PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET CAMAR RAYA KRANGGAN

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

MARIA TRESIA SIBARANI

NIM : 64200217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI PADA PROGRAM SARJANA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Maria Tresia Sibarani
NIM	: 64200217
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan"** adalah asli (orsinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi pada Program Sarjana yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Bina Sarana Informatika dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Juni 2024
Yang menyatakan,

Maria Tresia Sibarani

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Maria Tresia Sibarani
NIM	: 64200217
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat dalam karya ilmiah Penulis dengan judul **"Pengaruh Kualias Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Camar Raya Krangggan''** ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya.

Penulis menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Bina Sarana Informatika untuk mendokumentasikan karya ilmiah saya tersebut secara internal dan terbatas, serta tidak untuk mengunggah karya ilmiah penulis pada repository Universitas Bina Sarana Informatika.

Penulis bersedia bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Bina Sarana Informatika, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juni 2024

Yang Menyatakan,

Maria Tesia Sibarani

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Maria Tresia Sibarani
NIM	: 64200217
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Skripsi	: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET CAMAR RAYA KRANGGAN

Telah dipertahankan pada periode 2024-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 09 Agustus 2024

PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I : Irwin Sukrisno Soegeng, S.T., M.M. .....

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Irwin Ananta Vidada, S.E., M.M. .....

Penguji II : Didin Solehudin, ...

UNIVERSITAS

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi sarjana yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan"** adalah hasil karya tulis asli Maria Tresia Sibarani dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : Maria Tresia Sibarani
Alamat : Jl.dukuh II kp Kebantenan , RT 001/RW 007 Kel. Jatiasih Kec.Jatiasih, Bekasi
No. Telp : 0858-9987-2480
E-mail : 64200217@bsi.ac.id

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

NIM : 64200217

Nama Lengkap : Maria Tresia Sibarani

Dosen Pembimbing : Irwin Sukrisno S. S,MM

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	7 April 2024	Bimbingan Perdana dan Pengajuan Judul Skripsi	
2.	18 April 2024	Bimbingan BAB 1 dan Revisi	
3.	30 April 2024	Acc BAB 1 dan Bimbingan BAB 2	
4.	17 Mei 2024	Acc BAB 2 dan Bimbingan BAB 3 Kuisioner	
5.	31 Mei 2024	Acc BAB 3	
6.	6 Juni 2024	Bimbingan BAB 4	
7.	20 Juni 2024	Revisi BAB 4 dan Bimbingan BAB 5	
8.	28 Juni 2024	Acc BAB 4 dan 5	

Catatan untuk Dosen Pembimbing. Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 7-April, 2024

Diakhiri pada tanggal : 28-Juni, 2024.

Jumlah pertemuan bimbingan : Delapan (8) Kali

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

(Irwin Sukrisno S. S,MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas terselesaikannya penyusunan skripsi ini dengan tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Manajemen di Universitas Bina Sarana Informatika . Adapun judul skripsi yang penulis ambil adalah ‘’**Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan’’**

Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian (eksperimen), observasi dan beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan (Skripsi/Tugas Akhir)* ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, ijinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Bina Sarana Informatika
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika
4. Bapak Irwin Sukrisno S,MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Staff / karyawan / dosen di lingkungan Universitas Bina Sarana Informatika
6. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moral maupun spiritual
7. Rekan-rekan mahasiswa kelas 64.8E.11

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh

sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang. Akhir kata semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Jakarta, 29 Juni 2024

Penulis

Maria Tresia Sibarani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan. Keputusan pembelian merupakan proses di mana individu memilih perilaku yang paling sesuai dari beberapa alternatif, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan mencakup kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan sementara harga mencerminkan nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak dari kedua faktor tersebut dalam konteks keputusan pembelian di toko tersebut. Penelitian ini dilakukan pada populasi pelanggan Indomaret Camar Raya Kranggan, dengan melibatkan 90 responden yang mengisi kuesioner. Metode yang digunakan dalam peneitian ini adalah *Accidental sampling.* Instrumen penelitian menggunakan skala Likert. Metode analisis statistik yang digunakan mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, korelasi, regresi linier berganda, koefisien determinasi, serta uji t dan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukan dari uji t yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,219 lebih besar dari t_{tabel} (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (α=5%). Dan variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,784 lebih besar dari t_{tabel} (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (α=5%).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to identify how service quality and price influence purchasing decisions at Indomaret Camar Raya Kranggan. Purchasing decisions are a process in which individuals choose most appropriate behavior from several alternatives, taking into account factors such as service quality and price. Service quality includes the company's ability to meet customer expectations while price reflects a person's satisfaction with the product they buy. The aim of this research is to explore the impact of these two factors in the context of purchasing decisions at the store. This research was conducted on the customer population of Indomaret Camar Raya Kranggan, involving 90 respondents who filled out a questionnaire. The method used in this research is accidental sampling. The research instrument uses a Likert scale. The statistical analysis methods used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, correlation, multiple linear regression, coefficient of determination, as well as t tests and F tests. The results of this research show that the t test states that the service quality variable influences purchasing decisions with a t value of 3.219 which is greater than t table (1.987) or a t test significance value of 0.002 which is smaller than 0.05 (α=5%). And the price variable has a positive effect on purchasing decisions with a t value of 3.784 which is greater than t table (1.987) or a t test significance value of 0.002 which is smaller than 0.05 (α=5%).

Keywords: Service Quality, Price, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii
LEMBAR PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH iii
EMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI iv
LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA v
LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI vi
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 6
1.6 Sistematika Penulisan 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 Deskripsi Konseptual 9
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 9
2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan 10
2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan 10
2.1.4 Pengertian Harga 12
2.1.5 Indikator Harga 12

2.1.6 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga 13
2.1.7 Pengertian Keputusan Pembelian 14
2.1.8 Indikator Keputusan Pembelian 15
2.1.9 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian 15
2.1.10 Proses Pengambilan Keputusan 15
2.2 Penelitian Yang Relevan 17
2.3 Kerangka Berpikir 18
BAB III METODE PENELITIAN 21
3.1 Desain Penelitian 21
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 21
3.2.1 Populasi 21
3.2.2. Sampel 22
3.3 Definisi Operasional Variabel 22
3.4 Teknik Pengumpulan Data 25
3.5 Teknik Analisis Data 26
3.5.1 Analisis Deskriptif 26
3.5.2 Analisis Regresi Liniar Berganda 26
3.5.3 Analisis Determinasi (R2) 27
3.5.4 Uji Hipotesis 28
3.5.5 Uji Kualitas Data 29
3.5.6 Uji Asumsi Klasik 32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 34
4.1 Hasil Penelitian 34
4.2 Uji Kualitas Data 38
4.3 Uji Asumsi Klasik 41
4.4 Pengujian Hipotesis 45
4.5 Uji Koefesien Determinasi 47
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 49
4.7 Implikasi Penelitian 51
4.8 Keterbatasan Penelitian 51
BAB V PENUTUP 53
5.1 Kesimpulan 53

5.2 Saran 54
DAFTAR PUSTAKA 55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 58
SURAT PERNYATAAN KEBENARAN KEABSAHAN DATA 59
BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIARISME 60
LAMPIRAN - LAMPIRAN 61

UNIVERSITAS

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Relevan 17
Tabel III. 1 Definisi Operasional Variabel 22
Tabel IV. 1 Identitas Berdasarkan Rentang Usia 35
Tabel IV. 2 Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin 35
Tabel IV. 3 Identitas Berdasarkan Pekerjaan 36
Tabel IV. 4 Identitas Berdasarkan Pengeluaran Bulanan 37
Tabel IV. 5 Identitas Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Mingguan 37
Tabel IV. 6 Identitas Berdasarkan Pendidikan 38
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) 39
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Harga (X2) 39
Tabel IV. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) 39
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reabilitas 40
Tabel IV. 11 Hasil Uji Normalitas 42
Tabel IV. 12 Hasil Uji Multikolinearitas 43
Tabel IV. 13 Hasil Uji Heterokedastisidas Glajser 45
Tabel IV. 14 Hasil Uji t (Parsial) 45
Tabel IV. 15 Hasil Uji f (Simultan) 47
Tabel IV. 16 Hasil Uji R2 47
Tabel IV. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Proses Pengambilan Keputusan 16
Gambar II. 2 Kerangka Berpikir 20
Gambar IV. 1 Hasil Uji Normalitas 41
Gambar IV. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas 44

BINA SARANA INFORMATIKA
UNIVERSITAS

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A 1 Pertanyaan Kuisioner 1 62
Lampiran B1 Hasil Tabulasi Data 1 75
Lampiran C Hasil Output SPSS 1 84
Lampiran t Tabel 1 89
Lampiran R Tabel 1 90

BINA SARANA INFORMATIKA
UNIVERSITAS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern saat ini, manusia dengan berbagai macam kebutuhan dan keinginan karena adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial budaya serta ekonomi menyebabkan kebutuhan dan keinginan manusia akan produk dan jasa mengalami peningkatan. Karena adanya perkembangan perekonomian pada dunia usaha di Indonesia saat ini menyebabkan mulai tergesernya pasar tradisional dan tersaingi dengan adanya bisnis retail, seperti minimarket dan swalayan

Bisnis retail di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia ikut mendorong perkembangan bisnis retail. Retail atau pasar modern selain sebagai alternatif belanja menarik juga menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, dengan harga yang kadang relatif lebih murah dibanding dengan pasar tradisional. Perusahaan retail ini memiliki sistem pelayanan mandiri dimana kita pada melihat label harga yang sudah tercantum pada barang yang sudah di pajang atau display, serta berada dalam sebuah bangunan yang di sana kita dapat di bantu dalam pelayanan oleh pramu atau kasir.

Saat ini perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk berbeda dengan pesaing. Dalam hal ini perusahaan harus sangat bekerja keras membuat kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka

agar mampu menghadapi para pesaing atau competitor yang dapat memberi nilai lebih bagi konsumen. Terutama dalam hal mempertahakan konsumen dengan memberi produk serta pelayanan terbaik sesuai kemauan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah, karena hal ini adalah salah satu faktor yang menjadi penentu untuk pengambilan keputusan pembelian pada konsumen. Agar mampu menghadapi para pesaing atau *competitor* yang dapat memberi nilai lebih bagi konsumen. Terutama dalam hal mempertahakan konsumen dengan memberi produk serta pelayanan terbaik sesuai kemauan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah, karena hal ini adalah salah satu faktor yang menjadi penentu untuk pengambilan keputusan pembelian pada konsumen.

