

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT ARLINDA PUTRA TANGERANG SELATAN

Dana<sup>1</sup>, Tarwin<sup>2</sup>, Budi Syamtoro<sup>3</sup>

Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

E-mail: \*[dosen02224@unpam.ac.id](mailto:dosen02224@unpam.ac.id)<sup>1</sup>, [dosen02332@unpam.ac.id](mailto:dosen02332@unpam.ac.id)<sup>2</sup>, [dosen2118@unpam.ac.id](mailto:dosen2118@unpam.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan non *probability sampling* dengan rumus slovin yang menghasilkan 97 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 4,550 + 0,841X_1$ . Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $16,259 > 1,98525$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 6,369 + 0,800X_2$ . Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $17,283 > 1,98525$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan persamaan regresi  $Y = 4,093 + 0,377x_1 + 0,481x_2$ . Uji hipotesis diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau ( $172,558 > 3,09$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan secara simultan

### Kata kunci

**Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian**

### ABSTRACT

This study was conducted to determine the extent of influence of Price and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions at PT Arlinda Putra Tangerang Selatan, both partially and simultaneously. The method used is quantitative. The sampling technique uses non-probability sampling with the Slovin formula which produces 97 respondents. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. The results of this study are that Price has a significant effect on Purchasing Decisions with the regression equation  $Y = 4.550 + 0.841X_1$ . The hypothesis test obtained a calculated  $t$  value  $>$   $t$  table or ( $16.259 > 1.98525$ ). Thus,  $H_0$  rejected and  $H_1$  is accepted, meaning there is a significant influence between Price on Purchasing Decisions at PT Arlinda Putra Tangerang Selatan. Service Quality has a significant influence on Purchasing Decisions with the regression equation  $Y = 6.369 + 0.800X_2$ . The hypothesis test obtained a calculated  $t$  value  $>$   $t$  table or ( $17.283 > 1.98525$ ). Thus,  $H_0$  is rejected and  $H_2$  is accepted, meaning there is a significant influence of Service Quality on Purchasing Decisions at PT Arlinda Putra Tangerang Selatan. Price and Service Quality have a significant influence on Purchasing Decisions with the regression equation  $Y = 4.093 + 0.377x_1 + 0.481x_2$ . The hypothesis test obtained a calculated  $F$  value  $>$   $F$  table or ( $172.558 > 3.09$ ). Thus,  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted. This means there is a significant influence between Price and Service Quality on Purchasing Decisions at PT Arlinda Putra Tangerang Selatan simultaneously.

### Keywords

**Price, Service Quality, Purchasing Decision**

## 1. PENDAHULUAN

PT Arlinda Putra adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dengan brand Corner Kebab. Jenis produk yang diproduksi dan diperjual belikan berupa kebab, burger, hotdog dan cane. Corner Kebab memulai usaha sejak Agustus 2007 dengan perusahaan awal yang diberi nama CV. Unixcomindo yang terletak di Jakarta Selatan, saat itu perusahaan memulai awal usahanya dengan mendirikan 3 outlet mandiri. Harga dan kualitas layanan merupakan dua faktor utama yang dipertimbangkan oleh konsumen saat memutuskan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan PT Arlinda Putra. Harga yang kompetitif seringkali menjadi daya tarik utama bagi konsumen, namun kualitas pelayanan juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap produk-produk PT Arlinda Putra tersebut. Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan secara individual mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji kedua faktor ini secara bersamaan dalam konteks produk yang ditawarkan, terutama di PT Arlinda Putra Tangerang Selatan. Dengan memahami pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Arlinda Putra, dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik PT Arlinda Putra untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperluas pangsa pasar mereka di Tangerang Selatan. PT Arlinda Putra Kota Tangerang Selatan yang merupakan perusahaan bergerak dibidang makanan.

