
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SENTERAL INTI GAS (SIG) TANJUNG MORAWA DELI SERDANG

Muhammad Fajar^{1*}, Suhaila Husna Samosir²

Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan, Indonesia.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima: 20 Desember 2022 Direvisi: 26 Desember 2022 Disetujui: 10 Januari 2023</p> <p>Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Senteral Inti Gas (SIG) yang beralamat Jl. Ibnu Chattab Dusun V Desa Tanjung Morawa B Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Observasi, dokumentasi dan kuesioner dengan menggunakan skala <i>likert</i>. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 178, Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan rumus <i>slovin</i>, dan menggunakan teknik <i>probability sampling</i> yaitu <i>proportionate stratified random sampling</i>, jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian dengan uji secara parsial bahwa Harga memiliki nilai t hitung sebesar $3,239 > 1,6686$ dan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang. Kualitas Pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar $4,015 > 1,6686$ dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang. Berdasarkan hasil uji F (Simultan) memiliki nilai F hitung sebesar $37,071 > 3,15$, sehingga secara bersama-sama Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang nilai sebesar 54,5%, sedangkan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>

PENDAHULUAN

Perputaran roda perekonomian di dunia tidak lepas dari usaha yang keras di bidang marketing (pemasaran). Kita melihat dan bahkan telah menjalankan proses

pemasaran dalam menjual barang atau jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Namun kadang - kadang proses pemasaran tersebut dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan saja, sering terjadi perusahaan kalah bersaing dengan perusahaan lain dengan jenis usaha yang sejenis untuk merebut hati konsumen maka suatu perusahaan harus memiliki perencanaan proses promosi secara matang dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan juga didukung dengan distribusi yang baik sehingga dapat meningkatkan omset penjualan terhadap suatu perusahaan.

Harga adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai dimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat atas barang atau jasa yang dikonsumsi konsumen. Berikut ini adalah daftar jenis produk dan harga produk pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang yang dijelaskan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Daftar Jenis Produk, Harga Dan Jumlah Pelanggan Disetiap Bulannya Pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang

No	Jenis Produk	Harga / Pcs	Jumlah Pelanggan Bulan April-September 2021
1	Gas Oksigen	Rp. 75000 / Pcs	52
2	Gas N ₂	Rp. 130000 / Pcs	19
3	Gas C ₂ H ₂	Rp. 250000 / Pcs	27
4	Gas CO ₂	Rp. 350000 / Pcs	16
5	Gas Argon	Rp. 250000 / Pcs	14
Total			128

Sumber: PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang, 2021.

Dari tabel 1 diatas, menunjukan bahwa masih ada produk pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang yang memiliki harga diatas rata-rata seperti yang terdapat pada produk Gas C₂H₂ dengan harga Rp. 250000 / Pcs dan produk Gas CO₂ dengan harga Rp. 350000 / Pcs serta produk Gas Argon dengan harga Rp. 250000 / Pcs. Tentu harga yang ditawarkan pada tabel diatas sangat tinggi menurut persepsi konsumen sehingga konsumen lebih memilih perusahaan pesaing untuk membeli produk yang sejenis dengan perusahaan PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang.