Indomaret adalah salah satu minimarket yang memiliki daya tarik tersendiri untuk kita kunjungi. Karena dengan adanya Indomaret akan sangat membantu konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari mereka dengan harga yang bersaing dan mutu barang yang sama dengan pengecer biasa. Dengan kenyamanan yang di tawarkan, seperti penyejuk ruangan (AC), lokasi strategis dan area parkir yang luas, serta ruangan yang ramah, dengan demikian konsumen lebih memilih berbelanja di Indomaret. Bagi perusahaan retail, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut (Utomo et al., 2023) kualitas pelayanan adalah sesuatu secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Harapan konsumen sebelum membeli adakah untuk mendapatkan daya tarik konsumen dan akan berdampak pada pembelian berulang – ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Harga juga menjadi salah satu hal yang sangat memengaruhi keputusan pembelian. Karena harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, harga dapar menentukan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa jasa atau barang Marnisah, & Azrai'e, 2018; Arifai & Trihandayani, 2018; Batu, Suryani, Septia, & Sekaryahya, 2020) dikutip (Nugraha, 2020). Pada situasi tertentu suatu perusahaan harus menetapkan harga jualnya jauhdibawah harga produksi. Hal ini dilakukan untuk perimbangan menang dari pesaing. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputuan membeli suatu barang, ketika harga yang ditetapkan atau tertera sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen maka mereka akan melakukan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan tindakan atau tahap akhir seseorang dalam memilih suatu produk dengan segala pertimbangan yang ada dimulai dari minat, keyakinan, dan tindakan pada akhirnya untuk melakukan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keputusan konsumen dapat menjadi acuan sukses manajemen pemasaran pada suatu perusahaan.

Sebagai bisnis retail yang terkemuka, maka Indomaret telah mendapatkan kepercayaan dari banyak masyarakat. Namun meski demikian masih sering terjadi keluhan dari pelanggan terhadap pelayanan dan harga di Indomaret Camar Raya. Beberapa kasus yang terkait dengan harga dan kualitas pelayanan yang pernah terjadi ini akan menjadi rujukan. Berdasarkan wawancara peneliti dengan beberapa konsumen yang mengeluh terkait pelayanan dari pramuniaga yang tidak ramah dan lambat dalam melayani, dan juga terkait harga di Indomaret sering kali ada beberapa produk yang

lebih mahal dibanding pesaingnya, seperti pada produk sikat serbaguna yang memiliki harga yang relatif jauh lebih mahal di Indomaret dengan harga Rp 22.500 sementara dipesaing harga hanya Rp. 14.900.

Pada penelitian yang sudah ada terdapat beberapa pendapat yang berbeda – beda, dari penelitian (Syamnarila et al., 2022)menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan (Karundeng et al., 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari penelitian (Malonda et al., 2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan pada penelitian Agustina el al (2019) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Maka berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan’

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar?
2. Apakah harga secara parsial dapat memengaruhi keputusan beli konsumen di Indomaret Camar?

3. Apakah kualitas pelayanan dan juga harga bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Camar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di paparkan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan beli di Indomaret Camar.
2. Mengetahui harga secara parsial dapat memengaruhi keputusan beli konsumen di indmaret Camar.
3. Mengetahui kualitas pelayanan dan juga harga secara bersama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan beli konsumen di Indomaret Camar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
    1. Diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dan dapat berguna berguna dalam mendalami tentang masalah yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran.
    2. Diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam menciptakan minat beli melalui kualitas pelayanan dan harga.

2. Manfaat Praktis

    1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan kualitas pelayanan dan harga khususnya bagi Indomaret Camar, dengan harapan dapat membawa perusahaan dan pihak yang bersangkutan kearah yang lebih baik lagi.
    2. Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan terhadap pihak-pihak terkait seperti konsumen dan juga perusahaan yang sedang menjalankan kegiatannya dimasa sekarang maupun yang akan datang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Indomaret Camar Raya Kranggan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini peneliti mengambil objek penelitian pada Indomaret Camar Kranggan Jatiraden, Jatisampurna Bekasi, yang menjadi populasi didalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah sekitar Indomaret Camar Raya Kranggan.

Batasan penelitian / objek penelitian :

1. Responden yang datang untuk membeli produk – produk kebutuhan di Indomaret Camar Raya Kranggan, wawancara dilakukan setelah responden tersebut melakukan pembayaran.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, masing-masing berfokus pada topik yang berbeda, tetapi saling mendukung dan melengkapi. Berikut adalah contohnya:

Bab satu berisi pendahuluan, yang membentuk garis besar dari keseluruhan pendekatan, diberikan dalam konteks yang jelas dan mendalam di bab satu. Bab ini menguraikan latar belakang masalah dan pokok bahasan skripsi. Setelah itu, tujuan penelitian dan manfaat akan dijelaskan. secara teoritis dan praktis. Lalu untuk menghindari terjadinya penjiplakan maka dibentangkan berbagai hasil penelitian terlebih dahulu yang dituangkan didalam tinjauan pustaka. Dengan demikian bab satu ini secara keseluruhan secara ringkas dan pada menjadi pedoman untuk bab selanjutnya.

Bab kedua berisi beberapa sub bab, tinjauan umum tentang deskripsi konseptual berupa pengertian kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian, indikator, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi. Setelah itu dilanjut dengan penelitian yang relevan yang berisi tentang penelitian sebelumnya yang sudah pernah dibuat dan berkaitan dengan judul yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Dan terakhir ada kerangka berfikir yang menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y).

Bab ketiga peneliti menjelaskan sub bab tengtang pengoperasian jenis data penelitian yang sedang digunakan, adanya populasi dibuat untuk senua konsumen di

Indomaret Camar Raya dan penghitungan sampel menggunakan rumus yang ditentukan peneliti, teknik dan instrumen.

Bab empat berisi hasil penelitian dan pembahasan, dalam bab ini membahas tentang hasil dari penelitian, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, implikasi penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab kelima berisi penutup yang meliputi kesimpilan dari keseluruhan pembahasan dan saran bagi pembaca.

BINA SARANA INFORMATIKA UNIVERSITAS

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Konseptual

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki banyak penafsiran tentang kualitas pelayanan yang memiliki berbagai definisi yang berbeda dan bervariasi. Salah satu elemen yang sangat penting sebagai pertimbangan konsumen didalam membeli suatu produk adalah kualitas pelayanan yang diberikan sebelum dan sesudah pembelian produk tersebut. Menurut Fandy Tjiptono (2012;157) yang di kutip oleh (Wicaksono, 2020) mendefinisikan Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dari pengertian ada diatas, maka disimpulkan kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang ataupun jasa. Selain dari itu kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari harapan maka pelayanan yang diberikan tersebut dapat dikatakan bermutu dan merasa puas. Begitupun sebaliknya jika pelayanan ternyata tidak sesuai harapan maka pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu.

2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2012) pada kutipan (Iskandar & Irfan Bahari Nasution, 2019) dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah:

1. Keandalan *(Reliability)*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya tanggap *(Responsiveness)*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Jaminan *(Assurance)*, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.
4. Kepedulian *(Empathy)*, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif,perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.
5. Bukti Fisik *(Tangible)*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.

2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diharapkan.

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019:62) pada kutipan (Hasibuan Ririn Marisca et al., 2021) menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan seperti:

1. Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
2. Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat.
3. Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan. keterampilan serta pengetahuan yang diperlakukan berdasarkan layanan yang diberikan.
4. Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.
5. Kredibilitas, yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mampu mempunyai tempat dihati pelanggan.
6. Keandalan, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan tepat.
7. Responsif, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau atau masalah yang dihadapi pelanggan.
8. Keamanan, yaitu layanan yang diberikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian.
9. Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benarbenar mencerminkan kualitas pelayanan.

10. Memahami konsumen, yaitu pegawai benarbenar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individu.

2.1.4 Pengertian Harga

Seperti yang kita ketahui bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya yakni memasarkan barang atau jasanya perlu menetapkan harga yang tepat dan sesuai. Pada dasarnya harga adalah salah satu faktor utama yang menjadikan calon konsumen untuk membeli barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*Exchange*) dalam pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013;151) dalam jurnal (Wicaksono, 2020) harga adalah sejumlah uang yang diberikan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat- manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Maka dari uraian tersebut, disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang atau nilai tukar sebuah barang atau jasa yang memberi manfaat pada setiap pembeli.

2.1.5 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam penelitian (SITI ROMELAH, 2022) , indikator harga memiliki 4 yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga yaitu konsep penetapan harga yang dilakukan oleh penjual sesuai dengan kemampuan konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen.
3. Daya saing harga adalah harga yang diberikan oleh suatu penjual berbeda dengan perusahaan lain dalam suatu produk yang sama.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen.

Jika perusahaan menerapkan indikator diatas, maka dipastikan akan banyak konsumen membeli produk yang mereka inginkan disana.

2.1.6 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi menurut (Tjiptono, 2014) dalam kutipan (Paryanti, 2022)sebagai berikut :

1. Peran alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk mememutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang atau jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. dalam situasi dimana pembeli

mengalami kesulitan untuk menilai faktor produksi atau manfaatnya secara objektif persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi. Menentukan dalam konsumen informasi tentang harga sangat dibutuhkan dimana informasi ini akan diperhatikan, dipahami, dan makna yang dihasilkan dari informasi harga ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen..

2.1.7 Pengertian Keputusan Pembelian

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 (Kotler dan Armstrong, 2012) dikutip (Pasaribu, 2022).

Swastha dan Handoko (2016) dikutip (Azahari & Hakim, 2021) berpendapat bahwa lima peran individu dalam sebuah keputusan membeli, yaitu:

1. Pengambilan inisiatif (initiator)
2. Orang yang mempengaruhi (influencer)
3. Pembuat keputusan (decider)
4. Pemakai (user)

Dengan pengertian diatas disimpilkan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumenyaitu studitentang bagaimana individu, kelompok, dan memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

2.1.8 Indikator Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian memiliki beberapa indikator menurut para ahli. Indikator keputusan pembelian menurut (Kotler dan Amstrong 2018) dikutip (Mulyani & Hermina, 2023) yaitu :

1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
2. Memutuskan membeli karena merek itu paling disukai.
3. Membeli karena ingin dan butuh.
4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang.

2.1.9 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian

Menurut Kurtz,D.L. (2012) dalam Tjiptono dan Diana (2016:77) di kutip (Syuhada & Widodo, 2019) faktor- faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen antara lain:

1. Personal: karakteristik konsumen meliputi usia, gender, etnis, penghasilan tahap siklus kehidupan keluarga, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri *(self-concept).*
2. Psikologis: persepsi, motivasi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.
3. Sosial: keluarga, teman, jejaring sosial *online* dan *offline*.

2.1.10 Proses Pengambilan Keputusan

Kotler & Keller (2012: 166) dikutip (Christopher et al., 2021) , membagi proses pengambilan keputusan yang terbagi menjadi lima tahap sebagai berikut :

Gambar II. 1
Proses Pengambilan Keputusan

1. Pengenalan masalah, proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.
2. Pencarian informasi, ternyata konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Kita dapat membedakan antara dua tingkat keterlibatan dengan pencarian. Keadaan pencarian yang lebih rendah disebut perhatian tajam. Pada tingkat berikutnya seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif
3. Evaluasi alternatif, beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi, pertama konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan dalam menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini
4. Keputusan Pembelian, dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dan dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan di antaranya, merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.

