

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. ANGEL SIBOLGA

**Fina Sirait**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alwashliyah Sibolga  
Finasirait889@Gmail.Com

**Fauziah Nur Simamora**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alwashliyah Sibolga  
Fauziahnur95@Gmail.Com

**Safriadi Pohan**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alwashliyah Sibolga  
safriadip@gmail.com

### ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at CV. Angel Sibolga by withdrawing the hypothesis that there is an influence of service quality and price on purchasing decisions at CV. Angel Sibolga.

The research method used is descriptive correlational method. The total population in the study is 183 customers with a sample in the study namely 37 customers. All questions use an instrument test, namely validity and reliability tests. Research data also uses data analysis tests. The tests carried out are the normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, and use the correlation coefficient test, determination test, simple linear regression and t test and simultaneous testing / ANOVA (hypothesis test)

The results showed that there was a positive relationship between service quality and purchase decision of 0.615, so that when interpreted on a value scale it can be categorized as sufficient correlation, so is the price variable with purchase decision of 0.744 which is categorized as sufficient correlation on CV. Angel Sibolga. The regression equation obtained is  $Y = 14.407 - 0.110 X_1 + 0.707 X_2$ . The t test shows that the proposed hypothesis is accepted, where t count is  $-0.504 < 2.03011$ , which means that the hypothesis that there is an effect of service quality on purchasing decisions is rejected, while the hypothesis that there is an effect on price on purchasing decisions is proven to be significant, where t is smaller than t table ( $3.714 > 2.03011$ ). While the coefficient of determination is known that the quality of service and price only play a role of 55.8% of the purchasing decision at CV. Angel Sibolga and the remaining 44.2% are influenced by other factors not included in the model. Hypothesis Testing There is an effect of service quality and price simultaneously on purchasing decisions that are accepted as true, where Fcount is greater than Ftable, namely  $21.424 > 3.28$ .

**Keywords:** Quality of service and price and purchasing decisions

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga dengan menarik hipotesis bahwa Ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif korelasional. Jumlah populasi dalam penelitian yaitu 183 pelanggan dengan sampel dalam penelitian yaitu 37 pelanggan. Seluruh butir pertanyaan menggunakan uji instrument yaitu uji validitas dan reliabilitas. Data penelitian juga menggunakan uji analisis data. Adapun uji dilakukan adalah uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji multikolinearitas, dan menggunakan uji

koefisien korelasi, uji determinasi, regresi linier sederhana dan uji t dan pengujian serempak/Anova (uji hipotesis)

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian sebesar 0,615, sehingga apabila diinterpretasikan dalam skala nilai dapat dikategorikan korelasi cukup, demikian variabel harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,744 yang dikategorikan korelasi cukup pada CV. Angel Sibolga. Persamaan regresi yang diperoleh  $Y = 14,407 - 0,110 X_1 + 0,707 X_2$ . Uji t menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima kebenarannya, dimana  $t_{hitung} -0,504 < 2,03011$ , yang berarti hipotesis ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ditolak kebenarannya, sementara hipotesis ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian terbukti signifikan, dimana  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $3,714 > 2,03011$ ). Sementara koefisien determinasi diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga hanya berperan sebesar 55,8 % terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga dan sisanya sebesar 44,2 % dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Pengujian Hipotesis Ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara serempak terhadap keputusan pembelian diterima kebenarannya, dimana  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $21,424 > 3,28$ .

**Kata Kunci :** Kualitas pelayanan dan harga dan keputusan pembelian

## LATAR BELAKANG

Salah satu usaha di Indonesia dapat dikatakan sebagai bisnis yang tidak pernah surut, yaitu usaha percetakan. Percetakan adalah sebuah proses industri untuk menggandakan tulisan dan gambar dengan tinta di atas kertas dengan menggunakan sebuah mesin cetak. Di samping itu, percetakan pun tidak hanya fokus pada cetak saja secara kasat mata, tetapi percetakan mencakup berbagai teknik dan jenis kegiatan yang dilakukan, seperti desain, penempatan warna yang tepat, pengukuran jenis kertas, dan lain sebagainya. Meningkatnya pertumbuhan industri percetakan ini tentu juga meningkatnya persaingan antar perusahaan, terutama dalam beberapa tahun ini bisnis percetakan semakin berkembang pesat, dilihat dari industri percetakan skala kecil yang baru-baru muncul.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dapat diringkas menjadi tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, distribusi dan harga. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut. Setelah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan perusahaan lainnya dan memutuskan untuk membeli produk. Jika pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik. Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima buruk atau tidak sesuai harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk atau kurang ideal, sehingga kebutuhan dan keinginan dari konsumen belum bisa terpenuhi dengan baik. Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, dan prestise lainnya yang terkandung dalam produk, yang diterima oleh konsumen sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk

mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian. Jika produk yang diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas produk dipersepsikan baik.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, ditemukan hasil yang berbeda-beda mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Salah satu variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun disisi lain variabel tersebut juga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain bahwa dalam hasil penelitian-penelitian sebelumnya ditemukan variabel yang tidak konsisten, sehingga menghasilkan pengaruh yang negatif. Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan tersebut. Peneliti tertarik untuk mengambil judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Angel Sibolga.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut **Kotler dan Keller (2012:5)**, *“Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably.”* Pemasaran merupakan tentang bagaimana mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi singkat dan baik dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

### **Kualitas Pelayanan**

#### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut **Ibrahim (2013:40)** Kualitas pelayanan merupakan “Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut”.

### **Pengertian Harga**

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga menurut **Kotler (2015:345)** adalah “Jumlah yang ditagihkan dalam suatu produk atau jasa”. Harga dapat dilihat dari persepsi nilai produk mempunyai arti sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan setelah memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### **Keputusan Pembelian**

#### **Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan “Keputusan untuk meneruskan pembelian atau tidak meneruskan pembelian suatu produk” (**Kotler dan Keller, 2012**).

#### **Indikator Keputusan Pembelian**

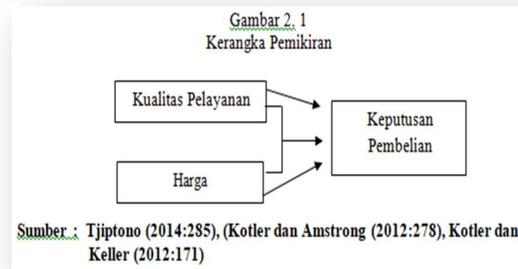
Adapun Indikator keputusan pembelian menurut **Kotler dan Keller (2012:171)** adalah sebagai berikut

- 1) Pilihan produk, dengan cara memilih produk berdasarkan kegunaan
- 2) Pilihan penyalur, dengan cara memilih produk atau jasa berdasarkan penyalur
- 3) Waktu pembelian, dengan cara memutuskan pembelian berdasarkan waktu

- 4) Jumlah pembelian, dengan cara memutuskan membeli berdasarkan jumlah pembelian sesuai dengan kebutuhan
- 5) Metode pembayaran, dengan cara memutuskan membeli berdasarkan metode pembayaran yang disediakan.

### Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan tinjauan telaah teori dan telaah penelitian sebelumnya, maka dapat disusun rumusan hipotesis, sebagai berikut:



### Perumusan Hipotesis

Dalam membuat karya ilmiah maka teori dan hipotesa akan selalu muncul apabila karya ilmiah tersebut dibuat untuk mencari sebuah pembuktian. Teori dibutuhkan sebagai pegangan pokok secara umum, sedangkan hipotesa dibutuhkan sebagai penjelasan problematika yang akan dicari pemecahannya.

Menurut **Mudrajad Kuncoro, (2013;59)**, bahwa “ Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang prilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi “.Sedangkan menurut **Sugiyono (2007: 96)**, hipotesis merupakan “Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan”. Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang dikemukakan diatas, maka oleh karena itu hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

- H1. Ada pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Angel Sibolga.
- H2. Ada pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Angel Sibolga.
- H3. Ada pengaruh Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Angel Sibolga Secara Serempak.

### METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif korelasional, yang menguraikan dan memberikan penjelasan tentang hubungan antara variabel X (*independent*) sebagai variabel bebas yang mempengaruhi dan variabel Y (*dependent*) sebagai variabel terikat yang dipengaruhi, dimana yang menjadi variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data kuantitatif. Menurut **Kuncoro (2013: 145)**. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio.

### **Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data Primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner responden. Menurut **Arikunto (2006:129)** Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah “Subyek dari mana data dapat diperoleh”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya, (**Sumadi, 2013:93**) Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah seluruh sampel yang terpilih dari pelanggan yang tercatat pada CV Angel Sibolga.
- b. Sumber data skunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. (**Sumadi, 2013:94**) Dalam penelitian ini, dokumentasi pelanggan, harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian yang merupakan sumber data sekunder.