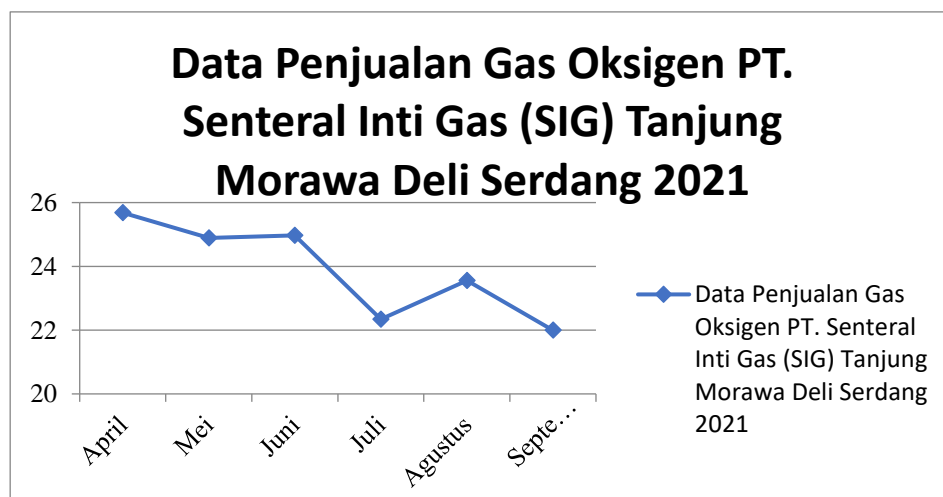
Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan konsumen terhadap perusahaan yang akhirnya konsumen akan tetap loyal pada perusahaan tersebut.

Selain fenomena harga, terdapat permasalahan lain seperti kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen. Dapat dilihat dari

tabel 1.1 bahwa rata-rata jumlah pelanggan perusahaan 6 bulan terakhir dibulan April - September tahun 2022 sebanyak 128 pelanggan. Dalam perusahaan PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang ada sebagian persoalan yang muncul, mulai dari jumlah pelanggan yang tidak stabil di setiap bulannya dikarenakan karyawan pada perusahaan tidak memberikan pelayanan terbaik seperti senyum, sapa, salam, memberikan informasi tentang produk dan juga perusahaan, menyelesaikan masalah yang ada pada konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian berulang jika perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Tentu hal ini seperti kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keputusan pembelian untuk kedepannya. Maka dari itu, untuk menjaga konsumen agar tetap melakukan pembelian pada perusahaan, maka dari itu berikan kualitas pelayanan terbaik agar konsumen puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan konsumen kedepannya akan melakukan pembelian berulang pada perusahaan PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang.

Keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan. Dalam pemasaran terdapat berbagai aspek yang menentukan suatu perusahaan dapat bersaing di pasar. Baik itu strategi yang diterapkan, target konsumen atau bauran pemasaran. Tujuan utama perusahaan membuat sebuah produk, adalah agar konsumen tertarik dan melakukan keputusan pembelian. Terdapat juga masalah keputusan pembelian yang terjadi pada konsumen, produk untuk mengetahui penjualan jenis Gas Oksigen pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang pada bulan April- September tahun 2021 dijelaskan pada Grafik 1 berikut ini:

Grafik 1
Data Penjualan Gas Oksigen PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang 2021



Sumber: PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang, 2021

Dari grafik 1 di atas terlihat bahwa penjualan produk PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang mengalami penurunan pada bulan Mei, Juli dan

September yang cukup signifikan, hal itu tentu dapat membuat perusahaan sejenis PT. Sentral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang berlomba lomba menyediakan harga dan kualitas pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan keputusan pembelian disetiap bulannya.

Berdasarkan fenomena yang telah digambarkan, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sentral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang"**.

Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa) (Kotler & Armstrong, 2016:324). Menurut Kotler dan Armstrong (2016:52), menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan (Kotler dan Keller. 2012:23). Menurut Tjiptono (2017:174) indikator pelayanan jasa adalah 1). Keandalan (*reliability*), 2). Daya tanggap (*responsiveness*), 3). Jaminan (*assurance*), 4). Empati, 5). Bukti fisik (*tangibles*)