5. Perilaku pasca pembelian, setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur menghawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merk lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Tabel II. 1
Penelitian Relevan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	(Kelvin & Saputra, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Pada PT Segar Prima Jaya	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian.	1. Terdapat persamaan pada variabel independen dan dependen 2. Penelitian kuantitatif	1. Terletak pada tempat atau lokasi penelitian
2	(ADE SITORUS, 2020)	Pengaruh Harga, Rasa, Lokasi Dan iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Putri Di Kota Medan	Hasil analisa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga,rasa,lokasi dan iklan secara bersama- sama terhadap keputusan pembelian ayam penyet Putri.	1. Penelitian kuantitatif 2. Persamaan variabe l dependen 3. Metode pengumpulan data	1. Lokasi atau tempat penelitian 2. Variabel independen
3	(Annisaa et al., 2022)	Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian(studi UD Adam Jaya)	Hasil analisa terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi, harga dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian	1. Persamaan pada variabel dependen 2. Penelitian kuantitatif 3. Jenis pengumpulan data (kuisioner)	1. Lokasi penelitian 2. Variabel independen 3. Populasi dan sampel
4	(Cynthia et al., 2022)	Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan	Hasil analisa terdapat Lokasi dan kualitas pelayanan	1. Terdapat pada variabel dependen 2. Jenis penelitian	1. Lokasi penelitian 2. Terdapat pada

		Terhadap Keputusan Pembelian	secara simultan membuktikan bahwa secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada BUMDes Amanah Mart Pondokrejo	kuantitatif 3. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*	variabel independen 3. Populasi dan sampel
5	(Wibowo & Rusmina h, 2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Coffe Slop Komunal.	Hasil analisa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian.	1. Variabel dependen 2. Data kuantitatif *3.* Menggunakan teknik *accidental sampling* 4. Teknik pengambilan sampel	1. Populasi dan sampel 2. Variabel independen 3. Lokasi penelitian

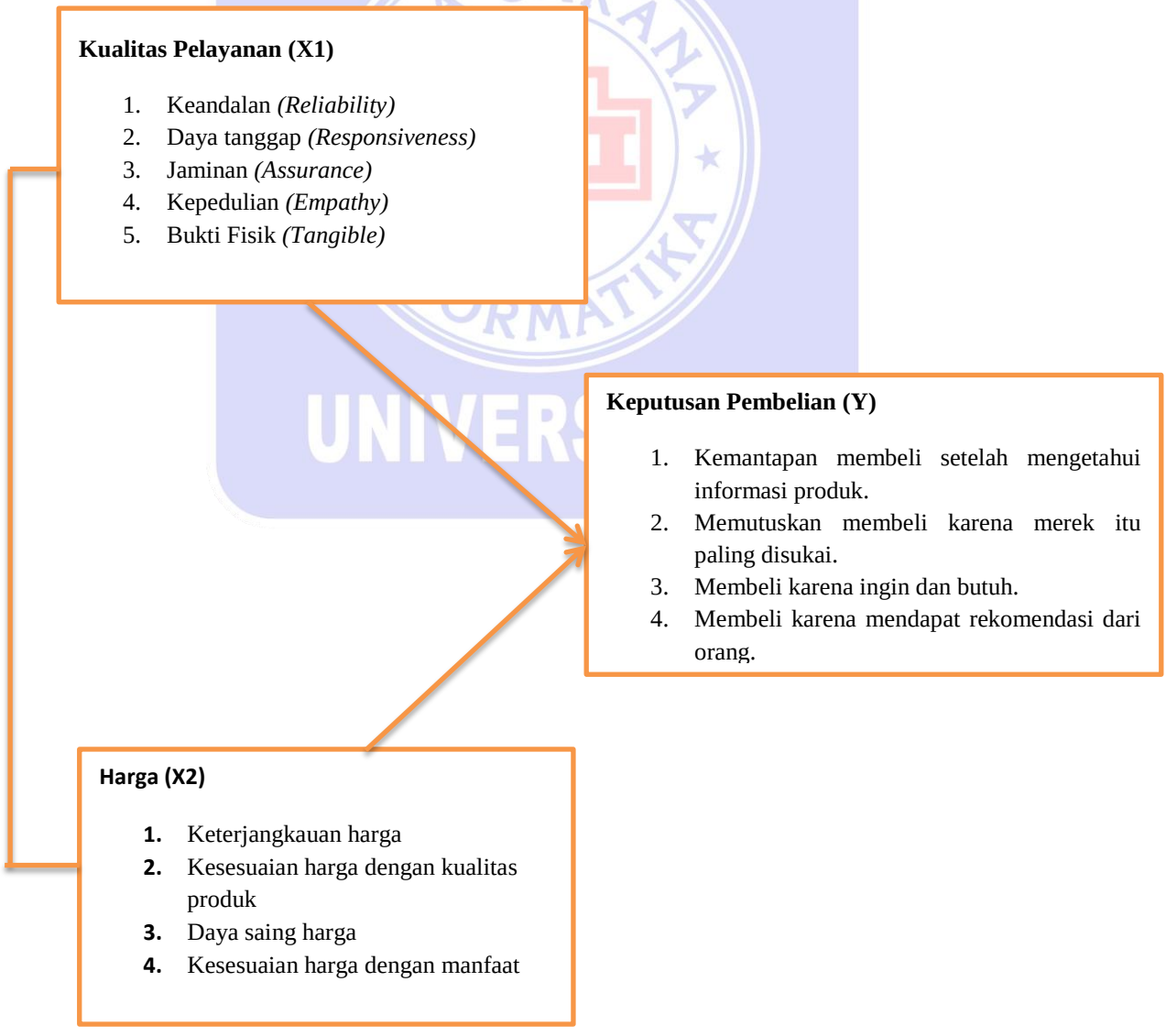
2.3 Kerangka Berpikir

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kunci konsisten dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Jika penilaian yang dihasilkan positif, hal ini dikarenakan memang kualitas pelayanan yang diberikan memang memuaskan untuk memenuhi kebutuhan, dan keinginan konsumen sepanjang waktu ini akan berdampak pada terjadinya keputusan pembelian.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan, yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh. Harga yang kompetitif berhubungan positif dengan

keputusan pembelian yaitu semakin men arik harga dari produk-produk yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Keputusan pembelian adalah tahap akhir dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli.

Berdasarkan pengertian diatas maka penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2) terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian(Y) pada Indomaret Camar Raya Kranggan. Secara skematis, kerangka berpikir sebagai berikut ini:



Gambar II. 2
Kerangka Berpikir

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Maka peneliti mengajukan hipotesis (Ha) dan hipotesis nihil (H0) yang diajukan adalah :

H_{a1} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan

H_{a2} : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan

H_{a3} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis dengan data penelitian yang digunakan berupa angka dan menggunakan analisis statistik. Tujuan dari penelitia n kuantitatif diantaranyaa menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta, dan menunjukan suatu fakta atau mendeskripsikan hubungan antara variabel dan mengembangkan konsep seberapa besar kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Camar Raya Kranggan. Dan pengumpulan data menggunakan metode kuisioner yang dibagikan kepada konsumen yang pernah atau sering berbelanja di Indomaret Camar Raya Kranggan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wiilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011: 80) dikutip (Saepul et al., 2020). Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah berbelanja minimal satu kali di Indomaret Camar Raya Kranggan, dengan jumlah yang tidak diketahui *(infinitit)* secara pasti.

Indomaret Camar Raya Kranggan terletak pada lokasi yang cukup strategis yaitu dipinggir jalan, dengan bangunan yang cukup besar dan memiliki 5 karyawan yaitu kasir, pramuniaga, leader, asisten kepala toko, dan kepala toko. Indomaret Camar Raya Kranggan sendiri telah berdiri sejak akhir 2020. Adapun sedikit keunggulan Indomaret Camar dibanding Indomaret lainnya mereka menjual produk khusus berupa sosis bakar.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) dikutip (Iwan Kandori, 2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *Accidental sampling* yaitu setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan sebagai sampel.

Menurut Ferdinand (2014) di kutip (Tania et al., 2022) untuk menentukan jumlah sampel dengan cara jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dalam penelitian ini terdapat 13 indikator, maka sampel yang diperoleh yaitu 13 x 5 = 65 orang responden. Jumlah responden yang diperoleh 65 responden. Namun dalam penelitian ini karena memiliki populasi yang banyak, maka akan digunakan sampel sebanyak 90 orang responden agar hasil akurasi dari angket lebih baik.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Tabel III. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (Variabel X1)	Keandalan *(Reliability)*	1. Staf di Indomaret memberikan informasi yang akurat tentang produk atau layanan	Likert

		yang dibutuhkan oleh konsumen 2. Kasir di Indomaret mampu melakukan transaksi dengan teliti	
	Daya tanggap *(Responsiveness)*	1. Kemampuan karyawan toko dalam hal membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat 2. Penanganan keluhan konsumen ditanggapi dengan sangat baik oleh karyawan toko	Likert
	Jaminan *(Assurance)*	1. Indomaret memastikan bahwa produk yang dijual memiliki tanggal kedaluwarsa yang memadai	Likert
	Kepedulian *(Empathy)*	1. Website Indomaret dapat menampung semua keluhan atau pertanyaan konsumen	Likert
	Bukti Fisik *(Tangible)*	1. Indomaret menjaga kualitas produk yang yang dijual 2. Keramahan karyawan dalam melayani konsumen sudah terbukti	Likert
Harga (Variabel X2)	Keterjangkauan harga	1. Harga produk di Indomaret untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen terjangkau 2. Indomaret memiliki beragam pilihan produk dengan harga yang ramah dikantong	Likert
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga produk sudah sesuai dengan kualitasnya	Likert
	Daya saing harga	1. Indomaret Camar Raya menawarkan harga yang bersaing dibandingkan dengan toko / minimarket lain di sekitarnya	Likert
	Kesesuaian harga dengan	1. Perbandingan harga	Likert

	manfaat	produk dengan manfaat yang diterima konsumen sesuai 2. Harga produk di Indomaret cocok dengan manfaat atau kegunaan yang saya peroleh	
Keputusan Pembelian (Variabel Y)	Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk	1. Informasi dari Indomaret Camar Raya memberikan keyakinan kepada saya untuk membeli produk yang dibutuhkan 2. Saya merasa lebih yakin dalam memilih produk setelah mendapat informasi dari Indomaret Camar Raya Kranggan	Likert
	Memutuskan membeli karena merek itu paling disukai	1. Merek berpengaruh dalam hal menentukan keputusan pembelian saya 2. Saya lebih condong memilih merek yang memiliki hubungan emosional dengan dirisaya	Likert
	Membeli karena ingin dan butuh	1. Saya membeli produk karena saya memang membutuhkannya untuk keperluan sehari-hari 2. Saya lebih cenderung membeli produk yang memenuhi kebutuhan fungsional dari pada yang memenuhi keinginan emosional	Likert
	Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang	1. Saya membeli produk karena direkomendasikan oleh teman, keluarga, atau orang lain 2. Saya merasa lebih percaya diri dalam membeli produk yang	Likert

		direkomendasikan oleh orang lain dari pada membeli produk yang tidak saya ketahui sama sekali	

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (Angket). Menurut Sugiyono (2017:142) dikutip (Tania et al., 2022) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jika ngin merancang sebuah kuesioner yang meminta responden untuk menjawab pertanyaan dengan memberikan nilai (x) pada jawaban yang disediakan, dengan lima kemungkinan yang tersedia. Setiap pilihan jawaban akan diberi skor atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala likert. Skor yang diberikan pada setiap pernyataan adalah

- Sangat Tidak Setuju (STS)
- Tidak Setuju (TS)
- Kurang Setuju (KS)
- Setuju (S)
- Sangat Setuju (SS)

Untuk memperoleh data secara langsung, dilakukan penyebaran kuesioner pada konsumen di Indomaret Camar Raya Kranggan yang terdiri dari tiga bentuk kuesioner untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian. Kuesioner disebarkan dan diberikan kepada 90 orang responden dari konsumen yang berbelanja.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Dalam analisis statistik deskriptif, statistik ini memberikan deskripsi dan gambaran tentang objek penelitian berdasarkan sampel yang ada. Pada analisis deskriptif menjelaskan karakteristik tempat penelitian, objek, dan berbagai variabel yang terlibat.