### **Variabel Penelitian**

Variabel merupakan konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, dimana jenis variabel penelitian ada 2 yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*)

- a. Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2).  
Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebagai variabel bebas (*independent variabel*) adalah yang diduga mempengaruhi variabel terikat (*dependent variabel*).
- b. Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian  
Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang diduga dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent variabel*)

### **Definisi Operasional**

Menurut **Sugiyono (2013:146)**, definisi operasional variable adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya  
Sesuai dengan definisi operasional maka aspek-aspek yang terdapat dalam kuesioner adalah aspek kualitas pelayanan, harga dan aspek keputusan pembelian. Jumlah pertanyaan sebanyak 30 item dengan dua pilihan yang diperinci sebagai berikut:

- a. Untuk aspek Kualitas pelayanan sebanyak 10 item
- b. Untuk aspek Harga sebanyak 10 item
- c. Untuk aspek Keputusan pembelian sebanyak 10 item

### **Teknik Analisis Data**

Berdasarkan tujuan penelitian dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya, maka metode analisis yang digunakan untuk pengujian dan pembuktian hipotesis dengan metode diskriptif pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS) Versi 21 Windows* dengan beberapa tahap untuk menganalisis data sebagai berikut :

### **Uji Validitas**

Pengujian validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk

mendapatkan (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.(Situmorang dan Lufti, 2012: 75).

Lebih lanjut Situmorang dan Lufti (2012: 76) menyatakan validitas menunjukkan “Sejauhmana suatu alat pengukuran itu dapat mengukur apa yang ingin diukur”. Untuk menguji validitas, dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Masing-masing item (skor butir) dilihat kolerasinya, sehingga validitas ada atau sah mempunyai validitas tinggi.

“Skor butir yang valid apabila korelasinya  $\geq 0,3$  maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid atau memiliki validitas konstruk yang baik”. (Azwar, 2013 :36).

### Uji Reliabilitas

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut reliabel. Menurut Situmorang dan Luffthi (2012:79) reliabilitas adalah “ Indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengukuran reabilitas dengan cara, *Consistency Realibility*, yang berisi tentang sejauh mana item-item instrumen bersifat homogen dan mencerminkan *construct* yang sama sesuai dengan yang melandasinya. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,8$  reliabilitas sangat baik, tinggi / meyakinkan.  $0,7 < Cronbach Alpha < 0,8$  reliabilitas baik dan *Cronbach Alpha*  $< 0,7$  kurang meyakinkan. (Situmorang dan Lufti, 2012: 82)

### Uji Korelasi

Uji korelasi (hubungan) pada dasarnya merupakan bentuk pendugaan parameter, untuk menafsirkan hubungan antara parameter populasi berdasarkan data sampel. Namun demikian koefisien korelasi hanya menjelaskan seberapa kuat atau lemahnya hubungan antara variabel, berdasarkan data sampel yang dianalisis. Dimana sesuai dengan pendapat Pearson sebagaimana dikutip oleh Arikunto (2013 : 302), untuk membuktikan adanya korelasi dinyatakan dengan koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus *product moment*, yaitu :

Keterangan :

rx<sub>y</sub> : Koefisien Korelasi  
n : Jumlah Sampel  
X : Variabel Bebas  
Y : Variabel Terikat

Besar kecilnya Koefisien Korelasi itu terletak antara + 1 dan - 1. jika hasil perhitungan positif berarti korelasi variabel yang satu dengan yang lainnya kuat. Untuk mengetahui tinggi rendahnya koefisien korelasi, Sugiyono, (2012 : 250) menyatakan sebagai berikut

1. 0,00 s/d 0,19 = Korelasi sangat rendah
2. 0,20 s/d 0,3 = Korelasi rendah
3. 0,40 s/d 0,59 = Korelasi sedang
4. 0,60 s/d 0,79 = Korelasi kuat
5. 0,80 s/d 1,00 = Korelasi sangat kuat

Sementara untuk korelasi ganda digunakan rumus dibawah ini :

Keterangan :

R<sub>yx1x2</sub> = Korelasi antara variabel X1, dengan X2 secara bersama-sama dengan variabel Y

$R_{yx1}$  = Korelasi *Product Moment* antara variabel X1, dengan Y

$R_{yx2}$  = Korelasi *Product Moment* antara variabel X2, dengan Y

$R_{x1x2}$  = Korelasi *Product Moment* antara variabel X1, dengan X2

Jadi untuk dapat menghitung korelasi ganda, maka harus dihitung lebih dahulu korelasi sederhananya melalui korelasi *Product Moment*. (Sugiono, 2012 :233)

