



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Darmawangsa Kabupaten Bekasi

Intan Apriyani¹, Muhammad Akbar²

Fakultas Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis,
Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia.

Email : intanapriyani88@gmail.com¹,_

Abstract.

This study is motivated by a decrease of around 80% in February 2024 due to service quality and price at Alfamart Darmawangsa. This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions for customers of Alfamart Darmawangsa Branch, Bekasi Regency. The type of data in this study is a quantitative approach. This study uses 2 independent variables, namely service quality and price on the dependent variable of purchasing decisions. In this study the sample used was 150 customers at Alfamart Darmawangsa. The data was processed using SPSS 25 with the t test, f test, multiple linear regression, and the coefficient of determination. The results showed that there is a partially significant influence between Service Quality on Purchasing Decisions at Alfamart in Darmawangsa branch Where t count $32.157 > t$ table 1.976 and a significant value of $0.000 < 0.05$. There is a partially significant influence between Price on Purchasing Decisions at Alfamart in Darmawangsa branch Where t count $30.949 > t$ table 1.976 and a significant value of $0.000 < 0.05$. There is a simultaneous significant influence between Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Alfamart Darmawangsa branch, Bekasi Regency where the F value is F count $712.581 > t$ table 3.06 . The contribution made by Service Quality and Price simultaneously to Purchasing Decisions is 90.6%, while the remaining 9.4% is influenced by other factors not included in this study.

Keywords: Service Quality, Price, Purchase Decision.

Cronicle of Article: Received (10,12,2024); Revised(15,12,2024); and Published (28,12,2024).

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author (contoh): Intan Apriyani adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. R.A Kartini No.10 Margahayu, Bekasi Timur – Kota Bekasi. Corresponding Author: intanapriyani88@gmail.com

How to cite this article : Apriyani, I. (2024)' Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Darmawangsa Kabupaten Bekasi)', *Adbispreneur*, 4 (6), pp. 569 - 575 . Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, termasuk bisnis retail. Hal ini terlihat dari banyaknya pasar modern yang bermunculan dalam berbagai bentuk dan ukuran dan secara bertahap menggantikan kehadiran pasar tradisional.

Bisnis retail mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa untuk penggunaan pribadi dan non-komersial kepada konsumen akhir (Saladin, 2012). Dari pengertian di atas jelas bahwa bisnis retail adalah kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir dan digunakan untuk keperluan pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan usaha.

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, termasuk bisnis retail. Hal ini terlihat dari banyaknya pasar modern yang bermunculan dalam berbagai bentuk dan ukuran dan secara bertahap menggantikan kehadiran pasar tradisional. Bisnis retail mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa untuk penggunaan pribadi dan non-komersial kepada konsumen akhir (Saladin, 2012). Dari pengertian di atas jelas bahwa bisnis retail adalah kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir dan digunakan untuk keperluan pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan usaha.

Hal ini dicatat oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya yang mewujudkannya dengan Alfamart yang memiliki visi. Visi Alfamart adalah "Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global." Dengan motto "Belanja Puas, Harga Pas". Saat ini Alfamart telah hadir di seluruh wilayah Indonesia. Alfamart berkomitmen memberikan pelayanan cepat, berkualitas, dan kemudahan akses untuk pelanggan di sekitar gerai

Pada 2021, jumlah gerai Alfamart sudah mencapai 16.492 gerai di seluruh Indonesia. Alfamart mencatatkan peningkatan jumlah gerai sebesar 112,5% dalam 10 tahun terakhir. Pada 2012, gerai Alfamart baru mencapai 7.760 gerai. Dengan demikian, ada 8.732 gerai baru yang dibangun Alfamart dalam periode 1 dekade. Pada 2021, Alfamart mencatatkan pendapatan sebesar Rp. 84,9 triliun. Laba bersih pun tercatat sebesar Rp.1,95 triliun. Penjualan total minimarket tercatat sebesar Rp.182,8 triliun pada 2021.

