

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI TOKO LISA JAYA BENGKULU

Subandrio<sup>1)</sup>, Elsa Amarta<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu

[subandrio@umb.ac.id](mailto:subandrio@umb.ac.id)

[elsaamarta21@yahoo.com](mailto:elsaamarta21@yahoo.com)

### ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and service quality on repurchase interest at Lisa Jaya Bengkulu, either partially or simultaneously. There are several factors that will be discussed in this study, including Price and Quality of Service. The object of this research is 60 customers who shop at Lisa Jaya Bengkulu shop.

In this study the authors used descriptive research methods with quantitative data analysis. The data collection in this study is by means of observation, distributing questionnaires or questionnaires. There are several data analysis techniques used in this research, including instrument test, classical assumption test, respondent response analysis, multiple linear regression analysis, determinant coefficient, and hypothesis testing.

Based on the results of multiple linear regression, the regression equation is  $Y = 2.696 + 0.316(X_1) + 0.480(X_2)$ . The results of the t hypothesis test show that the variable price ( $X_1$ ), shows t count of  $2.266 > t$  table  $2.00247$  with a significant level of  $0.027 < 0.050$ . Service Quality Variable ( $X_2$ ), shows t count of  $4.525 > t$  table  $2.00247$  with a significant level of  $0.000 < 0.050$ . While the results of the F hypothesis test show that the significance value of F is  $0.000 < 0.050$  and  $F_{count} > F_{table}$ ,  $24.033 > 3.166$ . So it can be concluded that price and service quality have a positive and significant effect on repurchase interest at Lisa Jaya Bengkulu shop.

Keywords: Price, Quality Of Service And Interest In Repurchasing

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam segala aspek, tak terkecuali dalam bidang bisnis. Perkembangan ini telah meningkatkan ketergantungan dan juga mempertajam persaingan antara perusahaan baik perusahaan asing maupun perusahaan dalam negeri. Kondisi ini tentunya mempengaruhi perusahaab-perusaan untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat sebagai bentuk solusi perusaan tersebut dalam menangani persaingan yang terjadi diindonesia ini.

Pertumbuhan ekonomi di Negara Indonesia ini telah banyak berkembang sebagai usaha dari usaha kecil menengah sampai usaha yang berskala besar. Pemilik usaha saling berlomba untuk menawarkan produk-produk yang mereka ciptakan. Dari produk dibidang jasa dan dari produk barang. Para pemilik usaha saling mengatur strategi agar produk-produk mereka diminta oleh konsumen. Dengan adanya usaha baru yang berkembang dimasyarakat bias mengurangi pengangguran yang berada dilingkungan sekitar usaha.

Munculnya berbagai strategi pemasaran yang dilakukan tidak luput dari banyaknya persaingan yang terjadi akhir-akhir ini. Salah satu contoh persaingan yang terjadi adalah pengaruh harga. Harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Definisi harga menurut Basu Swastga dan Irawan (2008) harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan layanan. Harga merupakan salah satu variable pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan, karna harga akan langsung mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen dan laba yang dicapai oleh perusahaan.

Menurut Herman dalam Tjiptono (2009), secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau factor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Harga juga mempunyai arti jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu barang.

Ketika persaingan semakin ketat dan produk serta harga yang ditawarkan kepada konsumen sudah saling menyerupai maka kata kunci sukses perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan memenangkan persaingan adalah dengan melalui pemberian “pelayanan yang berkualitas” secara konsisten dan didukung oleh evaluasi serta perbaikan terhadap kualitas pelayanan itu sendiri secara terus menerus dan berkesinambungan. Pelanggan akan selalu menuntut kepuasan atas produk yang telah mereka beli karena mereka telah mengeluarkan biaya tertentu untuk mendapatkannya.

Menurut Lovelock menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atau keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Lovelock, 2010). Sedangkan menurut Pasuraman mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan terhadap keterhandalan (*excellence*) dalam *service encounter* yang dilakukan oleh konsumen (Setiawan, 2007).

Kualitas pelayanan menjadi variable kunci strategis dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelayanan dan juga menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut organisasi seharusnya memperhatikan tindakan pekerja dan membekali pekerjaannya dengan pengetahuan yang cukup tentang strategi pelayanan yang baik apabila hal ini diabaikan maka pelanggan akan mengalami kekecewaan karena komunikasi yang buruk.

