

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan

Leonardus Supardi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

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

leonardussupardi729@gmail.com

Kata Kunci:
harga;
kualitas
pelayanan;
keputusan
pembelian

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan, Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 95 responden. Analisis data menggunakan regresi linear dan pembuktian analisis dibuktikan dengan pengujian hipotetis. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai regresi $Y = 26,417 + 0,257X1$ dan dibuktikan dengan uji t dengan nilai $3,057 > 1,661$. Maka peneliti menyimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai regresi $Y = 14,348 + 0,478X2$ dan dibuktikan dengan uji t dengan nilai $6,016 > 1,661$. Maka peneliti menyimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak. Secara simultan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai regresi $Y = 7,832 + 0,213 + 0,455 + \alpha$ dan dibuktikan dengan uji F dengan nilai $23,887 > 3,10$. Maka peneliti menyimpulkan H3 diterima dan H0 ditolak.

Keywords:
price;
service quality;
buying decision

Abstract The aim of this research is to determine the influence of price and service quality on purchasing decisions at Lion Parcel BSD, South Tangerang City. The method used is quantitative descriptive. The number of respondents used in this research was 95 respondents. Data analysis uses linear regression and proof of analysis is carried out using hypothetical testing. The results of this research are that there is a significant influence between price (X1) on purchasing decisions (Y) with a regression value of $Y = 26.417 + 0.257X1$ and proven by the t test with a value of $3.057 > 1.661$ So the researcher concluded that H1 was accepted and H0 was rejected. The results of this research are that there is a significant influence between Service Quality (X2) on Purchasing Decisions (Y) with a regression value of $Y = 14.348 + 0.478X2$ and proven by the t test with a value of $6.016 > 1.661$ So the researcher concluded that H1 was accepted and H0 was rejected. Simultaneously Price and Service Quality have a positive effect on Purchasing Decisions with a regression value of $Y = 7.832 + 0.213 + 0.455 + \alpha$ and proven by the F test with a value of $23.887 > 3.10$ So the researcher concluded that H3 was accepted and H0 was rejected.

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital memberikan dampak bagi seluruh aspek kehidupan manusia, misalnya saja dari sektor perekonomian, perubahan cara membeli suatu produk barang ataupun jasa menjadi lebih mudah dan cepat, karena hal ini semakin marak penjual yang menjual produknya via *online*, dengan tingginya permintaan produk secara online maka agar produk bisa sampai ketangan pelanggan memerlukan penyedia jasa kirim barang seperti ekspedisi dan lainnya.

Perkembangan jasa pengiriman di Kota Tangerang Selatan termasuk berkembang dengan cepat, terutama pada ekspedisi Lion Parcel, dengan adanya ekspedisi Lion Parcel ini memudahkan masyarakat untuk menggunakan jasa pengiriman paket dan dokumen bagi yang memerlukan sejumlah jasa pengiriman untuk kebutuhan masing-masing. Pada setiap jasa pengiriman, pelayanan merupakan peran terpenting untuk memberikan dorongan kepada konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian barang atau jasa.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses ketika konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk tertentu dan mengevaluasinya dengan baik, alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang berujung pada keputusan pembelian. Beberapa hal yang menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam menentukan keputusan dalam melakukan pembelian barang atau jasa adalah kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut Malau (2018,h:125), harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain, itu merupakan produk yang dapat ditukar di pasar. Sedangkan menurut (Kotler & Armstrong, 2019:63), yang diterjemahkan oleh Bob Sabran harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Biasanya dilakukan untuk menyesuaikan harga dengan situasi persaingan yang ada dan membawa produk tersebut agar sejalan dengan persepsi pembeli.

Menurut (Sunyoto, 2020;130), harga adalah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Biasanya, didalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer produk.

Kualitas pelayanan

Menurut Kasmir (2017:47), kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan, Sementara itu menurut Arianto (2018:83), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas

pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:177) “keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku manusia yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:89) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala, dalam penelitian ini yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi, situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.

Sugiyono (2017:7) mendefinisikan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji normalitas

Tabel 1. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19696408
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.039
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, 2024.

Distribusi data dalam penelitian ini normal karena nilai signifikansi $0,200 > 0,10$.

Uji multikolinearitas

Tabel 2. Hasil multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.832	4.060		1.929	.057		
	Harga	.213	.072	.250	2.935	.004	.989	1.011
	Kualitas Pelayanan	.455	.077	.503	5.917	.000	.989	1.011

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas didapati nilai tolerance 0,989 atau lebih dari 0,1 dan nilai VIF 1.011 atau kurang dari 10, maka data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil heteroskedastisitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.583	2.284		.693	.490		
	Harga	-.051	.041	-.128	-1.240	.218	.989	1.011
	Kualitas Pelayanan	.045	.043	.108	1.048	.298	.989	1.011

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah, 2024.

Data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi pada X1 dan X2 lebih dari 0,10.

Analisis regresi linear sederhana

Analisa ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil regresi linear harga terhadap keputusan pembelian

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.417	3.006		8.789	.000
	Harga	.257	.084	.302	3.057	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024.