Keputusan pembelian akan tercapai ketika kualitas pelayanan dan harga yang diberikan memenuhi kebutuhan mereka. Kualitas yang baik penting untuk keputusan pembelian, namun tidak mudah untuk memahami bagaimana konsumen mengevaluasi kualitas yang mereka terima.

Ketika persaingan di pasar semakin ketat, terutama dari pasar modern serupa, perusahaan harus bergerak semakin cepat untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran harus memperhatikan dengan baik perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam kegiatan pemasaran produknya. Hal ini dikarenakan suatu konsep pemasaran dimana salah satu cara untuk mencapai tujuan bisnis adalah dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing (Kotler, 2009).

Proses keputusan pembelian pada dasarnya sama untuk semua orang. Yang membedakan proses pengambilan keputusan adalah ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup masing-masing konsumen. Menurut Peter dan Olson (2010), pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses integratif yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif tindakan dan memilih salah satunya.

Di sini persepsi konsumen terhadap harga produk dapat dijadikan tolak ukur kualitas produk berdasarkan harga produk tersebut. Semakin bermanfaat suatu produk yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin bernilai pula produk tersebut. Perilaku konsumen lainnya biasanya membandingkan harga di tempat lain sebelum memilih suatu produk. Berdasarkan harga yang ditetapkan, konsumen memutuskan untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Selain permasalahan mengenai kualitas pelayanan, harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Beberapa konsumen mencari kebutuhan dapur dengan harga yang murah. Sebagai data pendukung perbedaan harga Alfamart dengan Indomaret sebagai berikut:

Dari hasil pengamatan yang dilakukan di Alfamart Darmawangsa dapat diketahui bahwa karyawan Alfamart Darmawangsa masih perlu mendapatkan arahan yang baik agar bisa

memberikan kualitas pelayanan dan harga yang baik. Jadi kualitas pelayanan dan harga akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Memiliki kualitas pelayanan dan harga akan meningkatkan konsumen untuk berbelanja di Alfamart Darmawangsa. Karyawan yang melakukan pelayanan yang baik akan menumbuhkan rasa ketertarikan konsumen untuk datang lagi ke Alfamart Darmawangsa. Kemungkinan antara kualitas pelayanan dan harga berkaitan dengan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Darmawangsa Kabupaten Bekasi".

LITERATUR REVIUW

Administrasi

Menurut Sondang P. Siagian (2014:13), administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Menurut Dr.Sondang Siagian (2012: 13), administrasi dapat diartikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih berdasarkan rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Menurut Irra Chisyanti Dewi (2011: 3), adminstrasi sebagai perkerjaan tulis menulis atau ketatausahaan atau kesekretarisan, yaitu meliputi kegiatan menerima, mencatat ,menghimpun,mengolah mengadakan ,mengirim,dan menyimpan.

Admistrasi Bisnis

Menurut Y. Wayong (2004:12) menyatakan bahwa administrasi Bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen. Menurut Poerwanto menyatakan bahwa adminsitrasi bisnis adalah proses menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan hingga barang dan jasa tersebut berada di tangan pelanggan dan pelanggan mampu memperoleh keuntungan dan membukukan keuntungan tersebut. Menurut Sukarno dan Ibrahim Rubis menyatakan bahwa administrasi bisnis mencakup berbagai kegiatan di bidang produksi, transportasi, akomodasi, perbankan dan asuransi, serta segala aktivitas yang mempengaruhi proses bisnis di sektor korporasi swasta.