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan pembelian. Kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa berkembang dari masa ke masa dan mempengaruhi perilaku mereka dalam pembelian produk (Mandasari dan Soesanto, 2011). Minat beli dapat didefinisikan sebagai suatu kemungkinan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen. Minat membeli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengkonsumsi produk yang diberikan setelah mencoba produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk (Sundalangi dkk., 2014)

Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian, yang selanjutnya akan membentuk loyalitas dalam diri konsumen. Selain itu, pelanggan yang memiliki komitmen pada umumnya lebih mudah menerima perluasan produk baru yang ditawarkan dengan yang diharapkan konsumen akan memberikan minat beli ulang konsumen di waktu yang akan datang

Berdasarkan hasil survey dan wawancara yang dilakukan pada hari rabu, 3 Desember 2020 owner Lisa jaya menyatakan bahwa permasalahan tentang minat beli ulang pada pelanggan toko Lisa jaya adalah harga dan kualitas pelayanan, hal ini yang mempengaruhi minat beli ulang pelanggan masih standar tidak terlalu besar.

Masih adanya keluhan konsumen bahwa harga dan kualitas pelayanan pada toko Lisa jaya masih kurang, namun dari observasi awal dari pendapat beberapa pelanggan menyatakan bahwa harga yang masih relative tinggi sesuai dengan kualitas yang diberikan, serta pelayanan pada toko lisa jya juga dapat dikatakan masih kurang baik terhadap konsumen.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jual-beli hijab dalam upaya penyediaan produk dan tentunya dalam upaya untuk mendapatkan laba, maka toko Lisa Jaya Bengkulu dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tetap loyal untuk membeli produk pada toko Lisa Jaya Bengkulu. Disamping hal-hal diatas, yang tak kalah penting juga adalah harga dari hijab tersebut juga turut mempengaruhi keputusan pembelian. Dimana harga hijab yang ditawarkan sesuai dengan tingkat kualitas produk.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini akan dilakukan di toko Lisa Jaya Bengkulu yang beralamat di Jln Dp Negara (Pagar Dewa) Bengkulu dalam jangka waktu 1 bulan dari bulan November 2020 sampai selesai. Populasi dalam penelitian ini, adalah pelanggan yang berbelanja ditoko Lisa jaya Bengkulu. Teknik pengambilan sampel ini biasanya didasarkan oleh pertimbangan tertentu, misalnya keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sample penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bias lebih representif, Menurut Sugiyono (2008) *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu atau kriteria-kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pengunjung Danau Gedang Kabupaten Bengkulu Tengah.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2012). menyatakan bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi  $n \times 5$  *observed variabel* (indikator) dan  $n \times 10$  *observed variabel* (indikator). Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 12 indikator. Maka, yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 12 \times 5 \\ &= 60 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 60 sampel, yang dirasa sudah cukup mewakili populasi. sampel yang diambil merupakan pelanggan toko lisa jaya bengkulu.

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan dan reliabel adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik yaitu statistik deskriptif dan inferensial.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga**

Variabel harga memiliki 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 3,84 maka merujuk pada skala interval tanggapan responden (3,40 – 4,19) maka termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa Hargayang ditawarkan selama ini masih dapat terjangkau bagi para pelanggan. Dengan harga yang masih bisa dijangkau bagi para pelanggan tentunya akan sangat berdampak bagi minat beli ulang pada produk tersebut. Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Harga produk memiliki manfaat yang bagus

dibanding dengan yang lain) diangka 3.98. Dengan adanya harga produk yang relative terjangkau tentunya memberikan nilai manfaat lebih bagi produk yang ditawarkan. Sedangkan nilai terendah pada pernyataan (Harga produk toko Lisa jaya lebih murah dibandingkan dengan yang lain) diangka 3,73. Meskipun secara umum harga yang ditawarkan terjangkau, akan tetapi bila dibandingkan dengan Toko lain yang sejenis, masih sedikit lebih mahal. Disarankan pada pihak Toko Lisa Jaya Bengkulu, untuk melakukan riset mengenai harga-harga yang ditawarkan oleh toko lain yang sejenis dan sama kualitasnya, agar nantinya bisa menetapkan harga yang tidak jauh berbeda.

### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan**

Variabel promosi online memiliki 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 3.78. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) adalah pada kategori baik karena berada pada skala interval (3,40 - 4,19). Dengan adanya pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif bagi para pelanggan sehingga diharapkan kedepannya pelanggan tersebut mempunyai niatan untuk membeli kembali di toko tersebut. Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Karyawan toko Lisa jaya memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada pelanggan) diangka 3.9. Dengan pelayanan yang ramah dan sopan akan membuat pelanggan yang datang merasa nyaman pada saat berkunjung. Sedangkan nilai terendah pada pernyataan (Bangunan dan interior pada toko Lisa jaya bagus dan menarik sehingga membuat konsumen merasa nyaman) diangka 3,66. Bagi sebagian pelanggan, bangunan dan interior pada toko Lisa jaya Bengkulu masih kurang menarik dan terkesan biasa saja, hal ini dikarenakan memang toko Lisa jaya ini masih tergolong baru dan masih dalam proses berkembang. Disarankan pada Pihak Toko Lisa Jaya Bengkulu untuk tetap memperhatikan interior rungunya agar lebih menarik lagi.

### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang**

Variabel transportasi memiliki 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Minat Beli Ulang (Y) sebesar 3.7 Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Minat Beli Ulang (Y) adalah pada kategori baik karena berada pada skala interval (3,40 - 4,19). Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Anda tidak ragu untuk merekomendasikan toko Lisa jaya kepada teman dan keluarga anda) diangka 4.03. Dengan pelayanan yang baik, serta harga yang tergolong kompetitif, maka akan membuat para pelanggan tidak ragu untuk merekomendasikan Toko Lisa Jaya Bengkulu sebagai tempat berbelanja. Sedangkan nilai terendah pada pernyataan (Anda berniat untuk membeli varian lain yang ditawarkan toko Lisa jaya saat anda mengunjungi kembali) diangka 3.41. Hal ini dikarenakan memang, di Toko Lisa Jaya Bengkulu, tidak banyak varian produk yang ditawarkan. Disarankan pada pihak Toko Lisa Jaya Bengkulu untuk menyediakan lebih banyak varian produk untuk ditawarkan, agar kedepannya minat beli ulang para pelanggan bisa meningkat.

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 1.**  
**Model Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.696	1.940		1.389	.170
Harga	.316	.139	.256	2.266	.027
Kualitas_Pelayanan	.480	.106	.511	4.525	.000

a. Dependent Variable: Minat\_Beli\_Ulang

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:  $Y = 2.696 + 0.316 (X_1) + 0.480 (X_2)$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Jika variabel ( $X_1$ ) Harga dan variabel ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan konstan (tetap) atau nilai ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) = 0 atau konstan. Maka besar variabel (Y) Minat Beli Ulang sebesar 2.696.
2. Koefisien regresi Harga ( $X_1$ ) sebesar 0.316 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Harga dapat meningkatkan nilai Minat Beli Ulang sebesar 0.316, dengan asumsi jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) tetap atau =0.
3. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0.480 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan nilai variabel Minat Beli Ulang sebesar 0.480, dengan asumsi jika variabel Harga ( $X_1$ ) tetap atau =0.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 2.**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.676 <sup>a</sup>	.457	.438	1.78025	2.352

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Minat\_Beli\_Ulang

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas terlihat bahwa koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan nilai sebesar 0.457. Ini menunjukkan pengaruh dari variabel (x) terhadap variabel (y) sebesar 0.457 atau 45,7 %. Selebihnya 54,3 % ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel diatas maka hasil uji hipotesis secara parsial dapat dilihat perbandingan antara  $t_{hit}$  dengan  $t_{\alpha/2} (n-k-1) = 60-2-1= 57 (2.266)$  setiap variabel sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama, Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang di Toko Lisa Jaya Bengkulu. Variabel Harga ( $X_1$ ), menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar  $2.266 > t_{tabel} 2.00247$  dengan tingkat signifikan  $0,027 < \text{dari } 0,050$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Toko Lisa Jaya Bengkulu. Hal ini berarti hipotesis diterima.
2. Hipotesis kedua adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang di Toko Lisa Jaya Bengkulu. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar  $4.525 > t_{tabel} 2.00247$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < \text{dari } 0,050$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Toko Lisa Jaya Bengkulu. Hal ini berarti hipotesis diterima.

### Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan adalah pengujian hipotesis yang untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yang ingin diketahui adalah pengaruh Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh bersama-sama terhadap Minat Beli Ulang ( $Y$ ). Berikut output pengujian hipotesis dengan SPSS :

**Tabel 3.**  
**Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	Sig.
1 Regression	152.334	2	76.167	24.033	3.166	.000 <sup>a</sup>
Residual	180.650	57	3.169			
Total	332.983	59				

