

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kayu UD. Terang Bangun Bangil

Farada Madja; faradamadja09@gmail.com
Universitas Merdeka Pasuruan

ABSTRAK

Beberapa periode masyarakat umum sudah banyak mengenal kayu sebagai salah satu bahan konstruksi bangunan yang sering dipergunakan sebagai rangka sebuah rumah dari pengelolahannya. Saat ini terdapat beberapa jenis kayu dari pulau kalimantan yang mulai mengalami kelangkaan yang disebabkan oleh semakin banyak permintaan kayu olahan, hal tersebut mengakibatkan para pengelola mengalami kesulitan untuk mencari kayu yang memiliki kualitas sama, hal ini berdampak pada kenaikan harga kayu kalimantan yang mengakibatkan semakin tinggi persaingan harga. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 orang responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kayu olahan UD. Terang Bangun dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Ditunjukkan nilai $F_{hitung} = 42,282 > F_{tabel} 3,25$ dengan taraf signifikansi 0,000. Besarnya harga dan kualitas pelayanan terhadap hubungan keputusan pembelian kayu olahan UD. Terang Bangun diperoleh R Square sebesar 72,3%.

Kata Kunci : harga; kualitas pelayanan; keputusan pembelian; kayu olahan

ABSTRACT

For several periods, the general public has been familiar with wood as one of the building construction materials that is often used as the framework of a house from its management. Currently there are several types of wood from the island of Kalimantan which are starting to experience scarcity caused by the increasing demand for processed wood, this results in managers having difficulty finding wood of the same quality, this has an impact on increasing the price of Kalimantan wood which results in higher competition. price. The sample in this study were 40 respondents. The results of this study indicate that the price and quality of service together have a positive and significant influence on the purchasing decision of UD's processed wood. Terang Bangun with a significance level of 5% (0.05). It is shown that the value of $F_{count} = 42.282 > F_{table} 3.25$ with a significance level of 0.000. The amount of price and quality of service on the relationship between UD processed wood purchasing decisions. Terang Bangun obtained R Square of 72.3%.

Keywords : price; service quality; purchasing decisions; processed wood

PENDAHULUAN

Industri pengolahan kayu merupakan barometer peningkatan perekonomian nasional dan faktor kunci dalam upaya meningkatkan penerimaan Negara dari sektor kehutanan. Praktek-praktek eksploitatif terhadap sumber daya hutan telah dilakukan sejak terbitnya UU No. 5 Tahun 1967 tentang ketentuan-ketentuan pokok kehutanan. Kayu merupakan salah satu bagian dari kekayaan alam yang tercipta dari hasil tetumbuhan hutan. Kayu sering kali dipakai sebagai bahan untuk membuat suatu barang tertentu dengan memanfaatkan berbagai keterampilan serta alat pendukung dalam pembuatannya, selain bahannya yang mudah ditemukan kayu mempunyai sifat yang mudah untuk diproses dalam pembentukannya menjadi suatu barang. Beberapa periode masyarakat umum sudah banyak

mengenai kayu sebagai salah satu bahan konstruksi bangunan yang sering dipergunakan sebagai rangka sebuah rumah dari pengelolannya, selain itu olahan kayu banyak dipergunakan juga sebagai bahan dasar dari pembuatan meja, kursi, lemari, dan kebutuhan seni sebagai penunjang dan pelengkap sebuah ruangan.

Kotler (2009:67) menyatakan bahwa “Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Kotler dan Keller (2016:431) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Konsumen yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa.

Philip Kotler (2009:63), mengemukakan bahwa apa yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Keputusan pembelian konsumen mempunyai beberapa pertimbangan, diantaranya adalah keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merk, penjualnya, jumlah produk, waktu pembelian dan cara pembayaran. Produk yang dibeli haruslah berkualitas, konsumen akan merasa produk tersebut berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan.