### Uji Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan pembelian pegawai, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus perhitungan determinasi ( $r^2$ ) dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

### Regresi Linier Berganda

Untuk melihat garis linier antara pengaruh variabel X dengan variabel Y, digunakan regresi linear berganda dengan menggunakan rumus dan dihitung dengan menggunakan Software SPSS Windows sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

Keterangan :

Y = Variabel keputusan pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien ( beta)

X1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X2 = Variabel Harga

Untuk menghitung harga a, b1 dan b2 dapat menggunakan persamaan berikut :

$$\sum Y = a_n + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

### Uji t (Uji Hipotesis)

Selanjutnya setelah diketahui nilai koefisien regresi antara variabel X dan variabel Y, maka perlu dilakukan pengujian hipotesa dengan menggunakan rumus uji t. Menurut Sugiyono (2012 : 250) rumus uji t adalah sebagai berikut :

Keterangan :

r : Korelasi X dan Y yang ditemukan

n : Jumlah Sampel

t : t Hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t Tabel

dengan taraf signifikan 0,05 % uji dua pihak dan  $dk = n - 2$

Dengan ketentuan :

Ha : Diterima, apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , dan Ho Ditolak.

Ho : Diterima, apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan Ha Ditolak

### Uji F ( Anova )

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95 atau  $\alpha = 5 \%$ . Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah sebagai berikut :

Ho : Kualitas Pelayanan dan Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga

Ha : Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga

Derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut diperlukan dalam menentukan nilai F, dengan rumus sebagai berikut :

df (pembilang) = k-1

df (penyebut) = n-k

Keterangan :

n = Jumlah sampel dalam penelitian

k = Jumlah variabel bebas dan terikat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Analisis Validitas dan Realibilitas.

Berdasarkan hasil penilaian rata-rata hasil jawaban responden setiap item variabel X (promosi) dan variabel Y (harga ) tersebut diatas, maka untuk dapat digunakan ke analisis lebih lanjut, harus diuji terlebih dahulu instrumen penelitiannya agar data-data yang diperoleh valid dan reliabel.

#### Uji Instrument (uji kuesioner)

1)) Uji Validasi Variabel Kualitas pelayanan, harga dan Keputusan Pembelian

Uji Validasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung korelasi *pearson product moment* (r) dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya atau melihat *corrected item total correction program SPSS 19 for Windows*. Dikatakan valid apabila nilai r hitungunya (*corrected item total correction*) lebih besar dari r tabel atau 0,300 untuk sampel besar, maka butir tersebut dinyatakan valid atau memiliki validitas konstruk yang baik. (Helmi dan Lufti, 2012 : 79). Menurutny hal ini merupakan konvensi yang didasarkan pada asumsi distribusi skor dari kelompok subjek yang berjumlah besar.

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).

Setelah mengetahui seluruh butir pertanyaan valid, maka akan dapat diuji reliabilitas dari kuesioner tersebut. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab dengan konsisten. Uji reabilitas tersebut menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach Alpha* > 0,8 reabilitas sangat baik / meyakinkan. (Situmorang dan Lufthi, 2012 : 82).

Adapun hasil uji reabilitas pada variabel Kualitas pelayanan (X1) dengan Harga (X2), dan kinerja dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 1 Uji Reliabilitas Variabel**

No	Item	Cronbach's Alpha	N of Item
1	Kualitas pelayanan (X1)	0,820	10
2	Harga (X2)	0,897	10
2	Kinerja (Y)	0,873	10

Sumber : Hasil olahan SPSS 21

Berdasarkan hasil reliabilitas pada variabel Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) dan Keputusan pembelian (Y) seluruhnya menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,8. Hasil ini berarti alat ukur yang digunakan memenuhi syarat yang diandalkan.

### **Uji Asumsi Klasik**

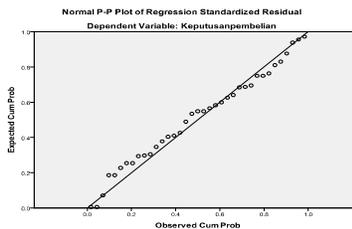
#### **Uji Normalitas**

Ada dua cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi secara normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini digunakan dua cara tersebut :

#### **Analisa Grafik**

Analisa grafik yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa grafik histogram. Pada grafik histogram, data yang mengikuti atau mendekati ditribusi normal adalah distribusi data yang berbentuk lonceng. Pada penelitian ini data pada grafik histogram berbentuk lonceng sehingga dapat disimpulkan distribusi datanya adalah normal. Dapat dilihat pada gambar berikut ini :

**Gambar 4. 2 Grafik normal PP Plot of Regression standardized residual**



Sumber : Hasil olahan SPSS 21

Berdasarkan gambar dan grafik diatas (grafik histogram) menunjukkan bahwa distribusi data dari variabel Kualitas pelayanan (X1), Harga dan keputusan pembelian mendekati normal, ini ditunjukkan titik-titik pada *scatter plot* terlihat mengikuti data disepanjang garis diagonal.

