



Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart).

Santuri Ramadhani

Universitas Tjut Nyak Dhien Medan

Santuriramadhani24@gmail.com

Abstract

The point of the investigate is to discover out the impact of cost and benefit quality on buyer acquiring choices (case ponder of PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart). This investigate was carried out on buyers of PT. Source Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sei pioneer with a populace and test of 100 customers. Prerequisites tests are carried out to test ordinarieness. The information investigation strategy utilized is the Numerous Relapse procedure at a centrality level of $\alpha = 0.05$. The comes about of this investigate appear that cost incorporates a critical impact on customer obtaining choices. The calculated t is more prominent than the t table ($5.296 > 1.66071$) with a significant esteem of 0.000. In the mean time, Benefit Quality incorporates a noteworthy and powerful impact on PT Acquiring Choices. Source Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart with a calculated t esteem more noteworthy than the t table ($3.693 > 1.674$) with a noteworthy esteem of 0.0000. Based on the SPSS yield, the R squared esteem is 0.346. The change of the Obtaining Choice variable clarified by the Cost and Emolument factors is 34.6 percent, with the remaining 65.4 percent.

Keywords: Discipline, Service Quality, Performance

Abstrak

Tujuan Penelitian adalah ingin mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart). Penelitian ini di laksanakan pada Konsumen PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sei perintis dengan populasi dan sampel sebanyak 100 Konsumen. Uji persyaratan dilakukan untuk menguji normalitas. Teknik analisis data digunakan adalah teknik Regresi Berganda pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. t hitung lebih besar dari pada t tabel ($5,296 > 1.66071$) dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart dengan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel ($3,693 > 1.674$) dengan nilai signifikan 0.0000. Berdasarkan output SPSS bahwa nilai R squared adalah 0.346 variansi variabel Keputusan Pembelian menjelaskan oleh variabel Harga dan Kompensasi adalah 34,6 persen, dengan sisa nya 65,4 persen. Dengan demikian masih ada variabel independen lainnya yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Disiplin, Kualitas Pelayanan, Kinerja.

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Terjadi persaingan yang sengit di sektor bisnis, khususnya di industri ritel, seiring dengan berkembangnya dunia kontemporer. Pasar modern menyediakan barang-barang yang nyaman dan berkualitas tinggi dengan harga bersaing bahkan terkadang lebih murah dibandingkan pasar tradisional atau pedagang eceran. Selain menjadi pilihan belanja yang menarik, pasar modern menyediakan berbagai komoditas secara eceran dalam bentuk supermarket atau minimarket, yang masing-masing mempunyai sistem pelayanan tersendiri. Di pasar kontemporer, transaksi dilakukan secara tertutup; sebaliknya, pembeli dapat memeriksa label harga produk yang ingin mereka beli, berada dalam struktur, dan mendapatkan bantuan mandiri atau penjualan.

PT.Sumber Alfaria Trijaya/Alfamart merupakan perusahaan retail yang memiliki beberapa lokasi di seluruh tanah air. Tujuan dari perusahaan ini adalah “menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi pada pemberdayaan pengusaha kecil, memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara internasional.” Saat ini Alfamart hadir di pulau-pulau berikut: Aceh, Kalimantan, Sumatera, Jawa, Bali, dan Sulawesi. Alfamart bertujuan untuk memberikan layanan cepat dan berkualitas tinggi kepada klien serta akses mudah ke seluruh toko.

Ketika konsumen melakukan pembelian di minimarket Alfamart, mereka bertindak dengan keyakinan dan keyakinan diri, percaya bahwa mereka melakukan hal yang bermoral. Jenis perilaku ini disebut sebagai keputusan pembelian. Menciptakan merek untuk bisnis Anda adalah salah satu pendekatan untuk memberi tahu pelanggan tentang hal itu. Cara suatu perusahaan dipandang oleh pelanggannya akan mempengaruhi pilihan mereka untuk membeli.

Kualitas manfaat yang baik juga mempengaruhi pembeli dalam menentukan pilihan pembelian di toko/supermarket. Manfaat klien yang besar dan memuaskan harus

menjadi misi utama bagi sebuah toko kelontong dimana pemenuhan pelanggan menjadi hal yang paling utama bagi perusahaan dalam memilih metodologi untuk memenangkan persaingan.

