017)

1. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013 : 232) Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum. Terdapat dua cara yang dapat digunakan, yaitu *composite (construct) reliability* dan *variance extracted. Cut-off value* dari *construct reliability* adalah minimal 0.07 sedangkan *cut-off value* dari *variance extracted* minimal 0.05 (Tamara Citra, Suryono Budi Santoso, 2016)

1. Uji Asumsi Klasik
2. Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2014 : 90) pada model ini digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi dengan normal atau tidak. Jika terdistribusi dengan normal maka model regresi tersebut dapat dibilang baik (Irfan Rizqullah Ariella 2018)

1. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2014 : 99) Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang ada didalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Jika terjadi korelasi atau bahkan mendekati sempurna antara variabel independen maka model regresi tersebut tidak baik (Irfan Rizqullah Ariella. 2018)

1. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2014) Heteroskesdatisitas adalah varian residual yang tidak sama di semua pengamatannya didalam model regresi. Jika terjadi heteroskedastisitas maka regresi tersebut tidak baik (Irfan Rizqullah Ariella. 2018)

1. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111) Uji autokorelasi untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan penganggu pada periode t-1. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah *Uji Durbin Watson (DW)* (Daniel Reven, 2017)

**Teknik Analisis Data**

**Analisis regresi linear berganda**

Menurut Sugiyono (2010 : 407) bentuk umum dari regresi linier berganda secara matematis adalah sebagai berikut (Christy Jacklin Gerung, Jantje Sepang, Sjendry Loindong, 2017)

**Y = a + ß1X1 + ß2X2 + e**

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

b1 = Koefisien regresi dari kualitas pelayanan

X1 = Kualitas Pelayanan

b2 = Koefisien regresi dari harga

X2 = Harga

**Uji Statistik T**

Menurut Priyatno (2014 : 161) Uji t (Uji Parsial) digunakan untuk secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan t kurang dari 0,05 maka variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial (Irfan Rizqullah Ariella, 2018)

**Uji statistik F**

Menurut Priyatno (2014 : 157) Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji F dengan signifikan kurang dari 0,05, maka variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Irfan Rizqullah Ariella, 2018)

**Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Menurut Supratno (2010 : 37) Koefisien determinasi $(R^{2}$) ini bertujuan untuk melihat besar kecilnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Koefisien determinasi menunjukkan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, di mana digambarkan dengan presentase (Christy Jacklin Gerung, Jantje Sepang, Sjendry Loindong, 2017)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karekteristik 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.

**Tabel 1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Karakeristik Responden | Jumlah | Presentase |
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 18 | 30,5% |
| Perempuan | 40 | 68,5% |
| Usia | <17 tahun | 4 | 6,8% |
| 17-21 Tahun | 33 | 57,3% |
| 22-30 Tahun | 18 | 30,5% |
| >30 Tahun | 3 | 5,1% |
| Pendidikan Terakhir | SMP/MI | 5 | 8,5% |
| SMA/SMK | 35 | 59,3% |
| D1 | 1 | 1,7% |
| D3 | 3 | 5,1% |
| S1 | 14 | 25,2% |

Sumber : Hasil angket

Disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah pada perempuan dengan nilai presentase 68,5%, Usia 17-21 tahun dengan nilai presentase 57,3% dan Pendidikan terakhir SMA/SMK 59,3%.

1. **Uji Validitas**

Pada uji validitas penelitian melalui angket yang diberikan kepada responden, responden yang digunakan berjumlah 58 responden. Berikut hasil uji validitas penelitian:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

|  |
| --- |
| **Kualitas Pelayanan** |
| Item  | Pearson Corelation | R Tabel | Sig Hitung | keterangan |
| x1.1 | 0,737 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x1.2 | 0,913 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x1.3 | 0,854 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x1.4 | 0,897 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x1.5 | 0,895 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x1.6 | 0,888 | 0,254 | 0,00 | Valid |

|  |
| --- |
| **Harga** |
| Item | PearsonCorelation | R Tabel | Sig Hitung | Keterangan |
| x2.1 | 0,904 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x2.2 | 0,864 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x2.3 | 0,901 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x2.4 | 0,803 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| x2.5 | 0,873 | 0,254 | 0,00 | Valid |

|  |
| --- |
| **Keputusan pembelian** |
| Item  | Pearson Corelation  | R Tabel  | Sig Hitung | Keterangan  |
| Y1 | 0,797 | 0,254 | 0,00 | Valid  |
| Y2 | 0,716 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| Y3 | 0,710 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| Y4 | 0,817 | 0,254 | 0,00 | Valid |
| Y5 | 0,760 | 0,254 | 0,00 | Valid |

Sumber : Data diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian dikatakan valid karena setiap pertanyaan memiliki nilai *pearson correlation* >0,254

1. **Uji Reliabilitas**

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item | Nilai Crobach’s Alpha | Nilai Kritis | Keterangan |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,917 | 0,60 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,918 | 0,60 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,818 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Data diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan tabel 3 data yang sudah diolah didapatkan hasil nilai *Cronchbach Alpha* pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai 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.

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **Uji Normalitas Data**

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual telah distandarisasi pada modal regresi berdistribusi normal atau tidak.