#### **Analisa statistik**

Salah satu uji statistik untuk menguji normalitas adalah uji statistik kolmogorov Smirnov (K-S). Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis : Jika probabilitas (Asymp. Sig) dibawah 0,05 dan nilai KS Z diatas nilai Z untuk 0,05 sebesar 1,97, maka  $H_0$  ditolak artinya data residual tidak berdistribusi normal, jika probabilitas diatas 0,05 dan nilai KS Z dibawah nilai Z untuk 0,05 yang sebesar 1,97, berarti data residual berdistribusi normal. Hasil uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 3**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		37
Normal	Mean	.0000000
Parametersa,b	Std. Deviation	2.46705510
Most Extreme	Absolute	.098
Differences	Positive	.067
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.599
Asymp. Sig. (2-tailed)		.866

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil olahan SPSS 21

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa *Asymp. Sig* sebesar 0,866 diatas nilai probabilitas 0,05 dan nilai Z Kolmorov Smirnov sebesar 0,599 lebih kecil dari nilai Z untuk sig 5 % yaitu 1,97 yang berarti ketiga data variabel tersebut berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineartitas dalam suatu model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya yaitu Variance Inflation Faktor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi, karena VIF sama dengan  $1/\text{tolerance}$ .

Syarat pengambilan keputusan dengan nilai tolerance dan VIF adalah sebagai berikut.

- Jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$  artinya tidak terjadi multikolineartias
- Jika nilai tolerance  $< 0,10$  atau nilai VIF  $> 10$  artinya terjadi multikolinearitas.

### Uji Hipotesis (Uji t)

#### a. Variabel Kualitas pelayanan

Setelah nilai koefisien regresi diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menguji koefisien secara individu atau parsial. Hipotesis : Ada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pegawai pada CV. Angel Sibolga.

1). Langkah-langkah pengujian

$H_0 = b_1 = 0$  artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian CV. Angel Sibolga.

$H_a = b_1 \neq 0$  artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga.

1) Kriteria pengujian secara konvensional ditemukan bahwa pada taraf kesalahan  $\alpha = 0,025$  (uji dua sisi) dengan  $df = 35 (37-2)$  diketahui t tabel = -2,03011 dan t hitung = -0,504. Karena t hitung negatif  $>$  t tabel negatif, maka variabel Kualitas pelayanan (X1)

berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian berarti  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

2) Kriteria pengujian secara SPSS yaitu dengan melihat probabilitas signifikansinya ( $P$ -value) = 0,504 atau 50,4 % lebih besar dari 5% maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga, dengan demikian hipotesis yang diajukan tidak terbukti.

### **Variabel Harga**

Hipotesis : Ada pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga.

1). Langkah-langkah pengujian

$H_0 = b_1 = 0$  artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap keputusan pembelian CV. Angel Sibolga.

$H_a = b_1 \neq 0$  artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap keputusan pembelian CV. Angel Sibolga.

2) Kriteria pengujian secara konvensional ditemukan bahwa pada taraf kesalahan  $\alpha = 0,025$  (uji dua sisi) dengan  $df = 35 (37-2)$  diketahui  $t$  tabel = 2,03011 dan  $t$  hitung = 3,714. Karena  $t$  hitung >  $t$  tabel, maka variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga, berarti  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.

3) Kriteria pengujian secara SPSS yaitu dengan melihat probabilitas signifikansinya ( $P$ -value) = 0,000 atau 0 % lebih kecil dari 5% maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga, dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti.

### **1. Uji F (Secara bersama-sama/simultan atau serempak)**

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui hipotesis yang diajukan yaitu: ada pengaruh antara variabel Kualitas pelayanan, Harga secara serempak terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga, terbukti kebenarannya dengan menggunakan uji F test. Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$  secara bersama-sama.

Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) menurut **Tjiptono (2014:165)** adalah “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Harga menurut **Kotler (2015:345)** adalah “Jumlah yang ditagihkan dalam suatu produk atau jasa”. Sementara pendapat **Schiffman dan Kanuk, (2013:485)** keputusan pembelian merupakan “Seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian”.

Pada Model analisis regresi linier berganda diperoleh nilai Sig = 0,618 untuk variabel kualitas pelayanan yang berarti > dari kriteria signifikan (0,05), dengan demikian model persamaan regresi berdasarkan data penelitian diatas adalah tidak signifikan artinya,  $H_0$  diterima yang berarti ada pengaruh yang tidak signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan variabel harga diperoleh sig 0,001 untuk variabel harga yang berarti < dari kriteria signifikan (0,05), dengan demikian model persamaan regresi berdasarkan data penelitian diatas adalah signifikan artinya,  $H_0$  diterima yang berarti ada pengaruh signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dimana apabila kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama dikelola akan memberikan pengaruh yang cukup kuat dan positif terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian instrumen (uji kuesioner) yang dilakukan menunjukkan nilai *corrected item total correlation* diatas nilai r tabel 0,300, yang berarti semua butir pertanyaan ketiga variabel tersebut dinyatakan valid sehingga memenuhi syarat sebagai alat ukur variabel Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) dan keputusan pembelian (Y).
- b. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh diatas 0,8, sehingga semua alat ukur yang digunakan pada ketiga variabel dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat yang dihandalkan.
- c. Hasil pengujian normalitas dengan histogram yang berbentuk lonceng dan grafik *normal PP Plot standarized residual* menunjukkan bahwa semua titik titik residual data ketiga variabel pada *scater plot* mengikuti data disepanjang garis diagonal, serta uji statistik *Kolmogorov Smirnov* dimana nilai Z yang diperoleh 0,599 lebih kecil dari nilai Z untuk Signifikansi 5 % yaitu 1,97 dan nilai probabilitas 0,866 diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan ketiga data variabel berdistribusi normal.
- d. Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh  $Y = 14,407 - 0,110 X_1 + 0,707X_2$  yang menunjukkan pengaruh negatif kualitas pelayanan (X1) dalam meningkatkan keputusan pembelian akan berkurang sebesar koefisien (0,057) apabila variabel kualitas pelayanan (X1) ditambah dengan satu satuan. Variabel Harga (X2) menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,707 pada CV. Angel Sibolga. Konstanta sebesar 14,407 menunjukkan bahwa pada kualitas pelayanan, Harga, dengan kondisi konstan atau  $X = 0$ , maka keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga sebesar 14,407.
- e. Berdasarkan analisis Koefisien I<sub>77</sub> asi yang diperoleh sebesar  $0,558 = 55,8\%$ , hal ini bermakna bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian oleh variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel Harga sebesar 55,8 % pada CV. Angel Sibolga, sedangkan sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model sebesar 44,2 %.
- f. Berdasarkan Uji F, dimana F hitung sebesar  $21,424 > F_{tabel}$  sebesar 2,88 dan probabilitas signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < \alpha$  0,05 sehingga hipotesis yang diajukan ada pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga secara serempak terhadap keputusan pembelian pada CV. Angel Sibolga dapat diterima atau signifikan.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, diajukan beberapa saran untuk peningkatan keputusan pembelian sebagai berikut :

## **Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen**

**Vol.1, No.2 April 2023**

e-ISSN: 2985-3117; p-ISSN: 2985-3249-, Hal 160-172

- a. Pimpinan CV. Angel Sibolga berupaya membina karyawan terus menerus agar mereka terbiasa memiliki semangat kerja yang tinggi dan penuh gairah dalam melayani pelanggan.
- b. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, karyawan CV Angel Harus mampu meningkatkan inovasi dan kreatif agar CV. Angel mampu bersaing dengan percetakan yang lainnya.
- c. Percetakan CV. Angel diharapkan Untuk dapat mempertahankan kualitas jasa yang ada sekarang bahkan lebih ditingkatkan lagi Untuk memperoleh kepuasan yang lebih bagi para konsumen.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar. Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Furchan, Arief. 2015. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional,
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. PT. Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman dan Kanuk. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Indeks: Jakarta.
- Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muslich Lufti. 2012. *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Edisi 2. Medan: USU Press
- STIE Al-Washliyah Sibolga/Tapanuli Tengah 2022, *Pedoman Penulisan Laporan Penelitian Penyusunan Skripsi* ", Sibolga
- Sumadi Suryabrata. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS).
- Swasta Basu dan Hani Handoko, 2015, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta. Andi Offset.