Dalam menentukan pilihan, harga suatu barang dan layanan merupakan hal penting yang selalu dipikirkan pembeli ketika mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau barang. Biaya bisa menjadi salah satu proses dalam menjual suatu produk, jika harganya terlalu mahal maka produk yang dituju menjadi terlalu mahal untuk target pasar dan pelanggan jadi melenguh. Namun jika sebaliknya harganya terlalu rendah sulit bagi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan konsumen akan menganggap barang tersebut kualitasnya lebih rendah. Harga dapat berupa satuan keuangan atau tingkat lainnya (termasuk produk dan administrasi lainnya) yang diperdagangkan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau pemanfaatan suatu barang atau manfaat. Dalam pengertian dasarnya, biaya dapat diterjemahkan sebagai tujuan ekstrem atas suatu besaran atau manfaat yang akan diperdagangkan dengan tunai.

Sebagai penggerak perdagangan ritel, minimarket Alfamart telah mendapat kepercayaan terbuka. Meski demikian, masih terdapat keluhan kunjungan dari konsumen mengenai administrasi minimarket Alfamart. Beberapa kasus terkait kualitas manfaat dan biaya yang terjadi akan menjadi acuan. Alfamart Sat Perintis merupakan Alfamart yang terdapat di Jl. Purwo no 25 Kel. Lokal Perintis. Medan Timur, Kota Medan, di Alfamart ada beberapa klien yang mengeluh tidak puas dengan manfaat yang diberikan Alfamart.

A. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat diibaratkan dengan uang tunai atau barang dagangan lainnya atas keuntungan yang didapat besar atau manfaat seseorang ataupun sekelompok orang. Langkah utama dalam menetapkan biaya adalah menghitung

biaya yang secara spesifik berkaitan dengan barang atau manfaat.

Harga dapat menjadi variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu barang oleh pembeli. Biaya tergantung pada pengaturan perusahaan dan harus menyaring biaya produk yang ditetapkan oleh pesaing agar biaya yang ditetapkan perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Biaya adalah harga suatu barang yang dinyatakan dalam satuan uang tunai.

Pada dasarnya ada banyak tujuan estimasi seperti Survival adalah upaya untuk tidak memerlukan aktivitas yang menambah keuntungan ketika perusahaan menghadapi kondisi iklan yang tidak menguntungkan. Upaya ini dilakukan untuk kelangsungan hidup perusahaan, Memaksimalkan Manfaat, memperkirakan poin untuk memaksimalkan keuntungan dalam periode tertentu dan Return On Venture (ROI), Intinya menentukan biaya didasarkan pada pencapaian pengembalian yang ditentukan atas spekulasi. Perusahaan tentu memerlukan return on venture dari spekulasi perusahaan, sehingga penetapan biaya yang tepat akan mempercepat pengembalian modal/ROI.

Ada pun beberapa pertimbangan untuk penetapan suatu harga Menurut Tjiptono (2016:294).

1. Tujuan tersebut antara lain menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan pendapatan dan arus kas, menguasai pangsa pasar, mengalahkan pesaing, dan lain sebagainya.
2. Strategi penetapan harga dan bauran pemasaran perlu bekerja sama secara harmonis untuk mendukung tiga komponen bauran pemasaran: produk, distribusi, dan promosi..
3. pengeluaran, pengeluaran merupakan unsur penentu harga minimum yang perlu ditetapkan untuk mencegah kerugian bagi organisasi. Oleh karena itu, bisnis

harus sangat berhati-hati terhadap berbagai pengeluaran dan bagian dari struktur biaya.

4. Pertimbangan organisasi, administrasi harus memilih siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan biaya. Di perusahaan kecil, biaya ditentukan oleh administrasi yang tepat. Sementara itu, di perusahaan besar, masalah biaya ditangani oleh pimpinan lini produk.

