



Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Risiko Handmade Kota Tangerang Selatan

Sultan Khalik Firdaus¹, Retno Wulansari²

Program Studi Manajemen¹, Universitas Pamulang²
sultankhalik23@gmail.com¹, dosen00568@unpam.ac.id²

Dikirim 10 Januari 2024 | Direvisi 23 Januari 2024 | Diterima 29 Februari 2024

*Korespondensi Penulis

Abstract

This research aims to determine the influence of price and service quality on purchasing decisions at Riska. Handmade South Tangerang either partially or simultaneously. The research method used a quantitative method that was associative in nature. The sampling technique used in this research was 100 respondents. Data analysis techniques used instrument tests, namely validity and reliability tests, classic assumption tests, namely normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, simple linear regression test, multiple linear regression test, correlation coefficient test, determination coefficient test and hypothesis test, namely t test and f test. The results of this research were that price has a significant effect on purchasing decisions. By testing the hypothesis, the t value was obtained $t_{count} > t_{table}$ ($12.838 > 1.984$). Service quality has a significant effect on purchasing decisions. By testing the hypothesis, the t value was obtained $t_{count} > t_{table}$ ($13.678 > 1.984$). Price and service quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with hypothesis testing obtained $f_{count} > f_{table}$ ($122.978 > 3.090$). Thus, could be concluded that price and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions at Riska. Handmade. The coefficient of determination of influence or contribution of simultaneous influence was 0.717 or 71.7%, the remaining 28.3% was influenced by other factors.

Keyword: Price, Purchase Decisions, Service Quality

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Risiko. *Handmade* Kota Tangerang Selatan baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kuantitatif yang bersifat asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisa data dengan uji instrument yaitu uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolineartias, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear sederhana, uji linear regresi berganda, uji korefisien korelasi, uji korefisien determinasi dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Hasil penelitian ini adalah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,838 > 1,984$). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,678 > 1,984$). Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan uji hipotesis diperoleh $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($122,978 > 3,090$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Risiko. *Handmade*. Nilai koefisien determinasi berpengaruh atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,717 atau sebesar 71,7% sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



PENDAHULUAN

Memberikan hadiah sudah menjadi populer atau bahkan hal yang lumrah, terutama di kalangan milenial. Salah satu hadiah yang diberikan adalah buket bunga. Buket adalah seikat bunga yang telah dibungkus dengan hati-hati dengan kertas perkamen dan diikat dengan pita di bagian luarnya. Ketika buket pertama kali muncul, buket hanya berisi bunga. Namun, seiring berjalannya waktu, isi buket berkembang menjadi berbagai macam barang, seperti buket makanan ringan, kopi, uang, dan lain sebagainya.

Riska. *Handmade* merupakan salah satu toko penjual buket di Tangerang selatan. Riska. *Handmade* toko buket yang beroperasi secara *online* di media social seperti *Instagram* dan juga *marketplace* seperti *shopee*. Buket yang dijual memiliki beragam variasi dari bentuk dan jenis, semua berdasarkan harganya masing-masing. Harga merupakan sejumlah uang yang telah maupun hendak diberikan guna mencapai tujuan tertentu. Dari perspektif pengguna, harga umumnya digunakan sebagai sinyal nilai ketika dikaitkan dengan keuntungan yang didapat dari penggunaan produk maupun layanan. Tetapi, Faktor yang biasa mempengaruhi penjualan buket biasanya dari bagaimana pelayanan penjual terhadap konsumen. Komponen penting dari strategi bisnis internet atau biasa disebut *online shopping* yang untuk menarik lebih banyak pelanggan adalah pelayanan. Ketika membuat pilihan pembelian dalam situasi ini, seseorang perlu memeriksa tingkat kualitas layanan yang mereka terima.