Saat ini terdapat beberapa jenis kayu dari pulau Kalimantan yang mulai mengalami kelangkaan yang disebabkan oleh semakin banyak permintaan kayu olahan dan cuaca yang tidak menentu, hal tersebut mengakibatkan para pengrajin dan pengelola mengalami kesulitan untuk mencari bahan baku kayu alternatif yang memiliki kualitas yang sama, hal ini sangat berdampak pada kenaikan harga kayu Kalimantan yang mengakibatkan semakin tinggi persaingan harga antar pengusaha kayu. Usaha Dagang (UD) Terang Bangun yang berlokasi di Kecamatan Bangil, Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu tokoh yang menyediakan berbagai jenis kayu. UD Terang Bangun menyediakan berbagai macam jenis kayu dan juga berbagai macam ukuran yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Adapun jenis kayunya yang terdapat di UD Terang Bangun diantaranya jenis kamper, meranti, kruwing yang didatangkan dari berbagai pulau di Indonesia termasuk Kalimantan dan Sumatra. Sedangkan jenis kayu Jawa terdiri dari jenis kayu sengon, jati, mahoni. UD Terang Bangun juga bekerjasama dengan beberapa developer untuk mensuplai produk khususnya kayu olahan. UD Terang Bangun selalu memberikan produk dan harga yang bervariasi sesuai jenis produk yang diinginkan konsumen. Namun ada beberapa permasalahan yang ada di UD Terang Bangun adalah tidak stabilnya jumlah transaksi terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian kayu, dimana keputusan pembelian ini sangat dipengaruhi oleh harga kayu dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dari permasalahan tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kayu Olahan Pada UD. Terang Bangun di Bangil Pasuruan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di area Bangil Pasuruan yang berlokasi di UD. Terang Bangun, Jalan raya Pandaan-Bangil km2 Sidowayah, Bangil Pasuruan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen di UD. Terang Bangun yang berada di wilayah area Bangil Pasuruan, yang tidak diketahui jumlah populasinya pada saat penelitian dilakukan. Penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Random Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu responden pada pembeli kayu (sudah melakukan transaksi atau pembelian) ditemui secara langsung oleh peneliti untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan mengisi kuisiонер yang telah disiapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), teknik analisis data meliputi analisis deskriptif dan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas) kemudian uji hipotesis yaitu uji silmultan (uji f) dan uji parsial (uji t) dan yang terakhir yaitu dengan analisis koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisiонер. Suatu kuisiонер dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisiонер mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuisiонер tersebut. Valid atau tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total variabel (Ghozali, 2011:135).

Tabel 1. Ringkasan Uji Validitas

Variabel	r hitung	Keterangan
Harga (X_1)		
1.	0,829	Valid
2.	0,804	Valid
3.	0,759	Valid
4.	0,832	Valid
Kualitas Pelayanan (X_2)		
1.	0,891	Valid
2.	0,311	Valid
3.	0,890	Valid
4.	0,927	Valid
5.	0,901	Valid
Keputusan Pembelian (Y)		
1.	0,706	Valid
2.	0,616	Valid
3.	0,727	Valid
4.	0,704	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa dari pernyataan yang diajukan kepada responden, diperoleh semua pertanyaan valid karena r hitung $>$ r tabel. Dalam penelitian ini ditemukan r tabel untuk sampel 40 yaitu 0,312. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua item pernyataan (indikator) adalah valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji reliabilitas juga dapat dikatakan sebagai suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:132).

Tabel 2. Hasil Ringkasan Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Keterangan
Harga (X_1)	0,819	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,854	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,621	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Dari hasil reliabilitas diatas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada semua variabel dependen dan independen yaitu variabel harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian 0,819, 0,854 dan 0,621 mempunyai nilai lebih besar dari 0,60. Dengan demikian masing – masing variabel dari kuesioner dalam penelitian dinyatakan reliabel. Dengan demikian indikator harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian terbukti reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel yaitu apabila dilakukan pengukuran ulang maka data yang didapat akan konsisten dari waktu ke waktu.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat (dependent) dan variabel bebas (independent) memiliki kontribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan uji statistik dengan *one sample kolmogorov-smirnov test*. Suatu data dikatakan normal jika mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal, namun jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel dependen	Variabel independen	Kriteria	Nilai	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Harga (X_1) Kualitas pelayanan (X_2)	Asym.sig. (2-tailed)	0,108	Residual berdistribusi normal

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas besarnya nilai kolmogorov-smirnov sebesar 0,126. Serta dapat diketahui bahwa nilai Unstandardized Residual memiliki nilai asymp. Sig. 0,108 yang artinya lebih besar dari 0,05 dan ini mengartikan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah terdapatnya lebih dari satu hubungan linier pasti (sempurna). Dimana suatu keadaan yang satu atau lebih variabel bebasnya terdapat korelasi dengan variabel bebasnya yang lain.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