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi F yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,050 dan  $F_{hitung}$  Lebih besar dari  $F_{tabel}$ ,  $24.033 > 3.166$ , dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel Harga dan variabel Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli Ulang. Hal ini berarti Hipotesis terbukti, yaitu variabel Harga dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang di Toko Lisa Jaya Bengkulu.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang ( $Y$ ) pada toko lisa jaya Bengkulu. Semakin sesuai harga produk yang ditawarkan pada toko lisa jaya maka minat beli ulang pelanggan pada toko lisa jaya akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan kualitas dari bahan yang diproduksi oleh toko lisa jaya bagus dan berkualitas premium sehingga dapat meningkatkan minat beli pelanggan pada toko lisa jaya, dan dikarenakan harga yang

diberikan relative tinggi tetapi setara dengan kualitas produk yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa para konsumen tidak merasa dirugikan.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil variabel Harga ( $X_1$ ), menunjukkan  $t$  hitung sebesar  $2.266 > t$  tabel  $2.00247$  dengan tingkat signifikan  $0,027 <$  dari  $0,050$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Toko Lisa Jaya Bengkulu. Hal ini berarti hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Mutami' & Agus Hermani DS (2018) yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dan hasil penelitian dari Rahmi Rosita (2016) harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dikarenakan harga yang diberikan setara dengan kualitas produk yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa para konsumen tidak merasa dirugikan.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Amir (2005) yang menyatakan harga adalah Jumlah keseluruhan nilai yang diperlukan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakan atas produk dan jasa. Dan yang dikemukakan oleh Swastha 2008 harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk, dengan kata lain harga merupakan sebuah nilai yang harus ditukarkan dengan produk yang dikehendaki pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang ( $Y$ ) pada toko lisa jaya Bengkulu. Jika kualitas pelayanan semakin ditingkatkan dan bagus maka minat beli ulang pelanggan toko lisa jaya semakin meningkat. Kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan minat beli ulang pelanggan, jika lisa jaya mampu memberikan fasilitas yang baik dalam melayani pembeli maka pelanggan akan merasa nyaman dalam membeli produk-produk yang ditawarkan oleh toko lisa jaya.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), menunjukkan  $t$  hitung sebesar  $4.525 > t$  tabel  $2.00247$  dengan tingkat signifikan  $0,000 <$  dari  $0,050$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Toko Lisa Jaya Bengkulu. Hal ini berarti hipotesis diterima

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Arfiani Bahar & Herman Sjaruddin (2015) yaitu kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang tetapi dengan adanya kepuasan konsumen yang memediasi maka akan lebih menguatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Dan sejalan dengan penelitian dari Mutami' Agus Hermani DS (2018) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Adapun teori yang sejalan dengan penelitian ini yaitu menurut Fandy Tjiptono (2014-268) yaitu kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Dan teori dari Zeithaml (1998) kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan yang dirasakan konsumen atas sesuatu produk atau layanan secara menyeluruh.

### **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang**

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian bahwa variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang ( $Y$ ) pada toko lisa jaya Bengkulu. Dengan produk yang mudah dikenal dan berkualitas meskipun harganya masih relative tinggi, hal

ini dikarenakan kualitas bahan yang diberikan berkualitas premium dan bagus sehingga dapat meningkatkan minat beli ulang pelanggan, dan dikarenakan harga yang diberikan setara dengan kualitas produk yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa para konsumen tidak merasa dirugikan. Adapun teori yang sejalan dengan penelitian oleh (Amir; 2005, Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. 2021) yang menyatakan harga adalah Jumlah keseluruhan nilai yang diperlukan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakan atas produk dan jasa. Dan yang dikemukakan oleh Swastha (2008) harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk, dengan kata lain harga merupakan sebuah nilai yang harus ditukarkan dengan produk yang dikehendaki pelanggan.

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian bahwa variabel ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y) pada toko lisa jaya Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari usaha lisa jaya yang mampu memberikan fasilitas yang baik dalam melayani pembeli. Sehingga para pelanggan merasa nyaman dan akan semakin banyak berkunjung untuk melakukan pembelian pada toko lisa jaya Bengkulu. Adapun teori yang sejalan dengan penelitian ini yaitu menurut Fandy Tjiptono (2014) dan Sonatasia, D., & Arini, E. (2020) yaitu kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Dan teori dari Zeithaml (1998) kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan yang dirasakan konsumen atas sesuatu produk atau layanan secara menyeluruh

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Lisa Jaya Bengkulu). Hal ini berarti hipotesis diterima. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Lisa Jaya Bengkulu). Hal ini berarti hipotesis diterima. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Lisa Jaya Bengkulu). Hal ini berarti hipotesis diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryandi, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. (2010). Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mandasari, K., dan Soesanto, H. 2011 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Jasa Perhotelan (Studi kasus pada Hotel GRASIA Semarang. Skripsi. Universitas Diponegoro.



- Munandar, J. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Setiawan, Heri dkk. 2007. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan ) *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Sonatasia, D., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib) Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sundalangi, Marchelyno., Silvya L. Mandey., Rotinsulu Jopie Jorie. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado”, *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 1, Maret 2014.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta
- Toyib, R., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia*, 3(1).