

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI BEDJANA TINY HOUSE MALANG

Dicky Fernando Susianto -¹
Mohammad Maskan-²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹ dickyfernando27@gmail.com,

² alifmaskan@gmail.com.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

Penelitian ini menggunakan metode *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada 53 responden. Analisa data penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Variabel bebas terdiri dari kualitas pelayanan dan harga dan variabel terikat adalah keputusan Pembelian.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap pengunjung Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

Kata-kata kunci : kualitas pelayanan, harga, keputusan pembelian

Abstract

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality and price variables on purchasing decisions at Bedjana Tiny House Coffee Shop Malang.

This study used an explanatory research method using a quantitative approach. The data collection method used in this study was the distribution of questionnaires to 53 respondents. Analysis of the researched data used multiple regression analysis. The independent variables consist of service quality and price and the dependent variable was the purchase decision.

Based on the research that has been done, it can be concluded that the variables of service quality and price partially and simultaneously have a significant effect on visitors to the Bedjana Tiny House Coffee Shop Malang.

Keywords : Service Quality, Price, Purchase Decision

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Banyaknya kedai kopi yang bermunculan saat ini memunculkan persaingan antar kedai kopi yang ada di kota Malang . Persaingan yang ketat pada bisnis kedai kopi membawa pengaruh tersendiri pada setiap kedai kopi, hal ini juga membuat para pelaku bisnis kedai kopi berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik serta harga yang terjangkau, oleh karena itu penelitian ini mencoba meneliti faktor kualitas pelayanan dan harga pada kedai kopi Bedjana Tiny House Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan

pembelian pada Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

” Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penyusunan penelitian ini diambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.”

1.2. Rumusan Masalah

Apakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara keseluruhan atau total dapat memengaruhi keputusan pembelian di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan dapat memengaruhi keputusan pembelian di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Penelitian Febrianto (2019) dan Dewi (2017) menyimpulkan Kualitas pelayanan dan Harga mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen sebesar 63,2%.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Mowen, dkk (2002) Pelayanan merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan memberikan kualitas pelayanan yang sebaik mungkin terhadap apa yang diperlukan pelanggan,

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2012:284) dalam Indrasari (2019:66) menyatakan terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, empati, kehandalan, cepat tanggap dan jaminan.

2.2.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:368) ada enam konsep inti mengenai pengukuran kepuasan konsumen yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan untuk merekomendasi dan ketidakpuasan pelanggan.

2.2. Hubungan Kualitas pelayanan , Harga dan Keputusan pembelian

Kualitas pelayanan dan Harga secara bersama juga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan dan Harga yang baik merupakan strategi yang baik dalam suatu keputusan pembelian oleh konsumen.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai peran penting dalam suatu keputusan pembelian oleh konsumen.

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

3.2. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Kedai Kopi Bedjana Tiny House di kota Malang.

3.3. Sampel

Sampel yang diperoleh dari penelitian ini sebanyak 53 responden.

3.4. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pada penelitian mencakup tiga variabel, pertama menurut Parasuraman dan Valerie (2001) terdapat 5 indikator kualitas pelayanan yaitu 1) *Tangibles*, 2) *Reliability*, 3) *Responsiveness*, 4) *Assurance*, 5) *Empathy*

Kedua menurut Kusdyah (2012) terdapat 4 indikator harga yaitu 1) Harga terjangkau, 2) Sesuai layanan yang akan diterima, 3) Sesuai fasilitas yang akan diterima, 4) Lebih murah dari pesaing

Ketiga menurut Pride dan Ferrel (1995:189-207) terdapat 3 indikator keputusan pembelian yaitu 1) Faktor Pribadi, 2) Faktor Psikologis, 3) Faktor Sosial.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

3.7. Metode Analisa

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan persamaan $Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$

3.8. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t, Uji F, Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sunyoto (2013:142) "uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner".

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) "reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk".

3.8.3 Uji t

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ berarti variabel bebas secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel terikat.

3.8.4 Uji F

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ berarti variabel bebas secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel terikat.

3.8.5 Uji Asumsi Klasik

3.8.5.1 Uji Normalitas

Menurut Sarjono dan Julianita (2011:53) "uji normalitas bertujuan untuk

mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data”.

3.8.5.2 Uji Heteroskedastisitas

“Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan yang lain”

3.8.5.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2006) “uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier”.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian dinyatakan valid.

4.2. Uji Reliabilitas.

Keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel.

4.3. Uji t

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4.4. Uji F

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4.5. Uji Assumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Model regresi menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di sekitar (0,2) (0,-2). Sehingga model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Pada analisis ini dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada penelitian ini.

4.6. Bahasan

Bedasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 53 responden didapatkan data nilai *R Square* 0,370 berarti 37%. Angka tersebut berarti nilai X_1 DAN X_2 secara bersama sama memiliki pengaruh sebesar 37% terhadap Y dan sisanya 63% dipengaruhi oleh faktor lain

Maka penelitian ini berhasil membuktikan kualitas pelayanan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

5.2. Saran

5.2.1 Bagi Kedai Kopi Bedjana Tiny House

Kedai kopi Bedjana Tiny House Malang dapat membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang sudah dibangun dengan konsep yang selalu mengagap pelanggan seperti saudara sendiri dapat mempengaruhi banyak orang lain dalam pemilihan produk sebelum memutuskan untuk membeli produk yang dipilih oleh pelanggan.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang keputusan pembelian adalah dengan menambahkan variabel lain, memilih objek Kedai Kopi Bedjana Tiny House dan mengambil sampel yang lebih banyak agar data yang dihasilkan bisa lebih valid.

6. Daftar Rujukan

- Arsyanti, N. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 291-301.
- Hasibuan, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi I*, 4(3).
- Kurniawan, D., Adriansyah, M., & Gultom, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Mr. Head Slipi II Jakarta. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2).
- Levy, E. (2004). The Mastering of Selfhood in Kathleen Ferguson's "The Maid's Tale". *New Hibernia Review/Iris Éireannach Nua*, 93-106.

Rosaliana, F., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Jasa GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 139-148.

Sasmiyarsi, W., & Meliana, V. (2019). Pengaruh Inovasi Proses T-Cash Tap terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 6(1).

Widyastuti, N., Widjanarko, B., & Adi, M. S. Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien 49. Peserta BPJS Kesehatan di Instalasi Rawat Jalan RSUD dr. H. Soewondo Kendal. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*

Yuniastuti, E. R. (2020). The influence analysis of Service and Price Perceptions on Customer *Of Business Studies*, 6(1), 47-6 Satisfaction of the Umrah Pilgrims of PT Cahaya Haramain Semarang.