Pemasaran

Menurut Sumarwan (2015: 17) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan memproduksi barang dan jasa tersebut untuk diperdagangkan dan dipertukarkan antara produsen dan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009: 5) menyatakan bahwa Pemasaran adalah fungsi organisasi yang mencakup serangkaian metode untuk menciptakan dan mengkomunikasikan manfaat bagi organisasi dan pemangku kepentingannya. Menurut Swastha (2009: 10) menyatakan bahwa Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli yang ada dan calon pembeli, merupakan suatu sistem yang total.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan, dan setidaknya mempunyai potensi untuk memenuhi atau melampaui kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan keinginannya dan menjamin ketepatan metode penyampaian untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Menurut Arianto (2018: 83) menyatakan bahwa kualitas dapat diartikan sebagai kualitas pelayanan yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan serta persyaratan dan ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas layanan berlaku untuk semua jenis layanan yang

diberikan oleh perusahaan selama pelanggan berada di perusahaan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 143) menyatakan bahwa kualitas adalah keutuhan karakteristik suatu produk atau jasa dengan kemampuannya dalam memenuhi suatu kebutuhan. Menurut Kasmir (2017: 47) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau karyawan. Menurut Aria dan Atik (2018: 16) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa harga tahun 2012 adalah nilai nominal yang dibebankan kepada konsumen untuk menerima manfaat yang diberikan produk atau jasa dalam benak konsumen. Bisa juga dikatakan sebagai faktor yang menentukan nilai suatu produk. Murti dan John menyatakan bahwa satu-satunya faktor yang menghasilkan pendapatan adalah harga, unsur bauran pemasaran lainnya adalah biaya.

Keputusan Pembelian

Menurut Bukhari Alma (2016: 96) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi finansial, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, manusia, dan proses. Oleh karena itu, terbentuklah sikap di kalangan konsumen bahwa mereka mengolah segala informasi dan menarik kesimpulan darinya berupa jawaban tentang produk mana yang akan dibeli. Menurut Tjiptono (2015: 21) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen diartikan sebagai proses dimana konsumen mengidentifikasi suatu masalah dan mencari informasi mengenai suatu produk atau merek tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2016: 194), menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dikatakan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Artinya, ini adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, dan ide.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme yang melibatkan survei terhadap populasi atau sampel tertentu dan menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dengan tujuan menguji hipotesis yang diberikan. Digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif atau statistik.

Populasi Menurut Sugiyono (2017: 80), populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan sifat atau ciri tertentu, yang ditentukan oleh peneliti dan dari situlah diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Alfamart Darmawangsa. Sampel adalah sebagian dari suatu populasi (sampel) yang dimaksudkan untuk dijadikan bahan penelitian, dengan harapan sampel yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2019: 149). Karena jumlah pasti yang berbelanja di Alfamart Darmawangsa tidak diketahui oleh peneliti, populasi dalam penelitian ini dianggap tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik pengambilan sampel non probability, yang tidak memberikan peluang yang sama bagi semua anggota populasi. Peneliti menggunakan Teknik yang berjenis purposive sampling. Rumus Hair digunakan khususnya dalam penelitian yang memiliki jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, seperti dalam penelitian ini di mana tidak diketahui pasti siapa saja yang berbelanja di Alfamart Darmawangsa. Perhitungannya adalah Jumlah Indikator x 5 yaitu 30×5 Hair et al. (2019). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan peneliti sebanyak 30 indikator dan jumlah sampel berkisar antara 150.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Darmawangsa Kabupaten Bekasi. Berdasarkan uji validitas & reliabilitas yang dilakukan pada setiap butir angket, diperoleh hasil

bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian adalah valid dan reliabel, sehingga layak untuk dilakukan pengujian tahap selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, yang dijelaskan sebagai berikut:

Uji Multikolinearitas

nilai VIF dari Kualitas Pelayanan dan Harga adalah 6.574. Dapat diartikan bahwa kedua variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10 sehingga model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan dapat dilihat dari nilai tolerance variabel independent kualitas pelayanan dan harga lebih besar dari 0,10 yaitu 0,152. Sehingga dapat diartikan model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan 0,309 dan harga 0,061. Hal tersebut diartikan bahwa kedua variabel memiliki nilai yang signifikan yaitu lebih dari 0,05. Tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian.

