

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat

Lia Sopiatur Ula

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana No. 1, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

liasophia180@gmail.com

Kata Kunci:
harga;
kualitas
pelayanan;
keputusan
pembelian

Abstrak Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y = 16,808 + 0,161 X1 + 0,363 X2 + \alpha$. Koefisien determinasi berpengaruh secara simultan 25,4%. Uji hipotesis secara parsial diperoleh hasil harga (X1) sebesar $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau ($4,841 > 1,985$), maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen yaitu harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Uji hipotesis parsial diperoleh hasil kualitas pelayanan (X2) sebesar $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau ($5,540 > 1,985$). maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Uji hipotesis secara simultan antara variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) diperoleh hasil $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau ($16,489 > 1,985$). Dengan demikian H_03 ditolak dan H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat.

Keywords:
price;
service quality;
purchasing
decisions

Abstract The aim of this research is to determine the influence of price and service quality on purchasing decisions at Seblak and Baso Aci Dapur Azka, West Jakarta. The method used in this research is a quantitative method. The results of this research are that price (X1) and service quality (X2) have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) with the regression equation $Y = 16.808 + 0.161 X1 + 0.363 X2 + \alpha$. The coefficient of determination has a simultaneous effect of 25.4%. Partially testing the hypothesis obtained price results (X1) of $t \text{ count} > t \text{ table}$ or ($4.841 > 1.985$), so H_01 was rejected and H_{a1} was accepted. This means that there is a positive and significant influence between the independent variables, namely price (X1) on purchasing decisions (Y). The partial hypothesis test obtained service quality results (X2) of $t \text{ count} > t \text{ table}$ or ($5.540 > 1.985$). then H_02 is rejected and H_{a2} is accepted. This means that there is a positive and significant influence between the independent variables, namely service quality (X2) on purchasing decisions (Y). Simultaneous hypothesis testing between price variables (X1) and service quality (X2) resulted in calculated $F > F \text{ table}$ or ($16.489 > 1.985$). Thus, H_03 is rejected and H_{a3} is accepted, meaning that there is a significant influence simultaneously between price (X1) and service quality (X2) on purchasing decisions (Y) at Seblak and Baso Aci Dapur Azka, West Jakarta.

PENDAHULUAN

Banyaknya usaha baru dengan segala inovasi dan ide yang terus berkembang membuat banyaknya perusahaan berkompetisi dengan ketat. Sektor yang selalu mengalami perkembangan yaitu *food and beverage*. Bisnis *food and beverage* adalah jenis usaha yang fokus di bidang makanan dan minuman, atau dalam bahasa Indonesia disebut juga usaha atau bisnis kuliner. Dengan banyaknya jumlah penduduk di Indonesia serta daya tarik setiap orang dalam hal cita rasa, permintaan masyarakat Indonesia dalam hal *food and beverage* pun terus meningkat. Akibatnya, bisnis *food and beverage* di Indonesia semakin kompetitif.

Dengan persaingan yang ketat ini membuat perusahaan mengikuti *trend* dan minat konsumen. *Trend* yang saat ini banyak diminati adalah seblak dan baso aci. Seblak dan baso aci merupakan jajanan yang populer di Indonesia. *Trend* seblak dan baso aci didorong oleh rasa unik dan harga yang terjangkau sehingga populer di kalangan anak muda dan pelajar.

Salah satu bisnis *food and beverage* yang menjual seblak dan baso aci adalah Seblak dan Baso Aci Dapur Azka. Seblak dan Baso Aci Dapur Azka ini terletak di Jakarta Barat yang didirikan akhir tahun 2018. Dengan banyaknya usaha kuliner seblak dan baso aci saat ini, membuat pemilik usaha semakin dituntut untuk mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian agar mampu bersaing dengan pesaing sejenis dalam memperebutkan pasar sasaran.

