

HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PD. RABINDO TAMA SERANG BANTEN

Ende¹

ende.binabangsa@ac.di

Nurul Hidayat²

hidayat@gmail.com

Universitas Bina Bangsa¹⁻²

ABSTRACT

The development of the times is certainly influenced by the increase in the human population so that the need for clothing, food and shelter increases. The need for boards is especially important because it is in line with the increasing demand for building materials or materials. This study aims to examine the effect of price and service quality with purchasing decisions on PD. Rabindo Tama Serang Banten. By using a descriptive analytical approach which is a quantitative research. Total population of all who have become consumers of PD. Rabindo Tama and took 66 research samples. The main problems and objectives formulated in the Purchasing Decision (Y) research through Price (X1) and Service Quality (X2) at PD. Rabindo Tama Serang Banten, then the method of this research is descriptive analytical method that is looking at the causal relationship. Based on the research analysis, the coefficient of determination (R^2) = 72.4%. The results of the partial test are X1 variables of 6.755 and X2 of 4.266, which is greater than table of 1.99773 and the value of sig. < 0.05. The results of the study simultaneously obtained the results of $F_{count} = 82.435 > F_{table} = 3.14$. Based on the results of the study, it can be concluded that the effect of the variable price and service quality partially and simultaneously on purchasing decisions has a significant and positive effect.

Keywords: Price, Service Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Perkembangan zaman tentunya dipengaruhi dengan bertambahnya populasi manusia sehingga kebutuhan akan sandang pangan dan papanpun meningkat. Kebutuhan papan terutama menjadi hal yang sangat penting oleh karena itu sejalan dengan kebutuhan bahan bangunan atau material yang terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh antara Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif analistik yang merupakan penelitian kuantitatif. Jumlah populasi semua yang telah menjadi konsumen PD. Rabindo Tama dan mengambil sampel penelitian berjumlah 66 orang. Pokok masalah dan tujuan yang dirumuskan dalam penelitian Keputusan Pembelian (Y) melalui Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten, maka metode penelitian ini adalah metode deskriptif analistik yaitu melihat hubungan sebab akibat. Berdasarkan analisis penelitian didapatkan nilai koefisien determinasi (R^2)=72,4%. Hasil uji parsial yaitu variabel X_1 sebesar 6,755 dan X_2 sebesar 4,266 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,99773 dan nilai sig. < 0,05. Hasil penelitian secara simultan mendapatkan hasil $F_{hitung} = 82,435 > F_{tabel} = 3,14$. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh yang signifikan dan positif.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

PD. Rabindo Tama adalah perusahaan yang terletak di Kecamatan Lebakwangi Kabupaten Serang Banten, Toko bangunan ini berdiri pada tahun 2018. Sejak berdirinya PD. Rabindo Tama ini membantu masyarakat yang sibuk bekerja untuk memudahkan dalam mendapatkan bahan barang material. Adapun bahan dan alat bangunan yang dijual antara lain: semen, pasir, besi, batu, perlengkapan cat, perlengkapan aksesoris rumah, dan lain-lain.

Berdasarkan data perusahaan, pada bulan Maret, April dan Mei tahun 2021 pendapatan hasil penjualan hanya sampai setengah dari target yang ditetapkan perusahaan, penurunan penjualan terjadi sangat signifikan, hal ini tidak terlepas dari kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan terkait adanya wabah pandemi Covid-19 dan kurangnya pelayanan serta tidak adanya harga yang di promosikan.

Dari hasil observasi peneliti bahwa kualitas pelayanan PB. Rabindo Tama kurang diperhatikan terlihat dari konsumen yang datang dan sedang kebingungan, karyawan tidak cepat tanggap atau menanyakan apakah perlu bantuan mengenai tujuan konsumen dan memberi perhatian yang responsif ketika konsumen datang. Kualitas pelayanan suatu perusahaan dagang yang cepat dan tanggap akan kebutuhan konsumen atau calon konsumen menjadi suatu keharusan yang dilakukan untuk dapat mempengaruhi dalam tingkat penjualan suatu produk dagang. Dengan melakukan pelayanan yang baik dan optimal kepada konsumen dapat menciptakan kenyamanan dalam proses pembelian atau transaksi yang sedang berlangsung, juga dapat mempengaruhi secara tidak langsung terhadap psikologi konsumen untuk dapat melakukan keputusan pembelian produk pada perusahaan tersebut. Sehingga yang diharapkan perusahaan adalah tingkat penjualan produk dan konsumen pun meningkat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang harga dan kualitas pelayanan yang di miliki oleh suatu usaha bahan material dengan judul **“Pengaruh Harga dan**

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PD. Rabindo Tama Serang Banten”.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan proses. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli (Alma, 2017).