Dimana data ini diperoleh melalui kuisioner yang disebarkan untuk memperoleh responden dan jawaban oleh responden terhadap pernyataan yang diteliti, setelah data terkumpul data tersebut akan digabungkan atau dikelompokan dalam tabel dan kemudian disimpulkan dengan memberikan jumlah responden secara nominal. Melalui data ini, hiipotesis penelitian dapat diuji, memecahkan masalah yang diteliti, dan mengevaluasi pengarih variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y).

3.5.2 Analisis Regresi Liniar Berganda

Menurut Sugiyono (2014:277) dikutip oleh (Suhikmat, 2021) bahwa: Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Pada uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terkait, serta antisipasi dimana keadaan (naik turun) variabel independen dan variabel dependen. Apabila ada dua variabel independen, maka dilakukanya analisis regresi linier berganda. Persamaan garis regresi dihitung menggunakan rumus:

Rumus Regresi berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a = Intercept (Konstanta)

X_1 = Kualitas Pelayanan (variabel bebas pertama)

X_2 = Harga (variabel bebas kedua)

b_1 = Koefisien Regresi untuk X_1

b_2 = Koefisien Regresi untuk X_2

e = Nilai Residu

3.5.3 Analisis Determinasi (R2)

Menurut Ghozali (2018:179) dikutip oleh (Yanti et al., 2022) koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Menurut Ghozali, (2018;97) ketika nilai R2 bernilai kecil artinya semua variabel independen untuk menjelaskan variabel dependennya hanya sedikit.

Koefisien determinasi berganda R2 yang dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan keampuhan model persamaan regresi berganda dalam menjelaskan pengaruh perubahan pada variabel independen yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan

(X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat dilakukan dengan rumusan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(Y-P)}{\sum(Y-P)2}$$

Nilai R2 terletak diantara 0 dan 1($0 \leq R2 \leq 1$) yang mempunyai arti sebagai berikut:

1. Bila R2 (semakin mendekati nol) artinya kemampuan variabel-variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dalam menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu keputusan pembelian sangatlah terbatas.
2. Bila R2 (semakin mendekati satu) berarti kemampuan variabel-variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian sangat tepat dalam memprediksi variasi variabel dependent yaitu keputusan pembelian.

3.5.4 Uji Hipotesis

Menurut Penelitian (Santosa & Luthfiyyah, 2020) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Dikarenakan sifatnya yang masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

Maka untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji t dan uji F. Untuk lebih jelasnya akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Uji t (Parsial)

Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel terikat secara parsial (individual). Tujuan uji t adalah untuk mengetahui perbedaan variabel yang di hipotesiskan. Dalam artian untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya seperti berikut :

a. Ho ditolak dan Ha diterima jika t hitung > t tabel dan jika sig < α (0,05)
b. Ho diterima dan Ha ditolak jika t hitung ≤ t tabel dan jika sig >α (0,05)

2. Uji F (Simultan)

Pada dasarnya Uji F dilakukan untuk menunjukkan pengaruh secara simultan variabel independen yang dimasukkan dalam model terhadap variabel dependen. Pada penelitian uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau α = 5%. Kriteria pengujiannya seperti berikut :

a. Ho diterima dan Ha ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada α = 5 %
b. Ho ditolak dan Ha diterima jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada α = 5%

Ho : Variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Ha : Variabel dependen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel independen.

3.5.5 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan menguji kevalidan pertanyaan pada penelitian. Suatu instrument pengukuran dikatakan valid jika instrument dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Maka kesimpulan, dengan cara membandingkan nilai hitung r dan nilai tabel r. Kriteriannya jika nilai hitung r lebih besar (>) dari nilai tabel r, maka item instrument dinyatakan valid begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara menyebar angket kepada 30 orang responden terlebih dahulu untuk mengetahui kevalidan dari masing-masing pertanyaan. Angket atau kuisioner yang disebar kepada 30 orang responden ini merupakan bagian dari populasi yang digunakan peneliti untuk penelitian.

Uji validitas dihitung dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, jika r hitung > r tabel (pada taraf signifikasi 0,05) maka data tersebut dinyatakan valid, jika r hitung < r tabel (pada taraf signifikasi 0,05) maka data dinyatakan tidak valid. Menurut Singarimbun dan Effendi , gunakan rumus berikut untuk menguji efektivitas:

Rumus efektivitas $r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x \Sigma y)}{[n\Sigma x^2 (\Sigma x)^2][N\Sigma y^2 - (\Sigma Y)^2}$

Dengan keterangan :

r = Koefisien *korelasi product moment*

n = Banyaknya sampel

N = Banyaknya populasi

X = Nilai variabel X

Y = Nilai variabel Y

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu instrument pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat.

Reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan pengertian bahwa ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut dengan ketepatan alat ukur. Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai *Alpha cronbach*, apabila nilai *Alpha cronbach* lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan. Berikut rumus dalam pengujian realibitas dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach :*

$$r_{11}\left(\frac{K}{K-1}\right)\left(1-\frac{\sum a\frac{2}{b}}{a\frac{2}{t}}\right)$$

Diterangkan bahwa :

r_{11} = Reabilitas Instrumen

K = Banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum a\frac{2}{b}$ = Jumlah varian butir

$a\frac{2}{t}$ = Varian total

3.5.6 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan SPSS. Pada uji ini model regresi yang baik itu jika tidak terjadinya multikolineritas.

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan memiliki residual normal jika nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05, begitu juga untuk sebaliknya. Apabila data yang dihasilkan memiliki residual normal, maka menggunakan statistik parametrik, dan apabila residual tidak berdistribusi normal maka menggunakan data statistik non- parametrik (Basuki, 2019:57).

2. Uji multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) dikutip oleh (Lestari, 2020) menyatakan uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independen). Dasar pengambilan keputusan yang dapat digunakan dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

a. Apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF < 10, maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi

b. Apabila nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan VIF < 10, maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi

3. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini bertujuan untuk mengecek apakah ada perbedaan dalam sisa (residual) antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Ada beberapa metode untuk melakukan uji heteroskedastisitas yaitu, uji plot, uji taman, uji glejser (Ghozali, 2019: 139-141). Selain itu, metode lain yang dapat digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser.

Prinsip penentuan keputusan yang bisa digunakan dalam pengujian heteroskedastisitas adalah

a. Apabila nilai probabilitas > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
b. Apabila nilai probabilitas < 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

Pengujian heteroskedastisitas ini peneliti melakukannya dengan bantuan SPSS.

1. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka HO diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka H1 diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabeldependen

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Gambaran Umur dan Identitas Responden

Indomaret adalah jaringan minimarket terbesar di Indonesia, didirikan pada tahun 1998 oleh PT Indomarco Prismatama. Awalnya dimulai dengan nama Indomaret sebagai pusat berbelanja serba ada dengan harga yang terjangkau. Seiring waktu, Indomaret berkembang menjadi jaringan minimarket yang menawarkan berbagai produk kebutuhan sehari – hari dengan lokasi yang tentunya strategis atau mudah dujangkau oleh masyakarat.

Indomaret Camar Raya Kranggan adalah salah satu cabang dari jaringan Indomaret yang terletak di daerah Kranggan. Indomaret Camar Raya Kranggan berdiri pada bulan November Tahun 2019. Sebagai bagian dari Indomaret, cabang ini menawarkan berbagai produk kebutuhan sehari – hari seperti makanan ringan, minuman, produk kebersihan dan kebutuhan rumah tangga lainnya dengan harga yang terjangkau. Indomaret Camar Raya juga sama halnya dengan Indomaret pada umumnya menyediakan layanan pembayaran tagihan atau pengiriman barang. Yang menjadi pembeda Indomaret Camar Raya dengan beberapa Indomaret lain adalah penjualan produk khusus yaitu sosis bakar.

2. Identitas Responden Berdasarkan Rentang Usia

Tabel IV. 1
Identitas Berdasarkan Rentang Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase%
15-16 Tahun	2	2,2
17-20 Tahun	11	12,2
21-29 Tahun	41	45,6
30-34 Tahun	11	12,2
35-39 Tahun	8	8,9
40-49 Tahun	14	15,6
50-54 Tahun	2	2,2
DIATAS 55 Tahun	1	1,1
Total	90	100.0

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel IV.1 rentang usia, terlihat bahwa 2 responden berumur 15-16 tahun, 11 responden berumur 17-20 tahun, 41 responden berumur 21-29 tahun, 11 responden berumur 30-34 tahun, 8 responden berumur 35-39 tahun, 14 responden 40-49 tahun, 2 responden berumur 50-54 tahun, dan 1 responden diatas 55 tahun. Berdasarkan data tersebut menunjukan bahwa kebanyakan pembeli berusia 21-29 tahun dari 90 responden.

3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV. 2
Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase%
Laki – Laki	43	47,8
Perempuan	47	52,2

Total	90	100.0

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel IV.2 diatas dapat dilihat bahwah 43 responden memiliki jenis kelamin laki-laki dari 90 responden, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 47 responden. Disimpulkan bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada laki-laki.

4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel IV. 3
Identitas Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase%
Pelajar	5	5,8
Mahasiswa	14	15,6
Karyawan Swasta	43	47,8
PNS	2	2,2
Pengusaha	9	10
Lainnya	17	18,9
Total	90	100.0

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel IV.3 diatas diketahui 5 responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar, 14 responden sebagai mahasiswa, 43 responden sebagai karyawan swasta, 2 responden sebagai PNS, 9 responden sebagai Pengusaha, 17 responden lainnya. Disimpulkan bahwa lebih banyak responden memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta.

5. Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan

Tabel IV. 4
Identitas Berdasarkan Pengeluaran Bulanan

Pengeluaran Bulanan	Jumlah	Persentase%
Dibawah Rp 500.000	4	4.4
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	5	5.6
Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	38	42.2
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	20	22.2
Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	12	13.3
Diatas Rp 5.000.000	11	12.2
Total	90	100.0

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel IV.4 identitas berdasarkan pengeluaran bulanan, diketahui 4 responden dengan pengeluaran dibawah Rp 500.000, 5 responden dengan pengeluaran Rp 500.000 – Rp 1.000.000, 38 responden dengan pengeluaran Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000, 20 responden dengan pengeluaran Rp 3.000.000 – 4.000.000, 12 responden dengan pengeluaran Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000, sedangkan sisanya 11 responden dengan pengeluaran diatas Rp 5.000.000.

6. Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Mingguan

Tabel IV. 5
Identitas Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Mingguan

Frekuensi Kunjungan Mingguan	Jumlah	Persentase%
1 - 2 Kali	28	31.1
3 - 4 Kali	31	34.4
Lebih dari 4 Kali	31	34.4
Total	90	100.0

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel IV.5 diatas identitas berdasarkan frekuensi kunjungan mingguan, diketahui kunjungan sebanyak 1-2 kali bernilai 28 responden, selanjutnya

kunjungan 3-4 kali sebanyak 31 responden, dan terakhir lebih dari 4 kali kunjungan dengan nilai 31 responden.

7. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel IV. 6
Identitas Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase%
SMP	3	3,3
SMA	45	50
D3/S1	39	43,3
Lainnya	3	3,3
Total	90	100.0

Sumber : Data diolah SPSS

Pada tabel IV.6 diatas, maka dapat dilihat bahwa pendidikan responden pada SMP sebanyak 3 responden, pada sebagian besar pendidikan SMA dengan 45 responden, untuk pendidikan D3/S1 berjumlah sebanyak 39 responden, selanjutnya pada bagiam lainnya yang tidak dibebutkan berjumlah 3 responden.

4.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* berikut hasil uji instrument dengan menggunakan metode validitas yang dilakukan dengan 30 responden pada konsumen Indomaret Camar Raya Kranggan. Untuk menguji validitas instrument dengan melihat nilai *Correlations coeffients*. Untuk sampel 30 responden dengan alpha (α = 5% atau 0,05), didapat R_{tabel} 0,361.

Tabel IV. 7
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Harga (X1)	X1.1	0,972	0,361	Valid
	X1.2	0,930	0,361	Valid
	X1.3	0,957	0,361	Valid
	X1.4	0,935	0,361	Valid
	X1.5	0.949	0,361	Valid
	X1.6	0,760	0,361	Valid
	X1.7	0,965	0,361	Valid
	X1.8	0,972	0,361	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan pada tabel IV.7 diatas, dapat dilihat keseluruhan setiap item pertanyaan pada variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) yang berjumlah 8 item, diketahui nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0,361 dari 30 responden. Dengan ini maka disimpulkan hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan valid.

Tabel IV. 8
Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga (X2)	X2.1	0,935	0,361	Valid
	X2.2	0,935	0,361	Valid
	X2.3	0,954	0,361	Valid
	X2.4	0,950	0,361	Valid
	X2.5	0,945	0,361	Valid
	X2.6	0,930	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan pada tabel IV.8 diatas, dapat dilihat keseluruhan setiap item pertanyaan pada variabel bebas yaitu Harga (X2) yang berjumlah 6 item, diketahui nilai R hitung lebih besar dari R tabel yaitu 0,361 dari 30 responden. Dengan ini maka disimpulkan hasil uji validitas variabel harga (X2) dinyatakan valid.

Tabel IV. 9
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,907	0,361	Valid
	Y2	0,840	0,361	Valid
	Y3	0,753	0,361	Valid

	Y4	0,752	0,361	Valid
	Y5	0,677	0,361	Valid
	Y6	0,821	0,361	Valid
	Y7	0,812	0,361	Valid
	Y8	0,837	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan pada tabel IV.9 diatas, dapat dilihat keseluruhan setiap item pertanyaan pada variabel bebas yaitu Keputusan Pembelian (Y) yang berjumlah 8 item, diketahui nilai R hitung lebih besar dari R tabel yaitu 0,361 dari 30 responden. Dengan ini maka disimpulkan hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen (indikator) yang digunakan dapat di percaya sebagai alat alat ukur variabel. Pengujian reabilitas dilakukan dengan memebandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan nilai 0,6. Jika nilai *crombach alpha* lebih dari 0,6 maka varibel yang diteliti reliabel.

Tabel IV. 10
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	8	0,973	Reliabel
Harga (X2)	6	0,974	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	8	0,915	Reliabel

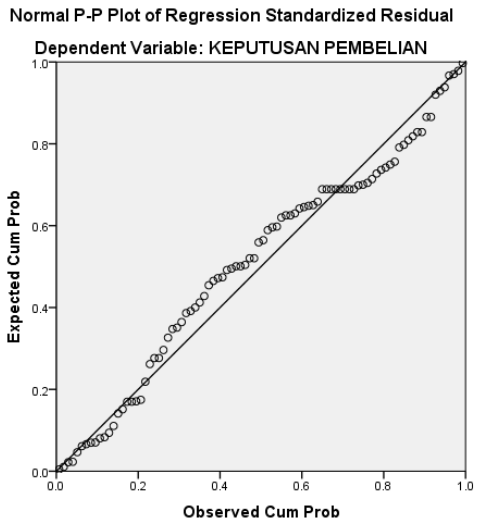
Sumber : Data Olahan SPSS

Berdasarkan tabel IV.10 diatas, maka hasil pengujian didapatkan masing-masing variabel (X1,X2, danY) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6, sehingga dikatakan bahwa seluruh pertanyaan dari instrumen penelitian dinyatakan reliabel, berarti instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian.

4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tehnik normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, data variabel dependent dan independent yang di gunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Berikut ini adalah hasil uji normalitas yang dilakukan dengan metode kurva normal probability plot dan Kolmogorov-Smirnov yang dianalisis menggunakan *softwareSPSS.*



Gambar IV. 1
Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Diolah SPSS

Pada grafik probality plot dasar pengambilan keputusan jika data menyebar disekitar atau menikuti garis diagonal maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan gambar IV.1 diatas grafik probality plot menunjukan titik – titik berhimpit atau berada tidak jauh dari garis diagonal, meskipun titik sempat menjauh namun masih

kembali kegaris diagonal, jadi disimpulkan bahwa model regresi residual sudah terdistribusi secara normal.

Tabel IV. 11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73023825
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.075
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel IV.11 diatas diketahui nilai signifikansi sebesar 0,088. Dengan ketentuan data dikatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas (sig) > 0,05.Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa signifikansi 0,088 > 0,05 yang berarti data berdistribusi normal. Sehingga model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas atau dapat dikatakan memliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pendeteksian terhadap

multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflating Faktor (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinieritas yang tinggi. Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS*

Tabel IV. 12
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022		
	KUALITAS PELAYANAN	.383	.119	.360	3.219	.002	.423	2.364
	HARGA	.555	.147	.423	3.784	.000	.423	2.364

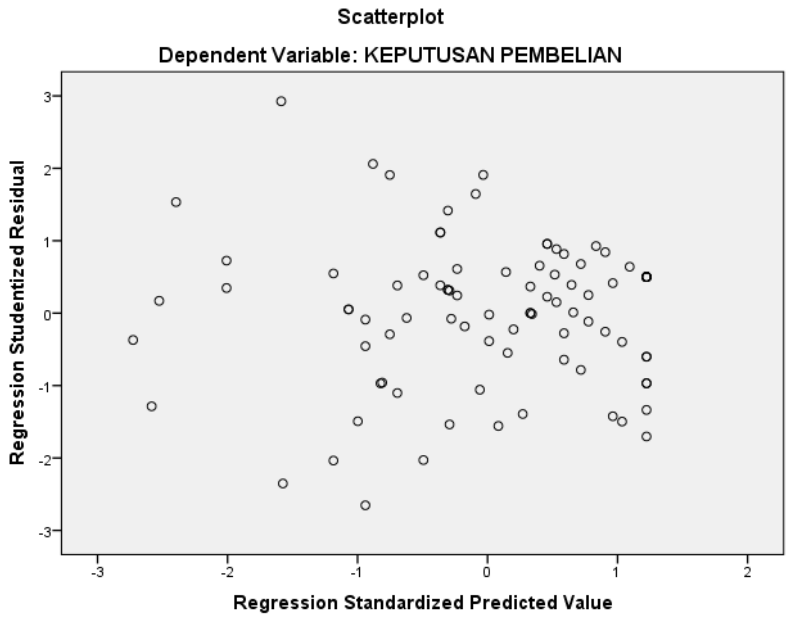
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel IV.12 di atas dapat diketahui bahwa variabel harga (X1) mempunyai nilai tolerance 0,423 dan nilai VIF sebesar 2,364. Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai nilai tolerance 0,423 dan nilai VIF sebesar 2,364. Dengan demikian seluruh variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan satu ke

pengamatan yang lain. Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan apabila varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heterokedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan *softwareSPSS.*



Gambar IV. 2
Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data Diolah SPSS

Pada gambar IV.2 diatas terlihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur. Hal ini dapat dilihat pada plot yang terpencar serta tidak membentuk suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model regresi linear berganda bebas dari heterokedastisitas sehingga regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel IV. 13
Hasil Uji Heterokedastisidas Glajser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5.634	1.776		3.173	.002
	KUALITAS PELAYANAN	-.061	.074	-.133	-.822	.413
	HARGA	-.052	.091	-.091	-.566	.573

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Diolah SPSS

Dari hasil pengujian terlihat pada tabel IV.13 bahwa besarnya nilai signifikansi pada variabel independen harga sebesar 0,413 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,573. Nilai signifikansi untuk semua variabel bebas memiliki nilai lebih dari 5% (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Pengujian Hipotesis

1. Uji T (secara parsial)

Analisis perbandingan satu variabel bebas dikenal dengan uji t. analisis ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat . Ha di terima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan sig < α (0,05). Berikut adalah tabel uji t, yang di hasilkan:

Tabel IV. 14
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022

	KUALITAS PELAYANAN	.383	.119	.360	3.219	.002
	HARGA	.555	.147	.423	3.784	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
Sumber : Data Diolah SPSS

a. Hasil Uji (X1) Terhadap (Y)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel IV.14 dapat di jelaskan hasil uji t. pengujian berpengaruh variabel (X1) terhadap (Y) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 3,219 lebih besar dari t_{tabel} (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (α=5%) sehingga tolak H0. Jadi dapat di simpulkan ada pengaruh (X1) terhadap (Y) signifikan.

b. Hasil Uji (X2) Terhadap (Y)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel IV.14 dapat di jelaskan hasil uji t. pengujian berpengaruh variabel X1 terhadap Y mengasilkan nilai t_{hitung} sebesar 3,784 lebih besar dari t_{tabel} (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (α=5%) sehingga tolak H0. Jadi dapat di simpulkan ada pengaruh (X2) terhadap (Y) signifikan.

2. Uji F (simultan)

Uji F tergolong analisis komporatif yang terdiri dari dua variabel atau lebih. Ha di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Jika Ha di terima artinya signifikan. Berikut ini hasil adalah tabel hasil analisis uji F dengan menggunakan *software SPSS.*

Tabel IV. 15
Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	778.532	2	389.266	51.047	.000[b]
	Residual	663.424	87	7.626		
	Total	1441.956	89			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel IV.15diatas, menunjukan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 51,047 > nilai F_{tabel} yaitu 3,098 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

4.5 Uji Koefesien Determinasi

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besar pengaruh dari X1 dan X2 terhadap Y dapat diketahui dengan menghitung R square (koefisien determinasi. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel dependen atau terikat sangatlah terbatas Nilai R squere hasil pengujian regresi dapat dilihat padat dibawah ini ;

Tabel IV. 16
Hasil Uji R2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735[a]	.540	.529	2.761

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN
Sumber : Data Diolah SPSS

Pada tabel IV.16 diatas, hasil menunjukan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,540 artinya bahwa variabel keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) sebesar 54% sedangkan sisanya yaitu 46% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada uji regresi linear berganda penelitian ini diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh serta signifikansi variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel terikat.