B. Pengertian Kualitas Pelayanan

pelayanan adalah cara pemuasan kebutuhan melalui perbuatan orang lain secara langsung dan membuat perbedaan untuk menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh individu lain seperti pengunjung dan pembeli. Sependapat dengan Kotler, manfaat adalah setiap kegiatan atau gerakan yang dapat diiklankan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada hakekatnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu pun. Benefit merupakan perilaku pembuat dalam memenuhi keinginan dan keinginan pembeli dalam mengatur untuk mewujudkan kepuasan bagi pembeli itu sendiri. Manfaat dicirikan sebagai manfaat atau layanan yang disampaikan oleh pemilik manfaat dalam bingkai kenyamanan, kecepatan, koneksi, kapasitas dan keramahan yang diwujudkan melalui pola pikir dan karakteristik dalam memberikan layanan untuk kepuasan pelanggan.

Sementara itu, menurut Pasuraman, kualitas manfaat ditandai dengan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan keinginan konsumen terhadap layanan yang diperoleh atau diterimanya. Kualitas manfaat dapat dicirikan sebagai tingkat kehebatan yang diantisipasi dan kendali atas tingkat kehebatan tersebut untuk memenuhi keinginan klien.

1. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang

dirasakan pelanggan ketika sedang melakukan transaksi dengan perusahaan.

- b. Pengalaman masa lampau ketika mengkonsumsi jasa dari perusahaan lain.
- c. Pengalaman dari orang lain yang menceritakan kualitas jasa yang telah dibeli oleh pelanggan tersebut.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran lainnya mempengaruhi persepsi pelanggan.

C. Pengertian Keputusan Pembelian

Pilihan perolehan adalah ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian ia memilih untuk membeli, maka ia mampu menentukan pilihan. Ketika seseorang yang baru saja membeli suatu barang pasti akan melihat dan memperhatikan barang tersebut. Mengenai barang yang ingin dibelinya agar tidak menyesal di kemudian hari ketika membeli barang tersebut. barang yang mereka dapatkan adalah apa yang mereka butuhkan.

Pada umumnya, seseorang biasanya membeli suatu barang ketika merasa kebutuhan yang belum tercukupi. Dengan cara ini, keluarga, teman, dan orang lain dapat memengaruhi seseorang yang ingin membeli atau memiliki suatu produk yang mereka perlukan dan butuhkan.

1. Proses Keputusan Pembelian

Saat baru-baru ini dalam menentukan pilihan, pembeli biasanya melalui beberapa tahap.

Tahapan pemilihan perolehan beberapa bagian yaitu:

- a. Pencarian informasi.
- b. Evaluasi alternatif.
- c. Keputusan pembelian.
- d. Konsumsi pascapembelian dan evaluasi.

D. Penelitian Terdahulu.

Seperti yang dijelaskan pada penelitian sebelumnya oleh Riski Halomoan Manalu pada skripsinya pada tahun 2021 yang berjudul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada pocos le café kota padang sidempuan). Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa secara langsung pengaruh harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan adapun menurut Imron Hidayat pada skripsinya tahun 2021 yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Hero Kesugihan Cilacap). Hasil dari penelitian terdahulu adalah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN (METHOD)

Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data numerik atau kualitatif yang dievaluasi (diberi skor). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel terikat terhadap variabel bebas. Penelitian ini difokuskan pada konsumen PT. Sumber Alfa Ria Trijaya. Tbk/Alfamart.

Penelitian ini dilakukan di konsumen PT. Sumber Alfaria Trijaya Sat Perintis. Tbk/Alfamart yang beralamat di Jl. Purwo no 25 Kel. Perintis Kec. Medan Timur Kota Medan.

Berdasarkan definisi tersebut, populasi penelitian ini adalah konsumen PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart yang pernah melakukan pembelian pada toko tersebut sebanyak 100 Orang.

Sesuai dengan strategi investigasi yang dipilih, khususnya strategi kuantitatif, metode pengumpulan informasi yang digunakan adalah survei penyebaran kepada pelanggan PT. Sumber Alfaria Trijaya.