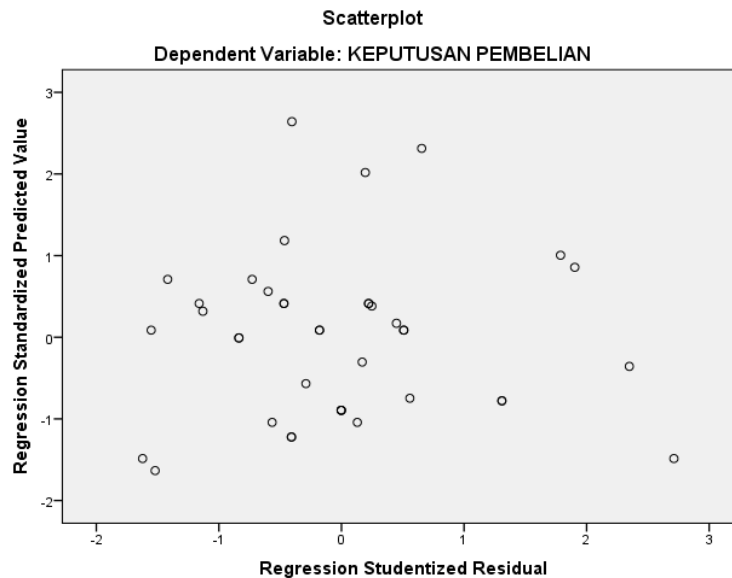
Variabel dependen	Variabel independen	VIF	Tolerance	Keterangan
Keputusan pembelian (Y)	Harga (X_1)	0,962	1,040	Tidak terjadi multikolinearitas
	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,962	1,040	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel di atas diketahui bahwa didapat nilai VIF harga (X_1) sebesar $1,040 < 10$ dan kualitas pelayanan (X_2) sebesar $1,040 < 10$. Nilai toleransi pada harga (X_1) sebesar $0,962 > 0,1$, kualitas pelayanan (X_2) sebesar $0,962 > 0,1$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada kedua variabel tersebut.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: lampiran output SPSS

Pada grafik di atas terlihat titik – titik menyebar diatas dan dibawah titik 0 (nol) pada sumbu X dan sumbu Y. Penyebarannya tidak membentuk pola apapun. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada kedua variabel tersebut, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penggunaan metode analisis ini dengan alasan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel bebas (X) hal ini adalah harga dan kualitas pelayanan dengan variabel terikat (Y) yang dalam hal ini adalah keputusan pembelian. Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali 2011:96).

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel dependen	Variabel independen	Koefisien regresi	Std. Error	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Konstanta	3,646	1,091	Berpengaruh positif
	Harga (X_1)	0,189	0,050	Berpengaruh positif
	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,419	0,051	Berpengaruh positif

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependent (Y) berpengaruh secara positif dan signifikan dengan hasil persamaan regresi linier berganda dari variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,646 + 0,189 X_1 + 0,419 X_2$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
 α = Konstanta
 β_1, β_2 = Koefisien regresi dari masing-masing variabel
 X_1 = Harga
 X_2 = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Koefisien variabel harga memberikan nilai sebesar 0,189 yang berarti bahwa jika harga semakin banyak dengan asumsi variabel lain tetap, maka variabel harga akan mengalami peningkatan.
3. Koefisien variabel kualitas pelayanan memberikan nilai sebesar 0,419 yang berarti bahwa jika kualitas pelayanan semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap, maka kualitas pelayanan akan mengalami peningkatan.

Uji Koefisien Determinan

Koefisien korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai koefisien antara nol sampai satu. Jika koefisien semakin kecil, maka kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen rendah.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel dependen	Variabel independen	R square
Keputusan pembelian (Y)	Harga (X_1) Kualitas pelayanan (X_2)	0,723

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Koefisien korelasinya (R) 0,850 atau sebesar 85% dan masuk kategori cukup kuat, artinya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen cukup kuat. Begitu juga nilai dari R Square sebesar 0,723 dan nilai ini mengindikasikan bahwa model yang didapat menunjukkan bahwa variabel independen terhadap variabel dependen besarnya kontribusinya sebesar 72,3% sedangkan sisanya sebesar 27,7% disebabkan oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

Pengujian Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Ghozali (2011:98) menyatakan, uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama – sama terhadap variabel dependen dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik F dapat dilihat pada tabel anova.

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika F hitung $< F$ tabel, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel dependen	Variabel independen	Statistik uji F	Nilai sig.	Keputusan
Keputusan pembelian (Y)	Harga (X_1) Kualitas pelayanan (X_2)	48,282	0,000	H_1 (1) diterima

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 18 diatas dapat dilihat bahwa uji hipotesis secara simultan menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 48,282 dan Nilai F_{tabel} sebesar 3,25. Sedangkan untuk nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga (X_1) dan

kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Ghazali (2011:98) menyatakan uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen dengan level signifikansi 5% atau 0,05.