Tabel Data Penjualan Buket pada Riska. *Handmade*

NO	Bulan	Data Penjualan 2021			
		Target (Rp)	Pencapaian (Rp)	Persentase (%)	Pelanggan
1	Januari	3.000.000	3.145.000	104%	89
2	Februari	3.000.000	3.060.000	102%	84
3	Maret	3.000.000	2.580.000	86%	77
4	April	3.000.000	2.255.000	74%	67
5	Mei	3.000.000	1.160.000	39%	33
6	Juni	3.000.000	2.880.000	96%	87
7	Juli	3.000.000	3.280.000	109%	93
8	Agustus	3.000.000	1.850.000	61%	52
9	September	3.000.000	1.245.000	41%	35
10	Oktober	3.000.000	1.380.000	46%	40
11	November	3.000.000	2.735.000	91%	78
12	Desember	3.000.000	3.972.000	130%	112
	Total	36.000.000	29.542.000	82%	847

NO	Bulan	Data Penjualan 2022			
		Target (Rp)	Pencapaian (Rp)	Persentase (%)	Pelanggan
1	Januari	3.500.000	3.057.000	87%	82
2	Februari	3.500.000	4.380.000	125%	124
3	Maret	3.500.000	3.167.000	90%	90
4	April	3.500.000	4.085.000	116%	117
5	Mei	3.500.000	1.555.000	51%	44
6	Juni	3.500.000	3.885.000	111%	110
7	Juli	3.500.000	3.755.000	107%	107
8	Agustus	3.500.000	2.084.000	59%	59
9	September	3.500.000	3.020.000	86%	84
10	Oktober	3.500.000	0	0	0
11	November	3.500.000	1.867.000	53%	53
12	Desember	3.500.000	2.980.000	85%	88
	Total	42.000.000	33.835.000	80%	958

Sumber: Riska. *Handmade* 2021-2022

Berdasarkan data diatas, untuk melihat kondisi sebenarnya penjualan pada Riska. *Handmade* selama 2 tahun terakhir dengan total pelanggan 1.805 orang yang menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 63.377.000. Data tersebut menunjukkan penjualan pada satu tahun terakhir dari bulan januari 2022 sampai desember 2022 mengalami penurunan pendapatan dari tahun 2021. Penurunan pendapatan tahun 2022 berkisar 2% walaupun memiliki total pelanggan 958 lebih banyak ketimbang tahun 2021 yang memiliki

pelanggan sebanyak 847 orang. Tetapi terdapat perbedaan target di tiap tahunnya, tahun 2021 memiliki target sebesar Rp. 36.000.000 dengan pendapatan sebesar Rp.29.542.000, sedangkan pada tahun 2022 memiliki target yang lebih tinggi senilai Rp.42.000.000 dan memiliki pendapatan sebesar Rp. 33.835.000. Secara nominal pada tahun 2022 mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2021, tetapi secara persentase dari target, tahun 2021 memiliki persentase lebih besar yaitu 82% dibanding pendapatan pada tahun 2022 dengan persentase 80%. Dari data ini mengalami grafik naik turun omset disetiap bulan, dengan omset tertinggi pada bulan februari 2022 dengan omset Rp. 4.380.000 namun pada bulan oktober 2022 tidak ada omset dikarenakan toko buket Riska. *Handmade* tutup sementara selama satu bulan penuh. Berdasarkan dari data tersebut, penulis ingin mengetahui dari faktor apa saja yang menyebabkan penurunan atau kurang stabilnya pendapatan yang dicapai oleh toko buket Riska. *Handmade* tersebut.