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat berupa derajat yang menunjukkan tingkat legitimasi dan keaslian suatu instrumen. Uji legitimasi diperoleh dengan menghubungkan setiap skor penunjuk dengan skor penanda variabel secara keseluruhan. Pada titik itulah hubungan yang terjadi dibandingkan dengan harga dasar pada tingkat kepentingan 0,05. Estimasi dikatakan substansial apabila dapat mengukur tujuan dengan jelas dan akurat. Uji validitas dapat menggunakan SPSS 25.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bisa menjadi alat untuk mengukur ketelitian (konsistensi). Uji kualitas tetap adalah untuk menentukan sejauh mana estimasi yang dihasilkan tetap dapat diandalkan, dalam hal estimasi dilakukan dua kali atau lebih pada keajaiban yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Suatu survei dikatakan solid jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tetap atau stabil sepanjang waktu.

Investigasi informasi adalah metode mengatur susunan informasi, mengorganisasikannya ke dalam desain, kategori, dan unit deskripsi mendasar. Investigasi informasi juga merupakan suatu persiapan yang mencakup upaya formal untuk menemukan topik dan mendefinisikan hipotesis (gagasan) yang diajukan dan sebagai upaya untuk memberikan kembali dan tunduk pada teori. Jika dikaji, pada dasarnya definisi primer lebih berpusat pada pengorganisasian informasi, sedangkan momen lebih menekankan maksud dan tujuan penelitian informasi. Oleh karena itu, definisi ini dapat disintesis bahwa pemeriksaan informasi adalah metode pengorganisasian dan pemilahan informasi ke dalam desain, kategori, dan unit penggambaran yang penting sehingga dapat ditentukan hipotesis kerja berdasarkan informasi tersebut. Pemeriksaan informasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan adaptasi SPSS 25, yang merupakan program

komputer yang digunakan untuk melakukan penyusunan informasi faktual. Metode penyelidikan informasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah sisa nilai yang dihasilkan dari relaps biasanya disebarluaskan atau tidak. Kekambuhan yang hebat menunjukkan ciri-ciri penyebaran informasi yang biasa atau mendekati biasa. Ansofino (2016:23) Uji kenormalan menunjukkan untuk menguji apakah faktor-faktor yang menyebabkan kekambuhan, yang membingungkan atau yang tersisa memiliki penyebaran yang normal. Seperti diketahui, uji t dan f menerima bahwa nilai sisa diambil setelah diseminasi biasa. Jika kecurigaan ini disalahgunakan maka tes faktual akan menjadi tidak valid untuk ukuran tes yang kecil. Ada dua cara untuk mengidentifikasi apakah residu tersebar secara teratur atau tidak, yaitu dengan penyelidikan realistik dan pengujian faktual.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah untuk mengetahui adanya hubungan ideal atau lurus positif antara beberapa atau seluruh pengujian faktor ilustratif (otonom) dari kekambuhan yang berbeda tunjukkan Setiawan, (2015:82). Apalagi untuk melihat ada tidaknya hubungan yang tinggi antara faktor-faktor otonom dalam model regresi langsung berganda. Jika terdapat hubungan yang tinggi antara faktor-faktor bebas, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel bawahan akan terganggu. (Ansofino, 2016:94) maka pertanyaan besar seharusnya tidak memiliki multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi predisposisi atau tidak pada pemeriksaan bukti kekambuhan. Biasanya, apabila suatu demonstrasi pemeriksaan kekambuhan mengandung kecenderungan atau penyimpangan, maka penilaian demonstrasi yang akan dilaksanakan akan menjadi sulit karena variasi informasi yang saling bertentangan (Widana dan Muliani, 2020). Tes heteroskedastisitas juga merupakan fluktuasi sisa yang tidak sama untuk semua persepsi dalam bukti kekambuhan. Kekambuhan yang besar seharusnya tidak menimbulkan heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis yaitu hasil sementara sehubungan dengan perincian masalah penyelidikan yang kebenarannya belum terbukti. Pengujian spekulasi dapat berupa pengujian yang mengetahui apakah kesimpulan dalam pengujian tersebut dapat diterapkan pada masyarakat. Untuk menguji spekulasi tersebut, pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25, khusus sebagai berikut:

a. Uji Parsial (uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel informatif atau otonom dalam memperjelas keragaman dalam variabel bawahannya. Syarat untuk menilai hasil teori uji t adalah dengan menggunakan tingkat kepentingan sebesar 5% dengan derajat peluang Ghazali (2013:98). Pengaturan dalam pengujian ini menggunakan koefisien sebesar 5%. H_0 = Artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat parsial. $H_0 \neq$ berarti terdapat pengaruh paling besar antara variabel otonom dan variabel bawahannya. Kriteria pengujiannya

adalah dengan membandingkan t hitung dan t tabel :