Uji Regresi Linier Secara Parsial

Berdasarkan output "Grafik Scatter Plot", terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang linier dan positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) dan variabel Harga (X_2) dengan keputusan pembelian (Y). Hubungan positif ini bermakna bahwa jika keputusan pembelian konsumen mengalami peningkatan maka kualitas pelayanannya pun akan meningkat.

Uji Linear Berganda

Uji regresi linier digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut:

$$Y = 1.612 + 0,623 X_1 + 0,675 X_2$$

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hipotesis pertama (H_1) yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diketahui dari hasil perhitungan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dimana hasil analisis regresi linier berganda variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai koefisien 0,623 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian (Y) yang berarti apabila nilai variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 maka akan mempengaruhi kenaikan keputusan pembelian sebesar 0,623.

Terbukti kebenarannya pada uji parsial (uji t) hasil t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 32.157 dan nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1.976 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ 32.157 > 1.976 sedangkan nilai signifikan yang ditunjukkan oleh nilai $p < \alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Kemudian hasil uji koefisien determinasi secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar 0,875 atau 87,5% sedangkan sisanya 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain seperti lokasi Alfamart cabang Darmawangsa karena penentuan lokasi sangat penting dalam menentukan jumlah pelanggan dan penjualan. Faktor seperti populasi di sekitar Alfamart cabang Darmawangsa tingkat persaingan, dan aksesibilitas yang bisa mempengaruhi kinerja dari Alfamart cabang Darmawangsa dan kuesioner terendah di dapat dari pernyataan ke tujuh yaitu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Kondisi kualitas pelayanan saat ini Alfamart cabang Darmawangsa kabupaten Bekasi, kualitas pelayanan sudah cukup baik mulai dari penyambutan pada saat konsumen masuk toko, keramahan petugas yang berjaga, bersedia membantu konsumen untuk mencari

produk yang diinginkan, dan saat konsumen membayar di kasir dengan mengucapkan terima kasih. Hal tersebut mengakibatkan kualitas pelayanan menjadi penting untuk mendukung keputusan pembelian dalam berbelanja di Alfamart. Maka dapat di tarik kesimpulan jika hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendapat dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan berimplikasi pada keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hipotesis kedua (H2) yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat di lihat dari hasil perhitungan menggunakan SPSS dapat di ketahui bahwa ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian dimana hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel harga (X2) pada model regresi linier berganda diatas nilai koefisiensi sebesar 0,675 menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian (Y) yang berarti apabila nilai variabel harga meningkat sebesar 1 maka akan mempengaruhi kenaikan harga 0,675.

Terbukti kebenarannya pada uji parsial (uji t) hasil t hitung untuk variabel harga sebesar 30.949 dan nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1.976 maka $t \text{ hitung } 30.949 > 1.976$ sedangkan nilai signifikan yang di tunjukan oleh nilai $p < \alpha = 0,05$ (0,000, 0,05). Kemudian hasil uji koefisien determinasi secara parsial dimana pengaruh variabel harga secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar 0,866 atau 86,6% sedangkan sisanya 13,4% dipengaruhi oleh variabel lain seperti perbedaan harga yang lebih murah dari kompetitor lain. Faktor seperti perbedaan harga dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk berbelanja di tempat yang harga nya lebih murah. Dan kuesioner terendah di dapat dari pernyataan pertama yaitu konsumen bisa menjangkau harga yang sudah di tetapkan. Artinya terdapat pengaruh antara harga dan keputusan pembelian.