Tinjauan pustaka memuat referensi literatur dari buku/riset sebelumnya yang terkait dengan penelitian dan pengembangan hipotesis. Beberapa indikator mengenai keputusan pembelian diantaranya:

1. Kebutuhan yang dirasakan

Ketika konsumen datang untuk memutuskan pembelian suatu barang dipengaruhi oleh jenis kebutuhan yang diperlukan untuk mempunyai manfaat yang dirasakan.

2. Kegiatan sebelum membeli

Adapun kegiatan sebelum melakukan pembelian menjadi salah satu indikator kebutuhan apa saja yang akan diperlukan. Contoh membangun rumah maka bahan yang dibutuhkan sebelum membangun diantaranya seperti semen, pasir, batu, besi dan lain-lain.

3. Perilaku waktu memakai

Konsumen setelah membeli merasa cocok terhadap penggunaan barang tersebut.

4. Perilaku pasca pembelian

Ketika konsumen cocok dan nyaman menggunakan barang yang sudah membeli makan akan cenderung datang kembali untuk membeli barang yang sama.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan

pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, disamping itu harga merupakan unsur yang paling fleksibel yang artinya dapat diubah dengan cepat.

Menurut Tjiptono dan Chandra, harga adalah jumlah uang (satuan *moneter*) dan/atau aspek lain (*nonmoneter*) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk (Tjiptono & Chandra, 2016). Adapun indikator dalam penetapan harga sebagai berikut (Susanto, 2018):

1. **Personal**
Pribadi seseorang memandang suatu barang atas kemampuan membeli suatu barang tersebut.
2. **Produk**
Unsur yang dapat mempengaruhi suatu tingkatan harga. Apabila produk berkualitas dan susah didapat biasanya harganya yang ditawarkan pun tinggi.
3. **Lingkungan**
Unsur ini mempengaruhi suatu kondisi geografis tempat dimana barang itu dijual. Berpengaruh juga pada harga yang ditawarkan.

Dengan mengingat dan menelaah ketiga faktor tersebut akan memudahkan penggalan indikator yang akan dipakai pada setiap kasus yang akan dihadapi.

Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kemajuan sebuah perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumennya. Pelayanan yang perusahaan berikan harus memperhatikan kualitas standar yang diberikan kepada pelanggan bahkan harus melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan mudah oleh perusahaan, karena itu dapat membuat para pelanggan bertahan menggunakan jasa perusahaan (Rohaeni & Marwa, 2018). Evaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan lima dimensi adalah sebagai berikut (Lestari, 2018):

1. **Tangibles** (bukti langsung), yaitu besarnya kemampuan satu pihak dalam memberikan *service* kepada pihak eksternal. Performance dan daya kekuatan dalam memberikan berbagai fasilitas dan bentuk

nyata dari perusahaan serta kehidupan disekitarnya adalah bukti nyata dari *service* yang diberikan.

2. **Reliability** (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. **Responsiveness** (daya tangkap), yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. **Assurance** (jaminan), adalah pengetahuan yang harus dimiliki pegawai untuk menumbuhkan ketertarikan para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap perilaku, pengetahuan, opini, atau sikap. Selain itu, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka maka dari angka yang peroleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data (Ende & Affandi, 2019).

Populasi pada dasarnya bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dari Barbara G. Tabachnick dan Linda S. Fidell menghitung sampel berdasarkan jumlah variabel independen (variabel bebas), yakni dengan dua alternatif rumus sesuai dengan tujuan atau hipotesis penelitian.