Harga adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan suatu bisnis, maka dari itu konsumen perlu diberikan Penawaran yang menarik perihal Harga. Suatu keharusan bagi perusahaan mengatur Harga dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. Berikut data perbandingan harga Corner Kebab dengan kompetitor lainnya:

**Tabel 1. Data Perbandingan Harga Corner Kebab dengan Kompetitor lain**

No	Nama Produk	Harga			
		Corner Kebab	KebabTurki (Baba Rafi)	Kebab Blasting	Arabian Kebab
1	Kebab	23.000	22.000	16.000	18.000
2	Burger	20.000	20.000	15.000	12.000
3	Hotdog	16.000	20.000	13.000	10.000

*Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2024.*

Berdasarkan pada tabel 1 di atas dapat di simpulkan bahwa harga Corner Kebab lebih mahal dibandingkan kompetitor sejenisnya, hal ini dikarenakan berbagai hal salah satunya biaya dasar dan produksi yang memang lebih mahal dibandingkan kompetitor lain.

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat, berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas pelayanan yang baik, pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas pelayanan yang baik. Dari data yang dikumpulkan terhadap PT Arlinda Putra berdasarkan penjualan yang sudah ada dari tahun 2024 terdapat banyak sekali keluhan dari konsumen. Berikut penulis lampirkan data keluhan konsumen:

**Tabel 2. Data Keluhan Konsumen Tahun 2024**

No	Jenis Keluhan	Jumlah keluhan
1	Porsi tidak sesuai	35
2	Lamanya pengiriman	53
3	Rasanya tidak sesuai harapan	30
4	Produk tidak sesuai preferensi	46
5	Harga yang terlalu mahal	58
6	Pelayanan kurang ramah	44
<b>Total</b>		<b>266</b>

*Sumber: Data keluhan dan rating PT Arlinda Putra tahun 2024.*

Berdasarkan data di atas pada tabel 1.2 perihal data keluhan konsumen pada PT Arlinda Putra, dari tahun 2024 terdapat total 266 keluhan dengan rincian yaitu porsi tidak sesuai sebanyak 35 keluhan, lamanya pengiriman sebanyak 53 keluhan, rasanya tidak sesuai harapan sebanyak 30 keluhan, produk tidak sesuai preferensi sebanyak 46 keluhan, harga yang terlalu mahal sebanyak 58 keluhan, dan pelayanan kurang ramah sebanyak 44 keluhan. Hal ini membuat semakin kecilnya rating dan penilaian dari PT Arlinda Putra, sehingga menjadi tolak ukur para konsumen PT Arlinda Putra saat membeli di *outlet* karena semakin buruknya rating suatu toko, maka kurang terpercayanya produk yang dijual.

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap objek setiap orang berbeda, sehingga apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen juga berbeda. Pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen beraneka ragam, seseorang akan mampu mendapat keyakinan pada sikap, kemudian keduanya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Maka dari Harga dan kualitas pelayanan dapat dipastikan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan produk yang ditawarkan, berikut ini adalah penjualan PT Arlinda Putra 2024:

**Tabel 3. Data Penjualan PT Arlinda Putra Tahun 2021-2024**

Tahun	Penjualan		Presentase (%)	Keterangan
	Realisasi	Target		
2021	Rp. 25.200.000	Rp. 22.500.000	112%	Tercapai
2022	Rp. 32.850.000	Rp. 31.500.000	104%	Tercapai
2023	Rp. 42.750.000	Rp. 45.000.000	95%	Tidak tercapai
2024	Rp. 56.700.000	Rp. 58.500.000	97%	Tidak tercapai

*Sumber: Data Penjualan PT Arlinda Putra Tahun 2021-2024.*

Dengan memperhatikan masalah pada latar belakang dan ditambah data-data di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang harga dan kualitas pelayanan di PT Arlinda Putra Tangerang Selatan karena terdapat kekurangan pada pelayanan yang diberikan dan harga yang kurang bersaing. Maka dengan penelitian ini penulis tertarik mengambil judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan”.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Operasional Variabel Penelitian

Operasional pada penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan pengukuran terhadap konsep. Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian PT Arlinda Putra Tangerang Selatan. Dependen variabel pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian, dan variabel independen yang mempengaruhi yaitu harga dan kualitas pelayanan.