Tabel Perbandingan Harga Riska. *Handmade* & All Gift For You

Katalog Riska. <i>Handmade</i>				Katalog <i>All Gift For You</i>			
No	Jenis	Ukuran	Harga (Rp)	No	Jenis	Ukuran	Harga (Rp)
1	Snack	S	20.000	1	Snack	S	25.000
		M	35.000			M	30.000
		L	60.000			L	50.000
		XL	125.000			XL	100.000
2	Bunga Palsu	S	35.000	2	Bunga Palsu	S	50.000
		M	50.000			M	60.000
		L	80.000			L	80.000
		XL	125.000			XL	100.000
3	Uang	S	35.000	3	Uang	S	40.000
		M	45.000			M	50.000
		L	80.000			L	60.000
		XL	150.000			XL	100.000
Katalog <i>Rust. Things</i>				Katalog <i>Orianaflowers_Ciputat</i>			
No	Jenis	Ukuran	Harga (Rp)	No	Jenis	Ukuran	Harga (Rp)
1	Snack	S	50.000	1	Snack	S	35.000
		M	65.000			M	55.000
		L	75.000			L	75.000
		XL	180.000			XL	150.000
2	Bunga Palsu	S	35.000	2	Bunga Palsu	S	55.000
		M	100.000			M	75.000
		L	140.000			L	100.000
		XL	225.000			XL	165.000
3	Uang	S	75.000	3	Uang	S	40.000
		M	120.000			M	65.000
		L	160.000			L	85.000
		XL	200.000			XL	120.000

Sumber : Katalog Riska. *Handmade*, All Gift For You, Rust. *Things* & Orianaflowers_Ciputat

Berdasarkan data diatas, menunjukan beberapa variasi harga dari buket yang dijual oleh Riska. *Handmade*, All Gift For You, Rust. *Things* & Orianaflowers_Ciputat. Harga buket termurah sampai harga buket paling mahal yang dijual dari semua toko dapat dilihat harga yang terkecil adalah buket snack ukuran S dari Riska. *Handmade* dengan nominal harga hanya Rp. 20.000. Sedangkan dengan harga buket termahal ada pada buket bunga palsu ukuran XL dari Rust. *Things* dengan nominal harga sebesar Rp. 225.000. Untuk jenis lain memang tidak begitu signifikan perbedaannya dari semua toko.

Tabel Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kualitas Pelayanan pada Riska. Handmade

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Peserta	Dalam Target %	Interpretasi
		Ya	Tidak			
1	Riska. Handmade memberikan katalog yang dapat dipahami (bukti fisik)	35	65	20	100%	Kurang Baik
2	Riska. Handmade memberikan pelayanan dengan sopan (keandalan)	70	30	20	100%	Baik
3	Riska. Handmade memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap (ketanggapan)	35	65	20	100%	Kurang Baik
4	Riska. Handmade menjamin produk sesuai persetujuan konsumen (jaminan)	35	65	20	100%	Kurang Baik
5	Riska. Handmade membantu merekomendasikan buket yang cocok untuk kebutuhan konsumen (empati)	45	55	20	100%	Kurang Baik

Sumber: Data Pra-Survey Riska. Handmade 2023

Merujuk pada data diatas menunjukan 20 peserta menilai kualitas pelayanan masih dirasakan kurang baik, 65% peserta menilai kurang baik dari 3 poin pernyataan yaitu katalog yang sulit dipahami, pelayanan yang kurang tanggap dan kesesuaian produk yang berbeda. Namun pelayanan yang sopan cukup menonjol dari 4 poin lain nya, terbukti dengan 70% peserta menyatakan bahwa pelayanan pada Riska. Handmade cukup sopan. Akan tetapi semua harus terus ditingkatkan guna meningkatkan minat pembelian konsumen pada Riska. Handmade.

METODE

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Tempat penelitian pada Riska. Handmade , yang beralamatkan di Jl. Sukamulya IV RT 009/008, Serua indah, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15414.dan Waktu yang direncanakan dimulai dari penyusunan usulan penelitian sampai terlaksananya laporan penelitian, yakni Juni 2023 sampai dengan Maret 2024. Populasi pada riset ini yaitu pelanggan atau yang pernah membeli buket pada Riska. Handmade berjumlah 1.805 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesukaran 10% sehingga diperoleh sampel sebanyak 95 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program statistic SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10,420	2,132		4,888	0,000	
	HARGA	0,512	0,112	0,404	4,571	0,000	0,374
	KUALITAS PELAYANAN	0,308	0,055	0,491	5,557	0,000	0,374

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Persamaan regresi di atas dengan menggunakan tabel 4.19 sebagai dasar sebagai berikut:

$$Y = 10,420 + 0,512 X_1 + 0,308 X_2 + \alpha$$

Mengikuti persamaan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sejumlah 10,420 menunjukkan bila akan ada nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 10,420 satuan tanpa adanya variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).