Ada banyak strategi yang bisa dilakukan oleh pemilik usaha bisnis untuk bisa bertahan dalam persaingan bisnis ini. Namun, pada beberapa tahun ini yang terjadi di Seblak dan Baso Aci Dapur Azka mengalami penurunan omset penjualan. Adapun penurunan omset penjualan dikarenakan jumlah konsumen yang berkurang juga selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan informasi dari beberapa konsumen bahwa harga yang terdapat pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka lebih mahal dibandingkan dengan pesaing yang sejenis,

Banyak pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, pemilik usaha Dapur Azka perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Untuk melakukan penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Adeliyansah Situmorang dan Ananda Fitriani Dewi (2023) yang memaparkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Amo Sugiharto dan Mohamad Fajar Darmawan (2021) yang memaparkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu diatas menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka di Jakarta Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut Khoirun Nisa Bahri (2023:35), harga adalah nilai atau jasa yang ditukarkan dengan sebuah nilai dan manfaat dari sebuah produk atau jasa.

Kualitas pelayanan

Menurut Dinda Sekar Sari *et al.*, (2022:5), kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung.

Keputusan pembelian

Menurut Ni Wayan Ekawati *et al.*, (2024:2), keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya menilai tentang layak tidaknya membeli produk dengan mempertimbangkan informasi-informasi *riil* tentang produk.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2020:16), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji reliabilitas

Tabel 1. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,875	0,60	Reliabel

Kualitas Pelayanan (X2)	0,809	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,790	0,60	Reliabel

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variable harga (X1) diperoleh nilai *Cronbatch's Alpha* sebesar 0,875, kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,809, dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,790, semuanya dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbatch's Alpha* lebih besar dari 0,60.

Uji normalitas

Tabel 2. Hasil uji normalitas dengan *kolmogorov- smirnov test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Mean	.0000000
Std. Deviation	4.77661891
Absolute	.053
Positive	.053
Negative	-.038
Test Statistic	.053
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,050$. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

Uji multikolinearitas

Tabel 3. Hasil pengujian multikolinearitas

	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	
	B	Error Std.	Beta				
(Constant)	16.808	3.061	5.491	.000			
Harga	.161	.115	.179	1.407	.163	.473	2.112

Kualitas	.363	.129	.358	2.810	.006	.473	2.112
Pelayanan							

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel di atas, diperoleh nilai tolerance variabel harga sebesar 0,473 dan kualitas pelayanan sebesar 0,473 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel harga 2,112 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 2,112 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas.

Uji autokorelasi

Tabel 4. Hasil uji autokorelasi dengan *durbin-watson*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.504 ^a	.254	.238	4.826	1.843

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak terjadi autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,843 yang berada di antara interval 1,550 – 2,460.

Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians residual*. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji *Glejser* di mana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 5. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser*

	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardize		
	Coefficients		d		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.736	1.854	3.094	.003	
Harga	-.047	.069	-.100	-.680	.498

Kualitas	-.013	.078	-.024	-.165	.869
Pelayanan					

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, *glejser test model* pada variabel harga (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,498 dan kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,869 di mana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

Uji regresi linier berganda

Berikut ini adalah hasil pengujian regresi linier berganda Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y):

Tabel 6. Hasil uji regresi berganda variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian

	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.808	3.061	5.491	.000	
Harga	.161	.115	.179	1.407	.163
Kualitas Pelayanan	.363	.129	.358	2.810	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi $Y = 16,808 + 0,161X_1 + 0,363X_2$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 16,808 diartikan bahwa jika variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tidak dipertimbangkan maka keputusan pembelian (Y) bernilai sebesar 16,808 poin.
- Nilai harga (X1) sebesar 0,161 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X2), maka setiap perubahan satu satuan pada variabel harga (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan pembelian (Y) sebesar 0,161 poin..
- Nilai keputusan pembelian (X2) sebesar 0,363 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga (X1), maka setiap perubahan satu satuan pada variabel kualitas

pelayanan (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan pembelian (Y) sebesar 0,363 poin.