Apabila t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh faktor bebas secara bersama-sama terhadap variabel perantara dan variabel terikat. Apabila t hitung $<$ t tabel maka H_0 diakui, artinya tidak ada pengaruh faktor bebas secara bersama-sama terhadap faktor perantara dan faktor bawahannya..

b. Uji Simultan (uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengukur ketepatan kerja uji kekambuhan dalam menilai nilai asli (goodness of fit). Uji F menguji apakah variabel bebas mampu memperjelas variabel bawahannya dengan baik atau menguji apakah demonstrasi yang digunakan cocok atau tidak. Ghazali (2013:97). Uji F digunakan dalam pengujian teori dengan menggunakan F tabel dan informasi F hitung. Apabila perhitungan ini menghasilkan F angka $>$ F tabel, maka H_0 dalam pertanyaan ditolak sedangkan H_a diterima. Pengaturan dalam pengujian ini menggunakan koefisien sebesar 5%. H_0 = Artinya tidak ada pengaruh antara variabel otonom dan variabel bawahannya secara bersamaan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien kepastian (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memperjelas keragaman dalam variabel bawahannya Kuncoro, (2014:86). Koefisien jaminan harga antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menyiratkan bahwa kemampuan variabel otonom untuk memperjelas variasi dalam variabel bawahannya sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menyiratkan bahwa faktor-faktor otonom memberikan hampir semua data yang diperlukan untuk memperkirakan variasi dalam

variabel bawahan. Secara umum, koefisien jaminan untuk data silang cukup rendah karena perbedaan yang sangat besar di antara setiap pengamatan, sedangkan untuk informasi susunan waktu, koefisien jaminan biasanya memiliki nilai yang tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat ukur sekaligus untuk menentukan apakah suatu survei substansial atau tidak. Suatu survei dapat dikatakan substansial apabila suatu artikulasi atau hal dalam survei tersebut mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur dalam survei tersebut. Dalam uji legitimasi dihitung dengan membandingkan r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung > r tabel dengan tingkat sentralitas 0,05 maka petunjuk pemeriksaan faktor dapat dikatakan substansial. Nilai r tabel untuk n = 100 adalah 0,1946. Contohnya adalah tabel uji legitimasi dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions):

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Harga 1	Harga 1	0.746	0.1946	Valid
	Harga 2	0.660	0.1946	Valid
	Harga 3	0.858	0.1946	Valid
	Harga 4	0.524	0.1946	Valid
	Harga 5	0.619	0.1946	Valid
	Harga 6	0.696	0.1946	Valid
	Harga 7	0.540	0.1946	Valid
Kualitas Pelayanan(X2)	Kualitas Pelayanan1	0.781	0.1946	Valid
	Kualitas Pelayanan2	0.799	0.1946	Valid
	Kualitas Pelayanan3	0.794	0.1946	Valid
	Kualitas Pelayanan4	0.768	0.1946	Valid
	Kualitas Pelayanan5	0.558	0.1946	Valid
	Kualitas Pelayanan 6	0.856	0.1946	Valid
	Kualitas Pelayanan 7	0.566	0.1946	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian 1	0.773	0.1946	Valid
	Keputusan Pembelian 2	0.820	0.1946	Valid
	Keputusan Pembelian 3	0.768	0.1946	Valid
	Keputusan Pembelian 4	0.648	0.1946	Valid
	Keputusan Pembelian 5	0.720	0.1946	Valid
	Keputusan Pembelian 6	0.537	0.1946	Valid
	Keputusan Pembelian 7	0.397	0.1946	Valid

Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua nilai r hitung untuk penjelasan survei hal-hal yang ditanyakan tentang faktor-faktor yang digunakan memberikan nilai r hitung yang lebih

besar dibandingkan dengan nilai r tabel dimana nilai r tabel untuk pengujian estimasi (n=100) adalah 0,1946 sehingga semua hal yang dibahas Setiap survei dapat diumumkan secara substansial dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan informasi dalam penyelidikan ini.