Tabel IV. 17
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022
	KUALITAS PELAYANAN	.383	.119	.360	3.219	.002
	HARGA	.555	.147	.423	3.784	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
Sumber : Data Diolah SPSS

a. Nilai konstanta b sebesar 6,661 menunjukkan bahwa variabel independen X1, X2 nol atau tidak ada. Maka keputusan pembelian adalah sebesar 6,661. X1) (Kualitas pelayanan) esarnya nilai koefisiensi regresi s0,383. Nilai (b1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan (X1) dengan keputusan pembelian (Y). Jika kualitas pelayanan

ditingkatkan maka keputusan pembelian menjadi meningkat. Nilai koefisien regresi b sebesar 0,383 artinya jika harga di naikkan sebesar 1 satuan atau satu tingkat, maka keputusan pembelian naik sebesar, 0,383.

b. Variabel X2 (harga) besarnya nilai koefisiensi regresi (b2) sebesar 0,555. Nilai (b2) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel harga (X2) dengan keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien regresi b2 sebesar 0,555 artinya jika harga di naikkan sebesar 1 satuan atau satu tingkat, maka keputusan pembelian naik sebesar, 0,555 satuan dengan asumsi variabel independent yang lain (kualitas pelayanan)tetap.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Camar Raya Kranggan.Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian. Dan pengujian yang telah dilakukan diatas maka diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan dan dapat diuji hipotesis penelitian yang dibuat sebagai berikut:

1. Uji hipotesis1 (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian)

Berdasar data hipotesis menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan. Berdasar data diatas diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} sebesar 3,219 lebih besar dari t_{tabel} (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (α=5%) sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Jadi dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian signifikan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang

menentukan keputusan pembelian. Hasil penelitin ini sejalan dengan hasil salah satu penelitian sebelumnya yaitu oleh (Kelvin & Saputra, 2019), yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji hipotesis 2 (Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian)

Berdasarkatan data hipotesis diketahui bahwa nilai 3,784 lebih besar dari t_{tabel} (1.987) atau nilai signifikasi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (α=5%) sehingga tolak H0. Jadi dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil dari salah satu penelitian sebelumnya yaitu oleh (Wibowo & Rusminah, 2021), yang dimana menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Uji hipotesis 3 (Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, menunjukan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 51,047 > nilai F_{tabel} yaitu 3,098 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka Ha3 di terima artinya regresi yang di hasilkan signifikan. Artinya kualitas pelayanan dan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Camar Raya Kranggan. . Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil dari salah satu penelitian sebelumnya yaitu oleh (ADE SITORUS, 2020), yang dimana menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.7 Implikasi Penelitian

1. Teoritis

Hasil temuan berdasarkan dari penelitian ini mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mampu memberikan pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Dengan hasil dari penelitian tersebut maka diketahui bahwa untuk meningkatkan daya beli konsumen perlu dilakukannya peningkatan kualitas pelayanan sehingga semakin tinggu kualitas pelayanan maka nilai pada perusahaan akan semakin tinggi yang nantinya akan meningkatkan keputusan beli konsumen.

2. Praktis

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan. dengan demikian artinya perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan harga agar keputusan pembelian pada konsumen semakin meningkat dan perusahaan akan mendapat untung yang lebih besar.

4.8 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian memiliki keterbatasan yaitu :

1. Faktor – faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri dari kualitas pelayanan dan harga, sementara masih banyak faktor

lainnya yang mungkin dapat memengaruhi keputusan pembelian seperti misalnya lokasi, citra produk, loyalitas pelanggan dan promosi.

2. Adanya keterbatasan penelitian ini dengan menggunakan kuisioner, yaitu terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukan keadaan yang sesungguhnya seperti jawaban yang tidak jujur, tidak membaca pertanyaan dengan baik sehingga tidak memahami pertanyaan.
3. Jumlah sampel yang terbilang sedikit yang disebabkan keterbatasan waktu peneliti.

BINA SARANA INFORMATIKA UNIVERSITAS

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian diatas bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan, kesimpulan:

A. Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen
   a. Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Indomaret Camar Raya Kranggan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian
   b. Variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Indomaret Camar Raya Kranggan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menyatakan bahwa terdapat hubungan antara harga dengan keputusan pembelian
B. Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Independen
   a. Pengujian hasil uji F dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X1), Variabel harga (X2), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Indomaret Camar Raya Kranggan

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di kemukakan diatas, maka saran yang dapat di rekomendasikan untuk menjaga pertimbangan-pertimbangan berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Indomaret Camar Raya Kranggan, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yaitu karyawan harus memahami atau mengetahui produk yang di jual. Selain itu diharapkan melakukan survey kepuasan konsumen, serta melakukan evaluasi terkait harga yang ditetapkan sehingga harga produk yang ditawarkan terjangkau atau sesuai yang di inginkan oleh konsumen. Supervisor harus rutin untuk memastikan bahwa karyawan memiliki pemahaman produk yang cukup.
2. Bagi peneliti selanjutnya, perlu menambah kekurangan pada aspek instrument penelitian serta meneliti faktor-faktor lain seperti ekuitas produk, loyalitas, lokasi dan merk yang mungkin bisa memengaruhi keputusan pembelian.
3. Untuk akademik, bisa dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

ADE SITORUS, S. (2020). Pengaruh Harga, Rasa, Lokasi Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Putri Dikota Medan. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *2*(2), 131–142. https://doi.org/10.30606/hirarki.v2i2.477

Annisaa, M. D. L., Suharto, A., & Nursaidah, N. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ud Adam Jaya. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, *19*(01), 30–40. https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4516

Azahari, A. A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, *1*(4), 553–564. https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3779

Christopher, H., Sutiono, L., & Lesmana, R. (2021). Analisis Pengaruh Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Benua Emas Singkawang. *HECTOCORN Jurnal Riset Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Tahun 2021 Volume 2 Nomor 1 Halaman 68 82 Analisis*, *2*(1), 68–82.

Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, *9*(1), 104–112. https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256

Hasibuan Ririn Marisca, Dr Harahap Fitriani, & Lubis Armansyah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)* , *4*(3), 175–182.

Iskandar, D., & Irfan Bahari Nasution, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, *1*(1), 128–137. https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590

Iwan Kandori. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Di Indomart Tataaran Patar, Minimasa. *Pendidikan Ekonomi*.

Karundeng, V. A., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *9*(4), 702–711. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36506

Kelvin, & Saputra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Segar Prima Jaya. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *1*, 1.

Lestari, A. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , HARGA , DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT . GLOBAT JET EXPRESS (J & T) SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 8 no 7 (20*, 10.

Malonda, E. K., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Bensu Di Kta Manado Pada Masa

Pandem Covid-19. *Emba*, *9*(2303–1174), 4.

Mulyani, O., & Hermina, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Peningkatan. *Jurnal Ekonomak Vol. 9 No. 3 Desember 2023|13*, *11*(1), 132–145.

Nugraha, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen. *Jurnal ILMIAH EKONOMI GLOBALMASA KINIVOLUME 11No. 02Desember2020*, *11*(02), 97–102.

Paryanti, S. dan A. udi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan HargaTerhadap Keputusan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, *12*(1), 70–83.

Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, *18*(1), 37. https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829

Saepul, U., Sekolah, M., Keguruan, T., Keguruan, I., Manshur, S., Raya, J., Km, L., & Pandeglang, K. (2020). Efektivitas Pembelajaran Di Era New Normal Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Matematika Diskrit (Effectiveness of Discrete Mathematics Learning in New Normal Era on Student's Learning Achievement). *Uniqbu Journal Of Exact Sciences (UJES)*, *1*(1), 41–45.

SITI ROMELAH, D. U. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL ILMU DAN RISET MANAJEMEN (JIRM) 11 (11)*, *6*(3). https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220

Suhikmat, N. H. dan M. (2021). Pengaruh Perputaran Kas , Perputaran Piutang dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Laba Sebelum Pajak PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk. *JURNAL AKUNTANSI FE-UB*, *15*(2).

Syamnarila, A. P., Efendi, A., & Abdullah, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Charles & Keith Mall Ratu Indah Makasar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, *3*(3), 15–25.

Syuhada, P. S., & Widodo, A. (2019). Effectiveness of Viral Marketing Using Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions on Shopee. *E-Proceeding of Management*, *6*(2), 3955–3962.

Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, *9*(1), 75–84. https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258

Utomo, K. E., Susena, K. C., & Yustanti, N. V. (2023). The Influence Of Product Quality , Price And Service On Customer Satisfaction At Lesehan 123 Jamik Bengkulu City Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lesehan 123 Jamik Kota Bengkulu. *Journal of Indonesian Management*, *3*(3), 343–358.

Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, *9*(2), 119–136. https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.155

Wicaksono, S. Y. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. *... Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, *9*(7), 1–18. http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3100

Yanti, S., Lukita, C., & Astriani, D. (2022). PENGARUH LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN SEKTOR ANEKA INDUSTRI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, *2*(2), 284–303.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

NIM	: 64200217
Nama Lengkap	: Maria Tresia Sibarani
Tempat/Tanggal Lahir	: PagaranRI, 29 Oktober 1998
Alamat Lengkap	: Jl. Dukuh II no 86 RT/RW 001/007 Kel. Jatiasih, Kec.Jatiasih, Bekasi

II. Pendidikan

a. Formal

1. SDN Tapian Nauli 3A
2. SMP N 1 Tapian Nauli
3. SMK Swasta Clemen Tapian Nauli

III. Riwayat Pengalaman berorganisasi / pekerjaan

1. Admin sales PT Fantasi Rekasembada, Bekasi
2. SPG PT Miniso Indonesia, Jakarta

Jakarta, Juli 2024

Maria Tresia Sibarani

SURAT PERNYATAAN KEBENARAN/KEABSAHAN DATA HASIL RISET UNTUK KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Maria Tresia Sibarani
NIM	: 64200217
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa data dan atau informasi yang saya gunakan dalam penulisan karya ilmiah dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Camar Raya Kranggan"** merupakan data dan atau informasi yang saya peroleh melalui hasil penelitian sendiri dan tidak didasarkan pada data atau informasi hasil riset dari perusahaan/instansi/lembaga manapun.