Kriteria pengujian :

Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika t hitung $> t$ tabel , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika t hitung $< t$ tabel , maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel dependen	Variabel independen	Statistik Uji t	Nilai Sig.	Keputusan
Keputusan Pembelian (Y)	Harga (X_1)	3,767	0,001	H1 (2) diterima
	Kualitas Pelayanan (X_2)	8,164	0,000	H1 (3) diterima

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

a. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Dari tabel diatas terlihat bahwa pengujian hipotesis harga menunjukkan nilai t hitung sebesar $3,767 > t$ tabel yaitu sebesar 1,68385 dengan nilai signifikansi tersebut $0,001 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini harga (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Dari tabel diatas terlihat bahwa pengujian hipotesis persepsi kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar $8,164 > t$ tabel yaitu sebesar 1,68385 dengan nilai signifikansi tersebut $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Pembahasan

Hasil pengamatan atas data observasi yang berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan pengaruh yang berbeda-beda dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk itu, hasil analisis regresi berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,646 + 0,189 X_1 + 0,419 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

Variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai constanta sebesar 3,646 yang artinya pada saat variabel independen memiliki nilai awal yang tetap maka nilai Y sebesar 3,646.

Koefisien variabel harga memberikan nilai sebesar 0,189 yang berarti bahwa jika nilai harga ditingkatkan dari setiap satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap, maka variabel harga akan mengalami peningkatan sebesar 0,189.

Koefisien variabel kualitas pelayanan memberikan nilai sebesar 0,419 yang berarti bahwa jika kualitas pelayanan ditingkatkan pada setiap satuannya dengan asumsi variabel lain tetap, maka kualitas pelayanan akan mengalami peningkatan sebesar 0,419.

a. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis pertama mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 48,282 dan F_{tabel} sebesar 3,25 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) terdapat 12% responden menyatakan sangat setuju, responden yang menyatakan setuju sebanyak 45%, responden yang menyatakan netral atau biasa saja sebanyak 41%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2%, dengan total skor 566 nilai rata-rata 141,5 yang berada dikategori baik. Hal ini menunjukan bahwa adanya penilaian terhadap keputusan pembelian yang cukup tinggi pada UD. Terang Bangun di Bangil Pasuruan. Keputusan pembelian sangat didukung oleh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) yang dilakukan oleh para konsumen UD. Terang Bangun di Bangil Pasuruan. Menurut Philip Kotler (2009) menyebutkan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Sedangkan dari hasil penelitian terdahulu, hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asrizal E.N dan M. T. Lesmana (2018), dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kedua variabel independen yang diteliti yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai koefisien determinasi yaitu 21,10% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis kedua mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,767 > t_{tabel} yaitu sebesar 1,68385 dengan nilai signifikansi tersebut $0,001 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini harga (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan persepsi responden terhadap indikator variabel harga terdapat 27% responden menyatakan sangat setuju, responden yang menyatakan setuju sebanyak 45%, responden yang menyatakan netral atau biasa saja sebanyak 26%, dan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3%, dengan total skor 603 dengan nilai rata - rata sebesar 150,75 yang berada pada kategori baik. Hal ini menunjukan bahwa adanya penilaian terhadap variabel harga yang cukup tinggi pada UD. Terang Bangun di Bangil Pasuruan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) yang menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sementara ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran. Bagi konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Tjiptono (2007) juga menjelaskan bahwa adanya hubungan antara harga dan manfaat dalam keputusan pembelian konsumen telah membuat perusahaan harus memilih suatu harga yang tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah, tetapi suatu harga yang sama dengan nilai persepsi bagi target konsumen. Sebagaimana hasil penelitian Ali dan Ahmad (2012) telah menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan dari hasil penelitian terdahulu, hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sendy R, dan Budhi Satrio (2018), yang hasilnya menunjukan adanya pengaruh variabel harga yang berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara online. Semakin baik tingkat kesesuaian harga dan potongan harga yang diberikan di shopee.co.id maka akan semakin

meningkatkan keputusan pembelian. Harga terbukti membawa dampak pada kecenderungan konsumen untuk melakukan suatu pembelian secara online.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis ke tiga mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $8,164 > t_{tabel}$ yaitu sebesar $1,68385$ dengan nilai signifikansi tersebut $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil kuesioner terhadap indikator variabel kualitas pelayanan terdapat 13% responden menyatakan sangat setuju, responden yang menyatakan setuju sebanyak 50%, dan responden yang menyatakan netral atau biasa saja sebanyak 37%, dengan total skor 730 dengan nilai rata - rata sebesar 146 yang berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan yang cukup tinggi pada UD. Terang Bangun di Bangil Pasuruan. Menurut Tjiptono (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk Hasil penelitian Kodu (2013) menunjukkan bahwa adanya pelayanan yang berkualitas akan mendorong keputusan pembelian konsumen. Selain itu, pelayanan yang berkualitas juga dapat mendorong konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Sedangkan hasil penelitian M. Umar Maya Putra dan Nasrul Efendi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara partial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai F_{hitung} $14,537 > F_{tabel}$ $2,71$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$.