- b. Melalui nilai 0,512, maka Keputusan Pembelian (Y) akan berubah sejumlah 0,512 satuan untuk setiap perubahan satuan pada variabel Harga (X1), dengan asumsi konstanta tetap dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak mengalami perubahan.
- c. Nilai 0,308 menunjukkan bahwa akan terjadi perubahan Keputusan Pembelian (Y) sejumlah 0,308 satuan tiap perubahan satuan dalam variabel Kualitas Pelayanan (X2), dengan ketentuan konstanta dan variabel Harga (X1) bernilai tetap.

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.847 ^a	0,717	0,711	3,17871	1,772

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Mengacu pada interval nilai koefisien korelasi untuk skala 0,800 - 1,000, maka variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai tingkat pengaruh maupun hubungan yang sangat erat terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian pada tabel 4.24 menghasilkan nilai R (koefisien korelasi) sejumlah 0,847.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.847 ^a	0,717	0,711	3,17871	1,772

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Mengacu pada hasil uji dalam tabel 4.27, dimana R-square (koefisien determinasi) bernilai 0,717, maka variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y) senilai 71,7%, dan 28,3% lainnya berasal dari faktor maupun variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil Uji t

Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,927	2,380		3,330	0,000
HARGA	1,005	0,078	0,792	12,838	0,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: output SPSS

Nilai thitung > ttabel, atau $12,838 > 1,984$, ditentukan oleh temuan analisis yang ditunjukkan pada tabel di atas, dan hal ini didukung oleh nilai $p < \text{Sig. } 0,05$, atau $(0,000 < 0,05)$. Hasilnya, H_0 ditolak dan H_1 diterima, membuktikan bila ditemukan hubungan yang positif dan signifikan antara harga dan keputusan pembelian di Riska. *Handmade*

Variabel Kualitas Pelayanan(X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,798	1,527		11,657	0,000
KUALITAS PELAYANAN	0,508	0,037	0,810	13,678	0,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $13,678 > 1,984$, ditentukan oleh temuan analisis yang dipaparkan dalam tabel di atas, dan hal ini didukung oleh nilai $\rho < \text{Sig. } 0,05$, atau $(0,000 < 0,05)$. Hasilnya, H_0 ditolak dan H_2 diterima, mengindikasikan bila kualitas layanan menghadirkan dampak positif dan cukup signifikan terhadap keputusan pembelian pada Riska. *Handmade*.

Hasil Hipotesis (Uji F) Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2485,200	2	1242,600	122,978	.000 ^b
Residual	980,110	97	10,104		
Total	3465,310	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

Sumber: output SPSS

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $(122.978 > 3.090)$, dihasilkan berdasarkan hasil pengujian pada tabel sebelumnya. Hal ini didukung lebih lanjut dengan nilai $\rho < \text{Sig. } 0.05$, atau $(0.000 < 0.05)$. Hasilnya, H_0 ditolak dan H_3 diterima, membuktikan bila Harga dan Kualitas Layanan memberikan dampak yang menguntungkan secara simultan serta substansial terhadap keputusan pembelian pada Riska. *Handmade*.