### 2.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuensi. Menurut Sugiyono (2018:39) variabel terikat merupakan “variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Secara lebih rinci operasional variabel dalam penelitian ini dibuat tabel variabel, indikator, nomor instrumen, skala yang digunakan penelitian, seperti yang diuraikan pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 4. Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Nomor Instrumen	Skala
<b>Harga (X1)</b>  Sumber : Kotler (2019:42)	1. Keterjangkauan harga	1,2	Skala Likert
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3,4	
	3. Daya saing harga	5,6	
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8	
	5. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan	9,10	
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>  Sumber : Kotler dan Keller (2016:284)	1. <i>Realibility</i> (Kehandalan)	1,2	Skala Likert
	2. <i>Responsivess</i> (Ketanggapan)	3,4	
	3. <i>Assurance</i> (Jaminan)	5,6	
	4. <i>Emphaty</i> (Empati)	7,8	
	5. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	9,10	
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>  Sumber : Kotler dan Keller (2016:175)	1. Pengenalan Masalah	1,2	Skala Likert
	2. Pencarian Informasi	3,4	
	3. Evaluasi Alternatif	5,6	
	4. Keputusan Pembelian	7,8	
	5. Perilaku Pasca Pembelian	9,10	

*Sumber: Data diolah Peneliti, 2024.*

Berdasarkan uraian diatas maka pada penelitian ini memiliki tiga variabel, adalah variabel bebas harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y).

### 2.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/ subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen PT Arlinda Putra Kota Tangerang Selatan selama 1 tahun yang berjumlah 2.836 orang.

### 2.4 Sampel

Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015:154) *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan memberikan angket berupa kuisisioner yang akan diisi, sehingga proses pengambilan sampel dapat bersifat *representative* karena seluruh konsumen dapat memiliki kesempatan yang sama dalam mengisi angket. Penentuan jumlah sampel dapat dihitung menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Besarnya sampel

N = Populasi

e = Error (*Presentase* kesalahan yang dapat di tolelir dapat mengambil sampel) dan tingkat error yang penulis tetapkan adalah 10%. Berdasarkan rumus diatas, maka dapat ditentukan besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{2.836}{1+2.836(0,10)^2}$$

$$n = \frac{2.836}{1+2.836(0,01)}$$

$$n = \frac{2.836}{1+28,36}$$

$$n = \frac{2.836}{29,36}$$

$$n = 96,59 \text{ dibulatkan menjadi } 97 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan di atas bahwa yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini merupakan konsumen PT Arlinda Putra Tangerang Selatan yaitu 97 responden.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk menguji pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang di distribusikan, apakah valid atau tidak valid. Lalu untuk menentukan yang diperoleh dari hasil penelitian dapat digunakan atau tidak, maka peneliti menggunakan uji validitas. Berikut tabel hasil uji validitas dari tiga variabel yaitu Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan jumlah sampel 97 responden:

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas**

<b>Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel 5% (97)</sub></b>	<b>Keputusan</b>
<b>Harga (X1)</b>			
P1	0,806	0,1996	Valid
P2	0,854	0,1996	Valid
P3	0,821	0,1996	Valid
P4	0,811	0,1996	Valid
P5	0,845	0,1996	Valid
P6	0,884	0,1996	Valid
P7	0,855	0,1996	Valid
P8	0,803	0,1996	Valid
P9	0,818	0,1996	Valid
P10	0,776	0,1996	Valid
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>			
P1	0,886	0,1996	Valid
P2	0,921	0,1996	Valid
P3	0,912	0,1996	Valid
P4	0,897	0,1996	Valid
P5	0,889	0,1996	Valid
P6	0,816	0,1996	Valid
P7	0,887	0,1996	Valid
P8	0,885	0,1996	Valid
P9	0,877	0,1996	Valid
P10	0,894	0,1996	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>			
P1	0,828	0,1996	Valid
P2	0,829	0,1996	Valid
P3	0,849	0,1996	Valid
P4	0,805	0,1996	Valid
P5	0,821	0,1996	Valid
P6	0,780	0,1996	Valid
P7	0,842	0,1996	Valid
P8	0,799	0,1996	Valid
P9	0,820	0,1996	Valid
P10	0,844	0,1996	Valid