Saya bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Bina Sarana Informatika, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data dan atau informasi yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juni 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing/Dosen Pembimbing

Irwin Sukrisno S. S, MM

Dosen Pembimbing

Yang Menyatakan,

Maria Tresia Sibarani

BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIARISME

new SKRIPSI MARIA TERBARU (Autosaved) (1).docx

ORIGINALITY REPORT

23%	19%	7%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	2%
3	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	2%
4	123dok.com Internet Source	2%
5	repository.univ-tridinanti.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
7	Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta Student Paper	1%
8	Submitted to President University Student Paper	1%
9	Submitted to Universitas Muhammadiyah Buton	1%

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran A 1 Pertanyaan Kuisioner

DATA KUISIONER

I. PETUNJUK PENGISIAN

Harap menjawab setiap pernyataan dengan sejujur mungkin berdasarkan pengalaman anda saat berbelanja di Indomaret Camar Raya Kranggan. Pililah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan :

- Sangat Tidak Setuju (STS)
- Tidak Setuju (TS)
- Kurang Setuju (KS)
- Setuju (S)
- Sangat Setuju (SS)

II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Rentang Usia : 15-16 Tahun, 17-20 Tahun, 21-29 Tahun, 30-34 Tahun, 35-39 Tahun, 40-49 Tahun, 50-54 Tahun, Diatas 55 Tahun
2. Jenis Kelamin : Laki-laki, Perempuan
3. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Karyawan Swasta, PNS, Pengusaha, Lainnya
4. Pengeluaran Bulanan : Dibawah Rp 500.000, Rp 500.000 - Rp 1.000.000, Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000, Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000, Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000, Diatas Rp 5.000.000

5. Frekuensi Kunjungan Mingguan : 1 - 2 Kali, 3 - 4 Kali, Lebih dari 4 Kali

6. Pendidikan : SMP, SMA, D3/S1, Lainnya

III. DAFTAR PERTANYAAN

KUISIONER KUALITAS PELAYANAN (X1)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Staf di Indomaret memberikan informasi yang akurat tentang produk atau layanan yang dibutuhkan oleh konsumen					
2	Kasir di Indomaret mampu melakukan transaksi dengan teliti					
3	Kemampuan karyawan toko dalam hal membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat					
4	Penanganan keluhan konsumen ditanggapi dengan sangat baik oleh karyawan toko					
5	Indomaret memastikan bahwa produk yang dijual memiliki tanggal kedaluwarsa yang memadai					
6	Website Indomaret dapat menampung semua keluhan atau pertanyaan konsumen					
7	Indomaret menjaga kualitas produk yang yang dijual					
8	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen sudah terbukti					

KUISIONER HARGA (X2)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga produk di Indomaret untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen terjangkau					
2	Indomaret memiliki beragam pilihan produk dengan harga yang ramah dikantong					
3	Harga produk sudah sesuai dengan kualitasnya					
4	Indomaret Camar Raya menawarkan harga yang bersaing dibandingkan dengan toko / minimarket lain di sekitarnya					
5	Perbandingan harga produk dengan manfaat yang diterima konsumen sesuai					
6	Harga produk di Indomaret cocok dengan manfaat atau kegunaan yang saya peroleh					

KUISIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Informasi dari Indomaret Camar Raya memberikan keyakinan kepada saya untuk membeli produk yang dibutuhkan					
2	Saya merasa lebih yakin dalam memilih produk setelah mendapat informasi dari Indomaret Camar Raya Kranggan					
3	Merek berpengaruh dalam hal menentukan keputusan pembelian saya					
4	Saya lebih condong memilih merek yang memiliki hubungan emosional dengan diri saya					
5	Saya membeli produk karena saya memang membutuhkannya untuk keperluan sehari-hari					

6	Saya lebih cenderung membeli produk yang memenuhi kebutuhan fungsional dari pada yang memenuhi keinginan emosional					
7	Saya membeli produk karena direkomendasikan oleh teman, keluarga, atau orang lain					
8	Saya merasa lebih percaya diri dalam membeli produk yang direkomendasikan oleh orang lain dari pada membeli produk yang tidak saya ketahui sama sekali					

DATA RESPONDEN

No	Rentang Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran Bulanan	Frekuensi Kunjungan Mingguan	Pendidikan
1	Diatas 55 tahun	Laki - laki	Buruh	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	3 - 4 kali	Smp
2	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
3	30 -34 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	SMA
4	50 - 54 tahun	Perempuan	ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	SMP
5	21 - 29 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp	3 - 4 kali	SMA

				3.000.000		
6	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Diatas Rp 5.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
7	30 -34 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Diatas Rp 5.000.000	1 - 2 kali	SMA
8	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	SMA
9	21 - 29 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
10	21 - 29 tahun	Laki - laki	Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
11	21 - 29 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
12	30 -34 tahun	Laki - laki	Pengusaha	Diatas Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
13	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
14	40 - 49 tahun	Perempuan	PNS	Rp 3.000.000 - 4.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
15	30 -34 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Diatas Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
16	15 - 16 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 kali	SMA
17	40 - 49 tahun	Perempuan	Pengusaha	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
18	40 - 49 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	SMA
19	17 - 20 tahun	Laki - laki	Pelajar	Dibawah Rp 500. 000	1 - 2 kali	SMA
20	21 - 29 tahun	Laki - laki	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1

21	17 - 20 tahun	Perempuan	Pelajar	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	3 - 4 kali	SMA
22	21 - 29 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
23	40 - 49 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
24	40 - 49 tahun	Laki - laki	PNS	Diatas Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
25	21 - 29 tahun	Laki - laki	Pengusaha	Diatas Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
26	40 - 49 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Diatas Rp 5.000.000	3 - 4 kali	SMA
27	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Diatas Rp 5.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
28	21 - 29 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 kali	SMA
29	40 - 49 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	SMP
30	17 - 20 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	SMA
31	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
32	21 - 29 tahun	Laki - laki	ASTRONOT	Diatas Rp 5.000.000	3 - 4 kali	S3
33	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	1 - 2 kali	SMA
34	30 -34 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	SMA
35	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 kali	SMA

36	35 - 39 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
37	30 -34 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
38	35 - 39 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
39	21 - 29 tahun	Laki - laki	Mahasiswa	Dibawah Rp 500. 000	3 - 4 kali	SMA
40	30 -34 tahun	Laki - laki	Staff DPRD	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	Kuliah
41	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
42	40 - 49 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
43	40 - 49 tahun	Perempuan	Pengusaha	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
44	50 - 54 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
45	21 - 29 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	SMA
46	21 - 29 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	SMA
47	21 - 29 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
48	21 - 29 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	SMA

49	21 - 29 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
50	17 - 20 tahun	Laki - laki	Pelajar	Dibawah Rp 500. 000	Lebih dari 4 kali	SMA
51	30 -34 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
52	21 - 29 tahun	Laki - laki	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
53	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 kali	SMA
54	30 -34 tahun	Laki - laki	Pengusaha	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
55	40 - 49 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
56	35 - 39 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
57	17 - 20 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
58	17 - 20 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
59	21 - 29 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
60	21 - 29 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 3.000.000 - 4.000.000	3 - 4 kali	Mahasiswa
61	21 - 29 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	1 - 2 kali	SMA
62	17 - 20 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 -	Lebih dari 4 kali	SMA

				Rp 3.000.000		
63	21 - 29 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	1 - 2 kali	SMA
64	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
65	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
66	21 - 29 tahun	Laki - laki	Pengusaha	Diatas Rp 5.000.000	1 - 2 kali	SMA
67	21 - 29 tahun	Laki - laki	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
68	15 - 16 tahun	Laki - laki	Pelajar	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	1 - 2 kali	SMA
69	21 - 29 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	SMA
70	40 - 49 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
71	40 - 49 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
72	17 - 20 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
73	30 -34 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
74	35 - 39 tahun	Perempuan	Pengusaha	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
75	35 - 39 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
76	35 - 39 tahun	Laki - laki	Pengusaha	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1

77	35 - 39 tahun	Perempuan	Pengusaha	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
78	17 - 20 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 3.000.000 - 4.000.000	1 - 2 kali	SMA
79	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
80	21 - 29 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
81	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
82	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	3 - 4 kali	SMA
83	21 - 29 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 3.000.000 - 4.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
84	30 -34 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
85	17 - 20 tahun	Laki - laki	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
86	40 - 49 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Diatas Rp 5.000.000	Lebih dari 4 kali	D3 / S1
87	35 - 39 tahun	Perempuan	Ibu rumah tangga	Rp 3.000.000 - 4.000.000	Lebih dari 4 kali	SMA
88	21 - 29 tahun	Laki - laki	BUMN	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 kali	D3 / S1
89	40 - 49 tahun	Perempuan	Karyawan swasta	Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 kali	D3 / S1
90	17 - 20 tahun	Laki - laki	Pelajar	Dibawah Rp 500. 000	3 - 4 kali	SMA

Lampiran B 1 Tabulasi Data

Kualitas Pelayanan (X1)

Resp	Item 1	Item 2	Item 3	Item4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Total
1	4	5	4	5	5	3	5	4	35
2	4	4	4	3	4	3	4	4	30
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	4	5	5	5	5	5	5	39
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	4	4	4	5	5	5	5	37
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	5	5	4	3	5	5	37
11	5	5	4	4	4	5	5	5	37
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	3	3	3	3	5	3	5	3	28
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	4	4	5	4	5	5	4	5	36
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	4	4	5	5	38

19	5	5	4	4	4	5	5	4	36
20	5	5	5	4	5	4	5	5	38
21	5	5	5	4	5	4	5	5	38
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	5	5	5	5	5	5	5	4	39
24	5	4	5	4	5	4	5	5	37
25	4	4	4	4	5	4	5	4	34
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	5	5	5	4	5	5	39
28	4	5	5	5	5	4	5	5	38
29	4	4	5	4	4	5	4	4	34
30	4	3	4	4	3	4	2	3	27
31	5	5	5	5	5	4	5	5	39
32	4	4	4	4	4	4	4	5	33
33	4	4	4	4	3	4	4	4	31
34	4	4	5	4	5	4	4	4	34
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	3	3	3	3	3	4	4	4	27
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	4	5	3	5	37
39	5	5	4	5	5	5	5	5	39
40	5	5	5	5	5	4	5	5	39

41	5	4	4	3	5	3	4	5	33
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	4	5	5	4	4	4	5	35
44	4	4	4	5	5	5	4	4	35
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	4	4	4	4	4	3	4	3	30
48	4	4	4	4	4	5	4	4	33
49	5	5	3	3	4	4	3	4	31
50	5	5	5	4	5	4	5	5	38
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	4	4	3	3	4	5	4	4	31
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	2	5	4	4	5	3	4	31
55	5	5	4	5	5	5	5	5	39
56	4	4	5	4	5	4	4	4	34
57	4	4	5	3	3	3	4	5	31
58	5	5	5	5	5	4	5	5	39
59	5	5	5	5	4	5	4	4	37
60	2	5	3	2	3	3	3	3	24
61	4	5	4	5	4	5	4	5	36
62	4	5	5	4	5	5	5	5	38

63	4	5	4	5	5	4	4	4	35
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	5	5	4	5	5	5	39
68	4	5	4	5	5	2	4	4	33
69	4	4	4	4	4	4	5	4	33
70	5	5	4	5	5	5	4	5	38
71	5	4	5	5	4	5	4	5	37
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	5	5	4	5	5	4	4	5	37
74	4	4	5	5	5	5	4	5	37
75	4	4	5	5	4	5	4	5	36
76	5	5	4	5	3	4	5	5	36
77	5	5	4	5	5	5	5	5	39
78	4	3	3	3	4	4	3	4	28
79	3	4	5	4	5	3	4	3	31
80	4	5	3	5	4	4	5	4	34
81	4	5	5	5	4	4	3	5	35
82	4	5	3	4	5	3	4	4	32
83	4	5	4	5	5	4	4	5	36
84	4	4	5	4	4	4	5	5	35

85	4	3	5	4	5	3	4	5	33
86	4	5	3	5	5	3	4	3	32
87	4	5	3	5	4	4	5	5	35
88	4	3	5	3	4	5	3	4	31
89	4	5	3	4	5	3	4	4	32
90	4	5	5	4	5	4	4	5	36