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik data yang banyaknya lebih dari 30 angka (n > 30), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolomogrov-Smirnov*. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal nilai sig > alpha.

**Tabel 4. Uji Normalitas Data**

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 58 |
| Normal Parametersa,b | Mean | 0,0000000 |
| Std. Deviation | 3.40479633 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,103 |
| Positive | 0,073 |
| Negative | -0,103 |
| Test Statistic | 0,103 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,194 |
| a. Test distribution is Normal. |

Sumber : Hasil IBM SPSS versi 25 yang diolah penulis 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,194 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Selain dengan menggunakan metode *Kolomogrov-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. Adapun penjelasan keduanya adalah sebagai berikut :



**Gambar 2.**

**Grafik Scatterplot**

Dari gambar 2 bahwa data menyebar mendekati sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal hal tersebut dapat dikatakan bahwa data penelitian sudah memenuhi uji normalitas, sehingga sudah layak untuk diolah dengan analisis regresi.

Dibawah ini uji normalitas dengan histogram:



**Gambar 3.**

**Grafik Histogram**

Berdasarkan gambar diatas tampilan histogram menunjukkan pola yang membentuk lonceng dan memiliki nilai Std sebesar 0,982 > 0,80 dapat disimpulkan bahwa distribusi data tersebut normal.

1. **Uji Multikolinearitas**

Berikut hasil Uji multikolinearitas :

**Tabel 5**

**Uji Multikolinearitas**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 5.457 | 2.100 |  | 2.599 | .012 |  |  |
| Kualitas Pelayanan | .274 | .197 | .336 | 1.395 | .169 | .179 | 5.591 |
| Harga | .314 | .228 | .333 | 1.381 | .173 | .179 | 5.591 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian |

Sumber : *Output* SPSS versi 25, diolah oleh penulis 2021

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui 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**.**

1. **Hasil Uji Heterokedastisitas**



**Gambar 4. Grafik Scatterplot**

Dari gambar 4 terlihat bahwa 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). Berikut Hasil Uji Autokorelasi :

**Tabel 6**

**Hasil Uji Autokorelasi**

|  |
| --- |
| **Model Summaryb** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .654a | .427 | .407 | 3.46615 | 2.339 |
| a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian |

Sumber: *Output* SPSS versi 25, diolah penulis 2021

 Hasil autokorelasi pada tabel 6 menunjukan 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.

**Teknik Analisis Data**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Dibawah ini merupakan tabel hasil analisis regresi linier berganda:

**Tabel 7**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 5.457 | 2.100 |  | 2.599 | .012 |  |  |
| Kualitas Pelayanan | .274 | .197 | .336 | 1.395 | .169 | .179 | 5.591 |
| Harga | .314 | .228 | .333 | 1.381 | .173 | .179 | 5.591 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian |

Sumber :Output SPSS versi 25, diolah penulis 2021

 Berdasarkan **Tabel 7.** diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

Y = 5,457 + 0,274 X1 – 0,314 X2

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = 5,457

b1 = 0,274

b2 = 0,314

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

**Uji Statistik t**

**Tabel 8**

**Hasil Uji t (Parsial)**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 5.457 | 2.100 |  | 2.599 | .012 |
| Kualitas Pelayanan (X1) | .274 | .197 | .336 | 1.395 | .169 |
| Harga (X2) | .314 | .228 | .333 | 1.381 | .173 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y) |

Sumber : Output SPSS versi 25, diolah penulis 2021

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.

**Uji Statistik F**

**Tabel 9**

**Hasil Uji F (Simultan)**

|  |
| --- |
| ANOVAa |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 493.289 | 2 | 246.644 | 20.529 | .000b |
| Residual | 660.780 | 55 | 12.014 |  |  |
| Total | 1154.069 | 57 |  |  |  |

Sumber : *Output* versi 25, diolah penulis 2021

Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai signifikasi 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.

**Koefisien Determinasi (R2)**

**Tabel 10**

**Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2)**

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .654a | .427 | .407 | 3.466 |
| a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan |

Sumber: output SPSS versi 25, diolah oleh penulis 2021.

Berdasarkan tabel 10 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.

**PEMBAHASAN**

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan nilai statistik dari uji t, yaitu kualitas pelayanan dengan tingkat signifikasi 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.

2. 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 kan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan nilai statistik dari uji F nilai signifikasi 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 (R2) bahwa besarnya kontribusi variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2), 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 DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain :

1. 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.
2. 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.
3. Variabel kualitas pelayanan dan harga pada uji statistik F secara simultan/bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0.00.

**Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian, diharapkan UMKM Roti Bakar 97 dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan harga agar lebih baik lagi kedepannya, agar meningkatkan keputusan pembelian terhadap produknya.

Bagi penelitian selanjutnya agar memperluas sampel penelitian dan menambah indikator dan variabel independen baru untuk mengetahui secara luas apakah ada pengaruh lain terhadap keputusan pembelian pada UMKM Roti Bakar 97.

**DAFTAR PUSTAKA**

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, Sjendry Loindong. (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*(3), 1–13.

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*, *Ix*(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 Kepuasan 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

Lia Cahyani, N., & Hidayat, W. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati). *Ilmu Administrasi Bisnis*, *9*(3), 175–185.

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.