Kondisi harga Alfamart cabang Darmawangsa kabupaten Bekasi saat ini menetapkan harga yang terjangkau atau sesuai dengan pesaing. Karyawan Alfamart Darmawangsa juga selalu update harga setiap hari nya agar tidak terjadi selisih harga antara di rak dan di komputer kasir. Maka dapat di tarik kesimpulan jika hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendapat dengan adanya harga yang akurat maka akan berimplikasi terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hipotesis ketiga (H3) yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan menggunakan SPSS dapat di ketahui bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya pada uji parsial (uji t) t hasil hitung untuk variabel kualitas pelayanan dan sebesar 32.157 dan nilai pada tabel 5% sebesar 1.976, maka $t \text{ hitung } 32.157 > t \text{ tabel } 1.976$ sedangkan nilai signifikan $p < \alpha = 0,05$ (0,000 < 0,05). Lalu uji t untuk variabel harga sebesar 30.949 dan nilai pada t tabel distribusi 5% sebesar 1.976 maka $t \text{ hitung } 30.949 > 1.976$, sedangkan nilai signifikan yang ditunjukkan oleh nilai $p < \alpha = 0,05$ (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variable independen (X1 dan X2) masing-masing berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Kemudian hasil uji F menghasilkan F hitung $> F \text{ tabel}$ yaitu $712.581 > 3,06$ artinya masing-masing variable independent (kualitas pelayanan dan harga) secara Bersama-sama berpengaruh terhadap variable dependen (Keputusan pembelian). Selanjutnya dengan menggunakan koefisien determinasi (R_Square), diperoleh angka sebesar 0,906 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti stok produk musiman yang terbatas seperti produk (Sirup, Kurma, dan Biskuit Kaleng) yang selalu di cari konsumen sesuai kebutuhannya. Faktor seperti produk musiman bisa mempengaruhi peningkatkan penjualan di Alfamart cabang Darmawangsa. Dan kuesioner terendah di dapat pada pernyataan ke enam adanya pembelian musiman. Artinya terdapat pengaruh antara kepemimpinan dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variable Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Kondisi Keputusan pembelian Alfamart cabang Darmawangsa kabupaten Bekasi saat ini cukup baik dengan kesadaran karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mengupdate harga yang berubah Keputusan pembelian Alfamart Darmawangsa jadi meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Kualitas pelayanan memiliki derajat hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian secara positif dan signifikan mengenai kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil analisis uji koefisiensi determinasi secara parsial dimana pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian 0,875 atau 87,5%. Maka dapat ditarik kesimpulan jika hasil ini menunjukkan bahwa sebagian responden berpendapat dengan adanya
2. Harga memiliki derajat hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian dan terdapat pengaruh secara positif dan signifikan mengenai harga dengan keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan analisis koefisien determinasi secara parsial dimana pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,866 atau 86,6%. Maka dapat di tarik kesimpulan jika hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendapat dengan adanya harga yang akurat maka akan berimplikasi terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan dan harga memiliki derajat hubungan yang kuat dengan keputusan
3. pembelian secara bersama- sama terdapat pengaruh secara positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian, hal ini buktikan dengan hasil uji koefisien determinasi secara simultan yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,906 atau 90,6%. Maka dapa t di tarik kesimpulan jika hasil ini menunjukkan bahwa sebagian responden berpendapat dengan adanya kualitas pelayanan dan harga yang optimal terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Aditya Setyawan, D., & Setyaningsih, W. (2021). Studi Epidemiologi Dengan Pendekatan Analisis Spesial Faktor – factor Risiko yang Berhubungan Dengan Kejadian Diare Pada Anak di Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen,. CV. Tahta Media
- Afifudin. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung : Pustaka Setia, 2015
- Alimul, A., & Hidayat. (2012). Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia : Aplikasi Konsep dan Proses Keperawatan. (D. Sjabana, Ed.)(1st ed.) Jakarta : Salemba Medika

Sumber Jurnal

- Devirman, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Sumber Alfaria Trijaya, TBK (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Kaparang, Maria Melva; Manongko, Allen A. Ch; Oroh, Silviana SA. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan di Alfamart Tataran li, Minahasa. Literacy : Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2020, 1.2: 161-179.
- Manurung, P. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan pembelian Ulang di Alfamart dan Indomaret (Studi di Alfamartdan Indomaret Waralaba di Jalan Ratu Dibalau Tanjung Senangg Bandar Lampung.