Harga (X2)

Resp	Item 1	Item 2	Item 3	Item4	Item 5	Item 6	Total
1	4	5	4	4	4	4	25
2	4	4	4	4	5	5	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	4	4	4	4	4	25
7	5	5	4	4	4	5	27
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	4	5	4	4	27
11	4	4	4	4	5	5	26
12	5	5	5	5	5	5	30
13	3	3	3	3	3	3	18

14	4	4	3	3	5	4	23
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	5	5	4	5	5	28
17	5	5	5	4	5	5	29
18	5	4	5	4	5	5	28
19	5	5	4	5	4	5	28
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	5	5	5	5	5	29
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	5	5	5	5	4	28
24	4	4	5	5	5	5	28
25	4	4	5	4	4	4	25
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	4	5	4	28
28	5	5	5	4	5	5	29
29	4	5	5	4	4	4	26
30	3	4	3	3	3	3	19
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	4	4	4	4	5	25
33	3	3	4	3	3	3	19
34	4	4	4	5	4	5	26
35	5	5	5	5	4	5	29

36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	4	4	4	27
40	5	3	5	4	4	5	26
41	4	4	3	3	4	4	22
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	5	4	5	4	5	27
44	5	5	4	4	4	5	27
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	3	3	4	4	22
47	3	4	4	3	4	4	22
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	3	3	3	4	19
50	5	4	5	4	5	5	28
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	4	2	4	5	25
55	5	5	5	4	5	5	29
56	4	5	3	5	5	4	26
57	5	5	3	4	4	5	26

58	4	5	4	5	4	5	27
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	3	3	4	4	3	20
61	4	4	5	4	4	4	25
62	4	4	5	5	5	5	28
63	4	5	5	5	4	5	28
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	5	5	5	5	30
67	4	4	4	4	4	4	24
68	3	4	4	4	4	4	23
69	5	5	5	4	4	5	28
70	5	5	4	5	4	4	27
71	5	4	5	5	4	5	28
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	4	4	5	28
74	5	5	4	5	5	5	29
75	5	4	5	5	5	4	28
76	5	5	5	4	5	5	29
77	4	5	5	5	5	5	29
78	3	3	3	3	3	4	19
79	5	3	4	3	4	5	24

80	3	5	4	4	5	4	25
81	4	5	4	3	4	5	25
82	4	5	3	4	5	3	24
83	3	5	4	4	5	4	25
84	4	4	5	5	4	3	25
85	3	4	3	5	4	3	22
86	4	5	3	5	5	3	25
87	4	4	5	3	5	5	26
88	5	4	3	5	4	5	26
89	5	4	3	4	5	4	25
90	5	4	5	4	4	5	27

Keputusan Pembelian (Y)

Resp	Item 1	Item 2	Item 3	Item4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Total
1	4	5	5	4	5	5	5	4	37
2	4	4	5	5	5	5	1	1	30
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	3	5	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	4	5	5	4	4	4	34
7	5	5	5	5	4	5	4	4	37

8	4	5	5	5	4	4	4	4	35
9	5	5	5	4	5	4	4	4	36
10	4	5	5	5	5	3	2	3	32
11	4	3	4	3	5	5	3	4	31
12	5	5	5	5	5	5	3	3	36
13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	4	5	5	5	5	5	5	5	39
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	4	5	4	5	4	5	4	36
17	5	4	5	4	5	5	4	5	37
18	5	5	5	5	5	5	4	5	39
19	4	4	5	4	5	5	5	4	36
20	5	5	4	5	5	5	5	5	39
21	5	5	5	5	5	4	4	4	37
22	5	5	5	4	5	3	5	5	37
23	5	4	5	5	5	5	5	5	39
24	5	4	5	5	4	4	5	5	37
25	4	4	5	3	3	3	3	3	28
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	5	4	5	5	3	3	35
28	5	4	4	5	5	5	5	5	38
29	4	4	4	4	4	5	5	5	35

30	3	4	4	3	3	4	3	4	28
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
33	4	3	4	4	4	4	4	4	31
34	4	4	5	4	4	5	5	4	35
35	4	4	5	5	4	4	4	4	34
36	4	4	5	5	5	5	5	5	38
37	5	5	5	3	5	5	4	3	35
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	5	5	4	5	5	39
40	4	5	4	5	4	4	5	5	36
41	4	3	3	4	3	3	3	3	26
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	3	4	4	4	5	5	5	5	35
44	4	4	4	4	4	4	5	5	34
45	4	3	4	2	4	2	3	3	25
46	4	4	4	3	5	5	4	5	34
47	4	3	5	3	3	4	1	1	24
48	3	3	4	4	4	4	4	4	30
49	4	3	4	3	3	4	5	4	30
50	5	4	4	4	5	4	5	4	35
51	5	5	5	5	5	3	3	3	34

52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	5	4	5	5	5	5	4	5	38
55	4	4	5	5	5	5	4	5	37
56	5	4	4	5	5	5	5	5	38
57	5	3	3	4	3	4	5	3	30
58	4	5	4	5	5	4	5	5	37
59	4	4	4	2	5	5	3	3	30
60	3	3	4	4	3	3	3	3	26
61	4	5	5	5	4	4	4	4	35
62	5	5	4	4	5	4	4	5	36
63	5	5	5	4	4	4	4	4	35
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	5	3	4	2	3	4	3	28
69	5	3	4	5	4	4	4	3	32
70	5	5	5	5	5	4	4	5	38
71	5	5	5	5	5	5	5	4	39
72	5	5	5	5	5	4	4	4	37
73	5	4	5	5	5	5	5	5	39

74	5	4	5	5	5	5	5	4	38
75	5	5	4	4	5	5	5	4	37
76	5	4	5	5	5	5	5	4	38
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	4	3	3	4	5	3	32
79	4	3	5	4	3	4	5	4	32
80	5	5	4	4	5	4	3	5	35
81	4	5	4	5	4	5	5	5	37
82	4	5	3	4	5	3	4	3	31
83	5	5	4	5	5	4	3	5	36
84	4	4	5	4	4	5	5	4	35
85	5	3	4	5	4	3	4	5	33
86	5	5	5	5	5	5	3	5	38
87	4	3	5	4	5	4	4	5	34
88	5	3	4	4	3	5	5	5	34
89	4	3	5	4	5	4	4	3	32
90	5	5	4	5	4	5	5	4	37

Kualitas Pelayanan (X1) Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.891**	.950**	.874**	.920**	.673**	.945**	1.000**	.972**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.891**	1	.896**	.926**	.866**	.592**	.891**	.891**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.950**	.896**	1	.926**	.921**	.614**	.896**	.950**	.957**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.874**	.926**	.926**	1	.899**	.611**	.874**	.874**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.920**	.866**	.921**	.899**	1	.643**	.920**	.920**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.673**	.592**	.614**	.611**	.643**	1	.714**	.673**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.945**	.891**	.896**	.874**	.920**	.714**	1	.945**	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	1.000**	.891**	.950**	.874**	.920**	.673**	.945**	1	.972**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.972**	.930**	.957**	.935**	.949**	.760**	.965**	.972**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran C Hasil Output SPSS 1

Reabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	8

Harga (X2) Validitas

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.872**	.872**	.879**	.821**	.835**	.935**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.872**	1	.846**	.901**	.846**	.810**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.872**	.846**	1	.901**	.897**	.873**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.879**	.901**	.901**	1	.849**	.827**	.950**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.821**	.846**	.897**	.849**	1	.936**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.835**	.810**	.873**	.827**	.936**	1	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.935**	.935**	.954**	.950**	.945**	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Harga (X2) Reabilitas

UNIVERSITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.974	6

Keputusan Pembelian (Y) Validitas

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.774**	.658**	.644**	.689**	.738**	.666**	.688**	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.774**	1	.744**	.674**	.655**	.515**	.575**	.582**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.004	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.658**	.744**	1	.669**	.684**	.615**	.328	.402*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.077	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.644**	.674**	.669**	1	.486**	.546**	.466**	.466**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.007	.002	.009	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.689**	.655**	.684**	.486**	1	.543**	.261	.336	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007		.002	.164	.069	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.738**	.515**	.615**	.546**	.543**	1	.638**	.655**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.002	.002		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.666**	.575**	.328	.466**	.261	.638**	1	.946**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.077	.009	.164	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.688**	.582**	.402*	.466**	.336	.655**	.946**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.027	.009	.069	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.907**	.840**	.753**	.752**	.677**	.821**	.812**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keputusan Pembelian Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

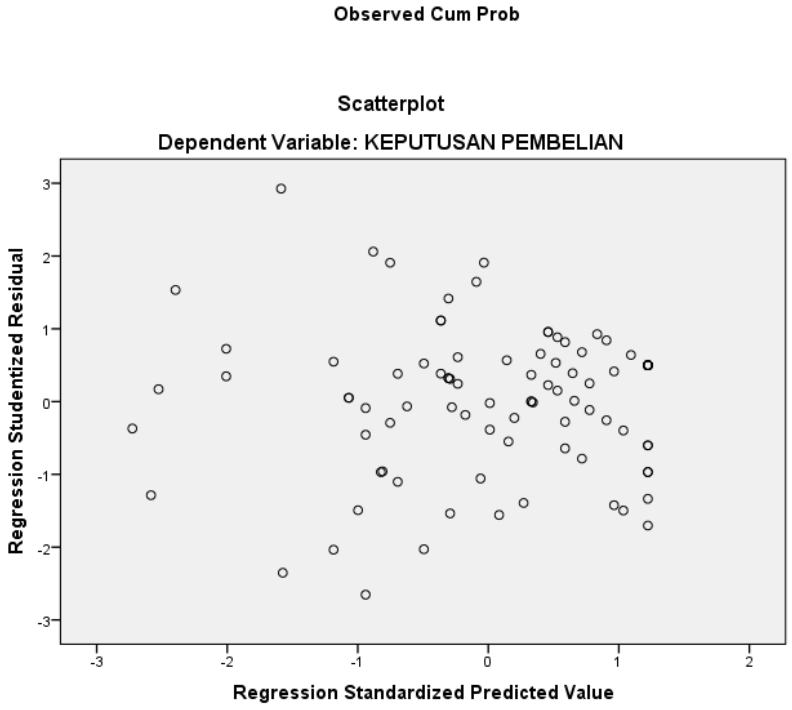
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73023825
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.075
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Hesterokdastisitas



Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022		
	KUALITAS PELAYANAN	.383	.119	.360	3.219	.002	.423	2.364
	HARGA	.555	.147	.423	3.784	.000	.423	2.364

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.661	2.857		2.331	.022
	KUALITAS PELAYANAN	.383	.119	.360	3.219	.002
	HARGA	.555	.147	.423	3.784	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	778.532	2	389.266	51.047	.000[b]
	Residual	663.424	87	7.626		
	Total	1441.956	89			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735[a]	.540	.529	2.761

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Lampiran t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65896	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran R Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

1. Gambar harga produk sikat baju pada Alfamart

Stock from Store

Scorlines Sikat Pembersih Serbaguna

Rp 14.900

Shipment

SAPA Instant Delivery
Free delivery

2. Gambar harga produk sikat baju pada Indomaret

Bagus Sikat Baju W-20930

Rp 22.500