**a. Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliable atau tidak. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan,

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standar Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Harga (X <sub>1</sub> )	0,949	0,600	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	0,970	0,600	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,946	0,600	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* atas variabel Harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,949, variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,970 dan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,946. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuisioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,600. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti apabila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

### b. Analisis Kuantitatif

#### 1) Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linear digunakan untuk mengetahui persamaan regresi dan hubungan antara masing masing variabel yang diteliti di tunjukan dengan persamaan regresi dengan rumus  $Y=a+bx$ . Dimana a merupakan nilai konstanta dan b adalah nilai dari variabel. Berikut ini hasil pengolahan regresi dengan SPSS Versi 26 yang dapat di lihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,550	1,986		2,291	0,024
	Harga	0,841	0,052	0,858	16,259	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Regresi sederhana  $Y = a + b(x_1)$  yang telah ditemukan antara variabel harga (X<sub>1</sub>) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah  $Y = 4,550 + 0,841X_1$  hasil ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel harga (X<sub>1</sub>) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Konstanta (a) = 4,550 bermakna tanpa adanya harga (X<sub>1</sub>) maka keputusan pembelian (Y) sebesar 4,550 satuan.

#### 2) Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Berganda Harga (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,093	1,799		2,275	0,025

Harga	0,377	0,109	0,385	3,458	0,001
Kualitas Pelayanan	0,481	0,102	0,523	4,699	0,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Berdasarkan hasil penghitungan regresi pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi  $Y = 4,093 + 0,377x_1 + 0,481x_2$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Konstanta 4,093 menyatakan bahwa tanpa adanya harga dan kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan tetap terbentuk 4,093.
- Nilai regresi  $0,377x_1$  artinya apabila variabel harga ( $X_1$ ) meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tetap, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,377 satuan.
- Nilai regresi  $0,481x_2$  artinya apabila variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel harga ( $X_1$ ) tetap, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,481 satuan.

### 3) Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk pengujian pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan uji statistik F (uji simultan) dengan signifikansi 5%. Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) yaitu membandingkan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ : berarti  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak.
- Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ : berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.

Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai signifikansi dengan 0,05, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Untuk menentukan besarnya  $F_{tabel}$  di cari dengan ketentuan  $df = (n-k-1)$ , maka diperoleh  $(97-2-1) = 94$ , jadi  $F_{tabel} = 3,09$ .

**Tabel 8. Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6652,160	2	3326,080	172,558	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1811,860	94	19,275		
	Total	8464,021	96			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Berdasarkan pada tabel 4.28 diatas, diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $172,558 > 3,09$ . Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 4,550 + 0,841X_1$ , Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,858 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh  $X_1$  terhadap Y sebesar 0,736 atau sebesar 73,6% sedangkan sisanya sebesar 26,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau senilai  $16,259 > 1,98525$  dengan nilai signifikansinya  $< 0,05$  atau  $(0,000 < 0,05)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 6,369 + 0,800X_2$ . Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,871 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,759 atau sebesar 75,9% sedangkan sisanya sebesar 24,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
3. Terdapat pengaruh Positif dan signifikan antara Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh persamaan regresi  $Y = 4,093 + 0,377x_1 + 0,481x_2$ . Nilai koefisien korelasi secara simultan diperoleh sebesar 0,887 artinya ketiga variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi memiliki pengaruh sebesar 78,6% sedangkan sisanya 21,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau senilai  $172,558 > 3,09$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Arlinda Putra Tangerang Selatan.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Andriani, F., & Narulita, S. (2021). *Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek)*. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266-278.
- Azhari, S., Suriadi, M., & Arisna, P. (2023). *Harga, Produk, Dan Kreatifitas Iklan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Adlya Olshop Gampa Meulaboh*. *Journal of Management Science and Business Review*, 1(2), 26-44. Retrieved from <https://jurnal.ypsms.or.id/index.php/JMSBR>
- Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen Elbadiansyah*. Yogyakarta: CV. Budi Utama Deepublish.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee)*. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106-113.

- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. e-Proceeding of Management, 8(4), 3340-3353.*
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.