Analisis koefisien korelasi (r)

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil uji koefisien korelasi secara simultan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 ^a	.254	.238	4.826

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,504 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki tingkat hubungan yang sedang terhadap keputusan pembelian.

Analisis koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui persentase kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun secara simultan, dalam penelitian ini adalah variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 8. Hasil uji koefisien determinasi secara simultan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 ^a	.254	.238	4.826

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,254 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 25,4% sedangkan sisanya sebesar 74,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Pengujian hipotesis

Tabel 9. Hasil uji hipotesis (uji t) secara parsial variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.267	2.708		7.854	.000
Harga	.395	.082	.439	4.841	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (4,841 > 1,985) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,050$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 10. Hasil uji hipotesis (uji t) secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.678	3.013		5.868	.000
Kualitas Pelayanan	.494	.089	.488	5.540	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (5,540 > 1,985) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,050$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis secara simultan (uji F)

Tabel 11. Hasil uji hipotesis (uji F) secara simultan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	767.957	2	383.979	16.489	.000 ^b

Residual	2258.793	97	23.287
Total	3026.750	99	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (16,489 > 3,09), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi $< 0,050$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 21,267 + 0,395 X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,439 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,193 atau sebesar 19,3%, sedangkan sisanya sebesar 80,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($4,841 > 1,985$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 17,678 + 0,494 X_2$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,488 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,238 atau sebesar 23,8%, sedangkan sisanya sebesar 76,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($5,540 > 1,985$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 16,808 + 0,161 X_1 + 0,363 X_2$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,504 artinya mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,254 atau sebesar 25,4%, sedangkan sisanya sebesar 74,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($16,489 > 1,985$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat.

SIMPULAN

Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 21,267 + 0,395 X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,439 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,193 atau sebesar 19,3%, sedangkan sisanya sebesar 80,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,841 > 1,985)$. Dengan demikian H_01 ditolak dan H_a1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat.

Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 17,678 + 0,494 X_2$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,488 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,238 atau sebesar 23,8%, sedangkan sisanya sebesar 76,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,540 > 1,985)$. Dengan demikian H_02 ditolak dan H_a2 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat.

Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 16,808 + 0,161 X_1 + 0,363 X_2$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,504 artinya mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,254 atau sebesar 25,4%, sedangkan sisanya sebesar 74,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(16,489 > 1,985)$. Dengan demikian H_03 ditolak dan H_a3 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat.

PENGHARGAAN

Penelitian ini dibiayai secara mandiri. Terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing atas selesainya penelitian ini dan telah dipublikasikan pada jurnal. Selain itu disampaikan pula ucapan terima kasih kepada manajemen Seblak dan Baso Aci Dapur Azka, Jakarta Barat yang telah bersedia memberikan izin, tempat dan waktu untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arwin, Hutagalung, D. S., & Berlien, V. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 189-198.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Versi 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawaty, E. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Promosi Dan Harga Pada Beras Organik CV Berkah Maju Makmur Tangerang Selatan. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 1-7.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Ake Maumbi. *Jurna EMBA*, 314-323.
- Maretiana, R. S., & Abidin, Z. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Riffa Store Di Kota Tenggara). *Jurnal Manajemen*, 590-597.
- Nasution, D. Z., & Blanco, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di One Zo Pantai Indah Kapuk. *YUME: Journa of Management*, 307-322.
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Pasaribu, S. S., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Dan Koi The di Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 121-129.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi)*, 1171-1184.
- Setyawati, A., & Adelia Rahma. (2022). *Manajemen Pemasaran di Era Bisnis Yang Serba Cepat*. Malang: Media Nusa Creative.
- Situmorang, A., & Dewi, A. F. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Pada Swalayan Maju Bersama (Studi Kasus Konsumen Swalayan Maju Bersama Kapten Muslim). *JUBIMA: Jurna Bintang Manajemen*, 131-144.
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Jurnal Papatung*, 24-32.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Sleman, Yogyakarta: Andi Offset.