2. Uji Reliabilitas

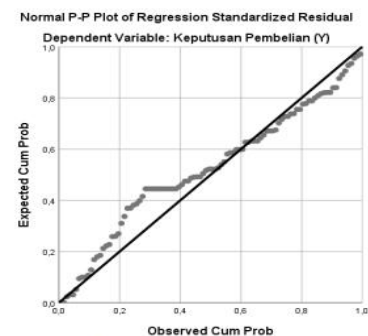
Reliabilitas adalah sejauh mana suatu alat ukur secara mantap dan dapat diandalkan. Tingkat kualitas yang tidak tergoyahkan ditunjukkan oleh koefisien, khususnya koefisien kualitas yang tidak tergoyahkan dilakukan dengan menggunakan Cronbach alpha. Apabila nilai hitung Cronbach alpha > 0,60 maka mutu ujian dinyatakan memuaskan atau dengan kata lain ujian dapat dikatakan mantap. Pengujian kualitas tetap untuk masing-masing variabel mendapat informasi yang diambil.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

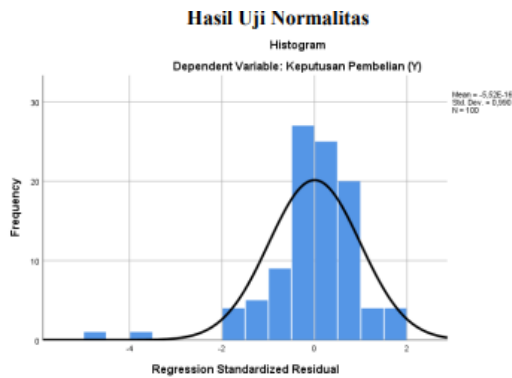
Variabel	Reabilitas Coeficient	Alpha	Keterangan
Harga (X1)	7 Item Pertanyaan	0,794	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X2)	7 Item Pertanyaan	0,860	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	7 Item Pertanyaan	0,799	Reliabel

Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai Cronbach's alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 maka reliabilitas kuesioner dapat dikatakan berada pada rentang yang dapat diterima.



Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25



Dari grafik histogram di atas, dapat disimpulkan bahwa data yang tersisa mungkin merupakan spread yang khas karena grafiknya berbentuk lonceng. Selain itu, pada plot pp standar dari bagan sisa kemunduran standar terlihat bahwa plot data tersebar dan mengikuti garis miring. Dapat disimpulkan bahwa kesan kemunduran tersebut memenuhi asumsi normalitas.

4. Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

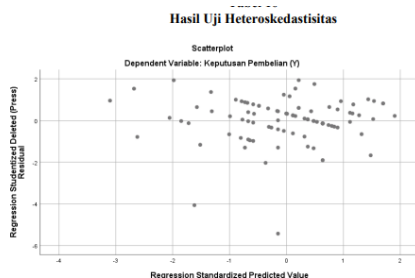
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,058	2,617		3,079	,003	
	Harga (X1)	,449	,085	,444	5,296	,000	,942 1,062
	Kualitas Pelayanan (X2)	,274	,074	,309	3,694	,000	,942 1,062

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas terlihat bahwa nilai VIF = 1,062, dimana nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat permasalahan multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25

Dari hasil tersebut terlihat fokus tidak membentuk desain yang jelas, dan fokus

tersebar di atas dan di bawah angka pada poros Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada demonstrasi relaps.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Hasil Uji Parsial (uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,058	2,617			3,079	,003		
	Harga (X1)	,449	,085	,444	5,296	,000		,942	1,062
	Kualitas Pelayanan (X2)	,274	,074	,309	3,694	,000		,942	1,062

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25

Hasil Uji Parsial (uji t)

Variabel	t- Statistik	t-Tabel	Probabilitas	Kesimpulan
X1(Harga)	5,296	1.66071	0.000	Signifikan pada $\alpha = 5\%$
X2 (Kualitas Pelayanan)	3,694	1.66071	0.000	Signifikan pada $\alpha = 5\%$