PEMBAHASAN

Variabel Harga

- Mengungkapkan bila tanggapan responden terhadap variabel Harga (X1) memuat skala atau kategori sangat baik, yakni pada nilai rata-rata 4,29 yang masuk dalam rentang (4,20-5,00). Pernyataan yang memiliki skor paling tinggi dengan skor 4.35 yaitu "Harga yang ditawarkan oleh Riska. *Handmade* sesuai dengan hasil yang diinginkan dan Harga buket Riska. *Handmade* dapat bersaing dengan harga kompetitor", sehingga banyak pelanggan yang merasa harga yang diberikan sesuai.
- Ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,196), maka hal ini mengindikasikan bila keseluruhan variabel harga (X1) adalah valid, sebagaimana hasil uji validitas yang dijalankan terhadap seluruh item kuesioner.
- Seluruh variabel Harga (X1) adalah realibel, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji reliabilitas yang menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* berjumlah 0,910 dengan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.
- Angka persamaan regresinya adalah $Y = 7,927 + 1,005X_1$ berdasarkan tabel 4.19.
- Mengacu pada tabel 4.22, diketahui koefisien korelasi (nilai R) sejumlah 0,792, menunjukkan tingkat pengaruh maupun hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel menurut rentang nilai koefisien korelasi 0,600-0,799. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian (Y) dipengaruhi secara signifikan dan baik oleh variabel harga (X1).
- Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $12,838 > 1,984$, ditentukan menurut hasil analisis dalam tabel 4.28. Kondisi demikian didukung oleh nilai $\rho < \text{Sig. } 0,05$, atau $(0,000 < 0,05)$. Akibatnya, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga menandakan bila harga (X1) memberikan pengaruh positif dan cukup besar terhadap keputusan pembelian (Y) pada Riska. *Handmade*.

Variabel Kualitas Pelayanan

- a. Mengacu pada tabel nampak bila nilai rata-rata 4.02 ada dalam rentang skala (3,40-4,19) yakni tanggapan responden atas variabel Kualitas Pelayanan (X2) memuat skala atau kategori baik. Pernyataan dengan skor tertinggi yaitu skor 4.11, menyatakan "Riska. *Handmade* memberikan katalog
- b. yang dapat dipahami", dengan demikian banyak pelanggan yang merasa informasi yang diberikan mudah dipahami.
- c. Ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,196), maka hal ini mengindikasikan bila seluruh variabel kualitas pelayanan (X2) adalah valid, sesuai hasil uji validitas yang dijalankan terhadap item kuesioner secara menyeluruh.
- d. Seluruh variabel Harga (X1) adalah realibel, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji reliabilitas yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sejumlah 0,969 dengan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.
- e. Angka persamaan regresinya adalah $Y = 17,798 + 0,508X_2$ berdasarkan tabel 4.20.
- f. Berdasarkan tabel 4.23 diatas didapatkan nilai R (koefisien korelasi) sejumlah 0,810, yang menandakan terdapat pengaruh atau hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Menurut interval, nilai koefisien korelasi ada dalam rentang skala 0,800-1,000, yang menandakan terdapat pengaruh secara positif dan signifikan atas variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- g. Tabel 4.29 di atas menyajikan hasil analisis. Hasil demikian mengindikasikan bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $13,678 > 1,984$, dan hasil tersebut didukung oleh nilai $p < \text{Sig } 0,05$, atau $(0,000 < 0,05)$. Hasilnya, H_0 ditolak dan H_1 diterima, mengungkapkan bila Kualitas Layanan (X2) dan keputusan pembelian (Y) memuat hubungan yang positif dan cukup signifikan.

Variabel Keputusan Pembelian

- a. Menurut tabel, didapati bila nilai rata-rata 4.23 ada dalam kategori skala (4,20-5,00) dimana tanggapan responden atas variabel Keputusan Pembelian (Y) mempunyai skala atau kategori sangat baik. Pernyataan dengan skor tertinggi senilai 4.42 yaitu "Saya akan merekomendasikan Riska. *Handmade* kepada orang terdekat karena kualitas yang baik" sehingga banyak pelanggan yang merasakan kualitas yang diberikan baik sehingga mereka merekomendasikan kepada orang lain.
- b. Ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,196), maka hal ini mengindikasikan bila semua variabel keputusan pembelian (Y) telah valid, sebagaimana hasil uji validitas yang dijalankan terhadap item kuesioner secara menyeluruh.
- c. Nilai Cronbach's Alpha berjumlah 0,923, dengan Cronbach's Alpha $> 0,60$, menunjukkan bahwa keseluruhan variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat direalisasikan berdasarkan hasil uji reliabilitas.
- d. Berdasarkan tabel 4.21 diperoleh angka persamaan regresi $Y = 10,420 + 0,512 X_1 + 0,308 X_2 + \alpha$.
- e. Tabel 4.24 mengungkapkan bila koefisien korelasi atau R berjumlah 0,847. Hal ini mengindikasikan bila sesuai dengan interval nilai koefisien korelasi dalam skala 0,800-1,000, maka variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memuat tingkat pengaruh maupun hubungan yang sangat kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menandakan bila keputusan pembelian (Y) mendapat pengaruh yang positif dan signifikan oleh variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).
- f. Hasil analisis Tabel 4.28 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $122,978 > 3,090$, dan hasil tersebut didukung oleh nilai $p < \text{Sig } 0,05$, atau $(0,000 < 0,05)$. Fakta bahwa H_0 kemudian ditolak dan H_1 disetujui menandakan bila harga (X1) dan kualitas layanan (X2) memberikan dampak positif dan cukup besar secara bersamaan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Riska. *Handmade*.