d. Koefisien Determinan

Dari hasil analisis diperoleh nilai R sebesar 0,850 dan R Square sebesar 0,723 hasil ini menunjukkan bahwa hubungan keterikatan variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki kategori yang cukup kuat, sehingga keterikatan hubungan ini ada kemungkinan masih bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bisa meningkatkan atau bahkan bisa menurunkan hubungan keterikatannya. Sedangkan model yang dihasilkan dari hubungan kerikatan ini yang dilihat dari nilai R Square sebesar 0,723 yang berarti bahwa kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel independen (Y) sebesar 72,3%, dengan demikian model yang di dapat masih dalam kategori sedang sehingga peran faktor lain memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap variable indepen. Pada penelitian dari variabel yang sama dari M. Umar Maya Putra, dan Nasrul Efendi (2021) yang memperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,316, hal ini berarti total proporsi dari variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebesar 31,6%. Sementara sisanya sebesar 68,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data primer dari variable harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kayu olahan di UD. Terang Bangun Bangil Pasuruan, dengan nilai F_{hitung} sebesar $48,282$ dan F_{tabel} sebesar $3,25$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,723 atau 72,3% artinya model dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 72,3% oleh variable harga dan

kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 27,7 % dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian seperti variable kualitas produk. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kayu olahan di UD. Terang Bangun Bangil Pasuruan, dari hasil analisisnya menunjukkan nilai t hitung sebesar $3,767 > t$ tabel yaitu sebesar 1,68385 dengan nilai signifikansi tersebut $0,001 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kayu olahan di UD. Terang Bangun Bangil Pasuruan, dari analisisnya menunjukkan nilai t hitung sebesar $8,164 > t$ tabel yaitu sebesar 1,68385 dengan nilai signifikansi tersebut $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. 2001. Pengantar Bisnis Modern , Edisi Ketiga, Yogyakarta: Liberty.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2001. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty. Yogyakarta.
- Boyd, Walker, Larreche. 1998, "Manajemen Pemasaran," Dialihbahasakan oleh Nurmawan, Imam, Edisi kedua, Jilid kedua, Jakarta; Erlangga.
- Cristina Widya Utami. 2008. Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel. Publishing Bayumedia, Malang.
- Doni H. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector microson. Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra. 2007. Service, Quality Satisfaction. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Andi. Yogyakarta.
- Fardiani, Aprillia Nia. analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga,dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dyriana bakery & café pandanaran semarang. Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Ghozali, Imam. 2007. Aplikasi AnalisisMultivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Janah, M. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Dewi Hijab Surabaya. Skripsi. Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: Indeks, Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip,. Armstrong, Garry,. (2008) : Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2.; Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip,. Kevin, Lane, Keller,. (2009) : Manajemen Pemasaran, Edisi 13, jilid 2.; Erlangga, Jakarta.
- Muhammad Ashoer, Haerdiansyah Syahnur, Imaduddin Murdifin, 2019. "Bagaimana Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online?" Jurnal Ilmiah ManajemenDan Bisnis Vol. 20 No. 1.Penerbit Erlangga.

- Peter, J., Paul, Olson, Jerry, C,. (2010) : Consumer Behavior and Marketing Strategy 9 th ed.; Mc Graw Hill, New York, USA.
- Saladin, D,. (2008) : Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian.; Linda Karya, Bandung.
- Schiffman, Kanuk,. (2010) : Perilaku Konsumen, Edisi 10.; Indeks, Jakarta. Tjiptono, Fandy,. (2008) : Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga.; Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku Konsumen :Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Cetakan Pertama. Bogor : Ghalia Indonesia
- Tjiptono, Fandy,. (2009) : Service Marketing.; Marknesis, Yogyakarta.
- Wahyuni, Sri,. Pardamean, Jonianto,. (2016) : Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas Jakarta, Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, Vol. 3 No. 1
- Luthfia Widha Emil, 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang. Hal 19. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rosiana Dewi, 2010. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Jazz (Studi Kasus pada Honda Semarang Center). Hal i. Universitas Diponegoro. Semarang.