Sumber : Data di olah pada Microsoft Excel

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Hasil Uji Simultan (uji f)

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	291,388	2	145,694	27,161	,000 ^b
	Residual	520,322	97	5,364		
	Total	811,710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)
Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25

6. Koefisien Determinasi (R²)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,599 ^a	,359	,346	2,316

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah R kuadrat sebesar 0,346, artinya perubahan variabel Pilihan Beli dapat dijelaskan oleh faktor Biaya dan Remunerasi sebesar 34,6 persen, sedangkan sisanya sebesar 65,4 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam hal ini. mendemonstrasikan. Di sisi lain, masih ada faktor otonom lain yang memengaruhi pilihan perolehan.

7. Hasil Analisis Regresi Berganda

Hasil Analisis Linear Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	8,058	2,617			3,079	,003		
	Harga (X1)	,449	,085	,444		5,296	,000	,942	1,062
	Kualitas Pelayanan (X2)	,274	,074	,309		3,694	,000	,942	1,062

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
 Sumber : Data di olah pada SPSS Versi 25

KESIMPULAN (CONCLUSION)

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah diuraikan sebelumnya maka akan disajikan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pegawai PT.Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis. Sehingga semakin tinggi Harga Pegawai PT.Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis maka akan semakin tinggi tingkat Keputusan Pembelian pegawai tersebut. Dengan demikian hipotesis pertama (Ha) menyatakan “Terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Pegawai PT.Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji parsial variabel Harga menunjukkan t hitung lebih besar dari pada t tabel (5,296 > 1.66071) maka dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pegawai PT.Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis. Sehingga semakin tinggi Kualitas Pelayananyang diberikan pada Pegawai PT.Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis maka akan semakin tinggi tingkat Keputusan Pembelian tersebut.

Dengan demikian hipotesis pertama (Ha) menyatakan “Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji parsial variabel Kompensasi menunjukkan t hitung lebih besar dari pada t tabel (3,694 > 1.67469) maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanansecara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan(X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian milenial. Sehingga semakin tinggi Harga dan Kualitas Pelayananyang diberikan pada Pegawai PT.Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis maka akan semakin tinggi tingkat Keputusan Pembelian tersebut. Dengan demikian hipotesis pertama (Ha) menyatakan “Terdapat pengaruh antara Harga dan Kualitas Pelayanansecara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Sumber Alfaria Trijaya. Tbk/Alfamart Sat Perintis. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji simultan variabel Harga dan Kualitas Pelayanan menunjukkan ($F_{hitung} 27,161 > F_{tabel} 3.94$) bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan.

DAFTAR PUSTAKA (References)

Buku

- Amin, Syukron. 2014. Perencanaan Strategi Pemasaran Perhiasan Imitasi. Jurnal Matrik. XVIII:1. Ansofino, dkk, 2016. Buku Ajar Ekonometrika. Yogyakarta: Deepublish.
- Danang Sunyoto. 2012. Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS. Fenti

- Hikmahwati. 2018. Metodologi Penelitian. Depok : Rajawali Pers. Edisi 1 dan 2)
- Hana Ofela Hanaofelaa Dan Sasi Agustin. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. Sekolah Tinggi IlmuE konomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, No1.
- Jhonathan Sarwono. 2015. Rumus-rumus populer dalam SPSS 22 Untuk Riset dan Skripsi. Yogyakarta: Penerbit Adi.
- Kotler, Amstrong. 2016. Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuryanto dan Zulfikar Bagus Pambuko. 2018. Eviews Untuk Analisis Ekonometrika Dasar . Magelang: Unimma Press.
- Sugiyono. Metode penelitian kuantitatif dan R&D. (Jakarta: Al-fabeta, 2012)
- Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss, (Jakarta: Kencana, 2015)
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. 2019. Strategi Pemasaran Edisi ke Empat. Yogyakarta: CV Andy Offset

Skripsi

- Riski Halomoan Manalu. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pocos Le Café Kota Padangsidempuan).
- Imron Hidayat. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Hero Kesugihan Cilacap).