SIMPULAN

Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui persamaan regresi $Y = 7,927 + 1,005X_1$. Hal ini menandakan bila H_0 ditolak dan H_1 diterima dan mengungkapkan bila ditemukan pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Riska. *Handmade*. Uji hipotesis menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(12,838 > 1,984)$ hasil demikian dikuatkan dengan nilai $p\text{-value} < \text{Sig } 0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Nilai Koefisien determinasi yang dipengaruhi oleh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sejumlah 62,7% dan 37,3% sisanya berasal dari variabel yang tidak diteliti.

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y = 17,798 + 0,508X_2$. sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, kondisi demikian mengindikasikan bila secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Risiko. *Handmade*. Uji hipotesis menghasilkan nilai thitung > ttabel atau (13,678 > 1,984) hasil demikian dikuatkan dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Nilai Koefisien determinasi yang dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sejumlah 65,6% dan 34,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y = 10,420 + 0,512 X_1 + 0,308 X_2 + \alpha$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, kondisi demikian mengindikasikan bila ditemukan pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Risiko. *Handmade*. Uji hipotesis memperoleh nilai thitung > ttabel atau (122,978 > 3,09), hasil tersebut dikuatkan dengan p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Nilai Koefisien determinasi yang dipengaruhi oleh Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara simultan sejumlah 71,7% dan 28,3% sisanya berasal dari variabel di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru: Zanafra.
- Alma, b. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Burhanudin. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Malang: PT. Cita Intrans Selaras.
- Daryanto. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Firmansyah. (2018). *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariete: dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Iqbal. (2014). *Analisis Data Penelitian Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Armstrong (2012). *Prinsip-prinsip Manajemen Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management 16 Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Published.
- Lupiyohadi (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat
- Schiffman, Kanuk. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition:International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Siswanto, B. (2021). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi Edisi satu*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arwin, Debora, Berlien, V. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 1-10.
- Enre, A., Hutagalung, D. S., Simbolon, H. A., Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Jurnal Akuntansi*, 4(1) 217-232.
- Ende, Hidayat, N. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. *FLURALIS* 2(1), 198-199.

- Khairaa, N., Saputra, F., Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut. *Jurnal JAMAN*, 2(3), 24-30.
- Malonda, E., K., James D., D., Massie, Gunawan, E. (2021) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Bensu di Kota Manado pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal EMBA Universitas Sam Ratulangi*, 9(4), 1198–1207.
- Mulyati, E., Fauzia, S., Z., A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Freight Forwarder di PT XYZ Global Forwarding. *Jurnal Logistik Politeknik Pos Indonesia*, 10(1), 68-75.
- Mukti, A., Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Keda Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen STIE Bima*, 10(1), 229 – 245.
- Nuraini, F., Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional*, 3(2), 1-11.
- Nurlela, S., Fatmayati, F. (2022). Pengaruh Harga Tiket Dan Kualitas Pelayanan Cabin Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Adi Soemarmo. *Jurnal Ekonomi*, 1(2), 146-151.