Apabila jumlah independen variabel lebih dari satu buah, rumus perhitungan sampel simultan adalah

$$N \geq 50 + 8m$$

N = jumlah sampel

50 = angka konstanta dari rumus tersebut

m = jumlah variabel independen

maka, $N = 50 + (8 \times 2) = 66$ responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) nilai t_{hitung} sebesar 6,755 dan t_{tabel} sebesar 1,99773 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis pertama diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten.

Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien determinasi pengaruh Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,46 atau 46%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Harga (X_1) memberikan kontribusi sebesar 46% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten.

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) nilai t_{hitung} sebesar 4,266 dan t_{tabel} sebesar 1,99773 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis kedua diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten.

Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien determinasi pengaruh X_2 terhadap Y adalah 0,264 atau 26,4%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) memberikan kontribusi sebesar 26,4% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) nilai F_{hitung} sebesar 82,435 dan F_{tabel} sebesar 3,14 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis ketiga diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara harga dan kualitas pelayanan

terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien determinasi dilihat dari *R Square* sebesar 0,724 atau $0,724 \times 100\%$ adalah 72,4%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) memberikan kontribusi sebesar 72,4% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten, sedangkan sisanya 27,6% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden tanpa syarat dan imbalan apapun, dengan demikian kemampuan responden untuk mengungkapkan keadaan pribadi dan proses yang sebenarnya tidak ada jaminan akan kebenaran dan kejujuran jawaban.
2. Penelitian ini hanya pada variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Keterbatasan pengetahuan, penulisan, dan data-data pendukung lainnya sehingga tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan atau kesalahan baik dalam materi, bahasa, penulisan maupun hasil analisis.
4. Data Data yang didapatkan pada waktu penelitian digunakan dalam melakukan penelitian ada kemungkinan perubahan-perubahan di kemudian hari baik jumlah responden ataupun keadaan geografik perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Oleh karena itu,

Berdasarkan pada kesimpulan, maka saran dari peneliti sebagai berikut:

Aspek harga dimana masih diperlukannya survey lebih lanjut mengenai harga produk dari distributor, pimpinan atau atasan PD. Rabindo Serang Banten perlu memperhatikan Kualitas Pelayanan pegawainya, dengan cara melakukan perhatian lebih terhadap kesejahteraan pegawainya. Selalu memberikan informasi yang bermanfaat bagi pegawai terkait produk.

Bagi para peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk lebih memperdalam lagi penelitiannya dengan cara mempertajam pemahaman melalui literature literatur yang lebih lengkap. Selain itu, seperti yang terlihat dari hasil yang ada, maka bila ada penulisan berikut yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis, dapat melihat faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arfah, Yenni. (2022) *Keputusan Pembelian (Monograf)*. Tebing Tinggi: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Ende, dan Naufal Affandi. (2019) *Metodologi Penelitian (Konsep dan Penerapan Aplikasi Statistik)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Fauji, Ade. (2020). *Penelitian: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif (Konsep & Model dengan aplikasi SPSS 26)*. Serang : CV. AA. Rizky.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran, (Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan)*. Jakarta.
- Kotler, Phillip and Gary A. (2015). *Dasar Dasar Pemasaran Edisi kesembilan, Jilid 2, (alih bahasa, Alexander Sindoro)* Jakarta: PT. Indeks.
- Enny, 2020, Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan dan Pembelian Berulang pada Penjualan Produk Gamis Afifathin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, September 2020, 1.
- Fibriya Anggraini Puji Lestari, Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons*, Jakarta, 2018, 181.
- Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 2,Bandung, 2018, 312.
- Heri, 2018, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE Jl. Glagahsari No.62 Yogyakarta), *Jurnal Ekobis Dewantara*, April 2018 Vol. 1 No 4, 73.
- Jackson R.S. Weenas, 2018, Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, *Jurnal EMBA*, Maret 2022, Vol.1 Nomer.4, 607.
- Jaka Atmaja, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1, Jakarta, 50.Kanisius Waro Wanda, 2015. Pengaruh Harga Dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Lulu Mart Samarinda, *eJournal Ilmu administrasi Bisnis*, Vol. No.3, 760.
- Swastha, 2010, Analisa dan Perilaku Konsumen, *Manajemen Pemasaran*, BFFE UGM, Yogyakarta, Juli 2010.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra.(2016). *Service, Quality & Satisfaction edisi 3* ,Yogyakarta: Andi.