Variabel harga terhadap keputusan pembelian memiliki nilai regresi $Y = 26,417 + 0,257X_1$ dapat diartikan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,257.

Tabel 5. Hasil regresi linear kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.348	3.535		4.059	.000
	Kualitas Pelayanan	.478	.080	.529	6.016	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024.

Variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai regresi $Y = 14,348 + 0,478X_2$ dapat diartikan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,478.

Tabel 6. Hasil analisis regresi linear berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.832	4.060		1.929	.057
	Harga	.213	.072	.250	2.935	.004
	Kualitas Pelayanan	.455	.077	.503	5.917	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024.

Variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai regresi $Y = 7,832 + 0,213X_1 + 0,455X_2 + \alpha$ dapat diartikan harga berpengaruh 0,213, kualitas pelayanan 0,455.

Analisis koefisien korelasi

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui tingkatan hubungan yang dimiliki oleh variabel independen dan independen

Tabel 7. Koefisien korelasi harga terhadap keputusan pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.302 ^a	.091	.082	2.59524

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data diolah, 2024.

Dapat diketahui nilai R 0,302, berdasarkan tabel koefisien korelasi termasuk ke dalam hubungan yang lemah (200-399).

Tabel 8. Koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529 ^a	.280	.272	2.30986

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah, 2024.

Dapat diketahui nilai R 0,529, berdasarkan tabel koefisien korelasi termasuk hubungan yang sedang (400-599).

Tabel 9. Koefisien korelasi berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.327	2.22072

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

Sumber: Data diolah, 2024.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R 0,585, berdasarkan tabel koefisien korelasi termasuk hubungan yang sedang (400-599).

Pembahasan

Didasarkan pada analisa yang telah dilakukan, terdapat adanya pengaruh pada hasil uji regresi, memiliki hubungan yang kuat pada uji koefisien korelasi, memiliki pengaruh sebesar 9,1% pada koefisien determinasi dan hasil pengujian tersebut dibuktikan melalui uji t dengan nilai $3,057 > 1,661$, dengan demikian Hipotesis pertama peneliti telah dibuktikan.

Didasarkan pada analisa yang telah dilakukan, terdapat adanya pengaruh pada hasil uji regresi, memiliki hubungan yang sedang pada uji koefisien korelasi, memiliki pengaruh sebesar 28% pada koefisiendeterminasi dan hasil pengujian tersebut dibuktikan melalui uji t dengan nilai $6,016 > 1,661$, dengan demikian Hipotesis kedua peneliti telah dibuktikan.

Didasarkan pada analisa yang telah dilakukan, terdapat adanya pengaruh pada hasil uji regresi, memiliki hubungan yang sedang pada uji koefisien korelasi, memiliki pengaruh sebesar 34,2% pada koefisien determinasi dan hasil pengujian tersebut dibuktikan melalui uji F dengan nilai $23,887 > 2,36$, dengan demikian Hipotesis ketiga peneliti telah dibuktikan.

SIMPULAN

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan, Hal itu dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil uji t antara Harga terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,057 > 1,661)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < \text{sing. } 0,10$ atau $(0,000 < 0,10)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(t\ 3,057 > 1,661)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < \text{sing. } 0,10$ atau $(0,000 -$

0,10). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan.

Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji f dapat diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $(23,887 > 2,36)$, hal ini diperkuat dengan $p\ value < sig. 0,10$ atau $(0,000 - 0,10)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan.

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 Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan, yang telah bersedia memberikan izin, tempat dan waktu untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F. (2021). Pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (studi kasus pada pengguna tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266-278.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hadyarti, V., & Kurniawan, M. Z. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Eco-Entrepreneur*, 8(2), 47-59.
- Hayani, H. (2020). Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 133-141.
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lasut, S., Hardori, J., Sugiono, S., Gratia, Y. P., & Eldad, C. (2021). Membingkai Kemajemukan Melalui Pendidikan Agama Kristen di Indonesia. *Fidei: Jurnal Teologi Sistemika dan Praktika*, 4(2), 206-225.
- Miftahriani, L., & Syamruddin, S. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Jordan Resto Rangkasbitung, Kabupaten Lebak. *SOCIORA: The Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 136-152.
- Muktamar, A., & Pinto, J. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendidikan. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 1(2).

- Nitisusastro. (2014). *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nurmono. (2022). "Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Burger King di Botani Square Bogor" *Jurnal ARASTIRMA* 2.2: 214 –224.
- Regiasa, T. (2022). Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kapur Pada PT. Surya Besindo Sakti Di Kabupaten Serang. *DESANTA (Indonesian of Interdisciplinary Journal)*, 3(1), 268-276.
- Sari, A. (2022). Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi Marketing 7P (Studi Kasus: Sudden Inc). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(4), 80-85.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Setiawan, E. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan menggunakan jasa kurir JNE, Agen Jasafa Jatiasih, Bekasi, Jawa Barat. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 1(2), 166-178.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.