Menurut Buchari Alma (2013) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process* sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang dibeli. Menurut Kotler & Keller (2016) indikator keputusan pembelian antara lain 1) Pemilihan Produk, 2) Pemilihan Saluran Pembelian, 3) Waktu pembelian, 4) Jumlah pembelian, 5) Metode Pembayaran.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sentral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Sentral Inti Gas (SIG) yang beralamat Jl. Ibnu Chattab Dusun V Desa Tanjung Morawa B Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Observasi, dokumentasi dan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 178, Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan rumus *slovin*, dan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling*, jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian yang merupakan data yang *valid* dengan alat ukur yang digunakan dalam meneliti, yaitu kuesioner. Uji validitas terlebih dahulu dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 30 responden diluar responden penelitian ini. Diketahui bahwa r_{tabel} menggunakan taraf signifikan $n = 30$ responden sehingga diperoleh ($df = n-2$), dengan taraf signifikansi 5% atau sama dengan 0,05 sehingga r_{tabel} yang didapatkan yaitu sebesar = 0,306 (Sugiyono , 2017). Pernyataan dikatakan valid apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ Untuk lebih jelasnya, hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Harga (X_1)	1	0,702	0,306	Valid
	2	0,612	0,306	Valid
	3	0,593	0,306	Valid
	4	0,690	0,306	Valid
	5	0,694	0,306	Valid
	6	0,690	0,306	Valid
	7	0,600	0,306	Valid
	8	0,683	0,306	Valid
	9	0,657	0,306	Valid
	10	0,642	0,306	Valid
Kualitas Pelayanan (X_2)	1	0,618	0,306	Valid
	2	0,512	0,306	Valid
	3	0,819	0,306	Valid
	4	0,842	0,306	Valid
	5	0,821	0,306	Valid
	6	0,789	0,306	Valid
	7	0,720	0,306	Valid
	8	0,900	0,306	Valid
	9	0,915	0,306	Valid
	10	0,849	0,306	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,669	0,306	Valid
	2	0,692	0,306	Valid
	3	0,785	0,306	Valid
	4	0,767	0,306	Valid
	5	0,775	0,306	Valid
	6	0,833	0,306	Valid
	7	0,826	0,306	Valid
	8	0,863	0,306	Valid
	9	0,854	0,306	Valid
	10	0,580	0,306	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh bahwa pengujian dari seluruh pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,306. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
Harga (X_1)	0,761	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,780	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,777	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha, semua variabel penelitian adalah reliabel/handal karena Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (*reliable*) dan dapat dipakai sebagai alat ukur.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63831160
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.063
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

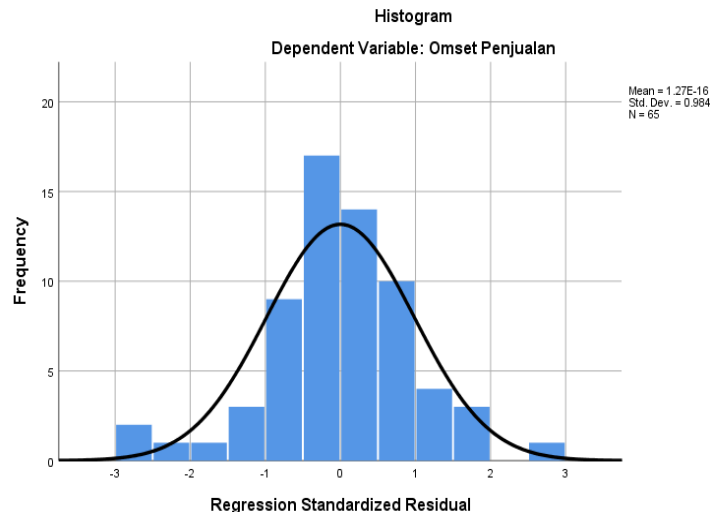
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4.36 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) seluruh variabel sebesar 0,200. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka nilai residual tersebut telah normal, sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel berdistribusi normal. Pembuktian apakah data yang digunakan dapat berdistribusi

dengan normal yaitu dengan melihat pada grafik histogram. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah:

Gambar 1
Grafik Histrogram



Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan pada grafik histogram, data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk cekung dengan sempurna. Dapat dikatakan normal jika garis telah membentuk cekung seperti gambar diatas.

Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai toleransi $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Hasil uji asumsi multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 5
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1					
	(Constant)	3.784	4.178		
	Harga	.406	.125	.363	.585
	Kualitas	.493	.123	.450	.585
	Pelayanan				1.710

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

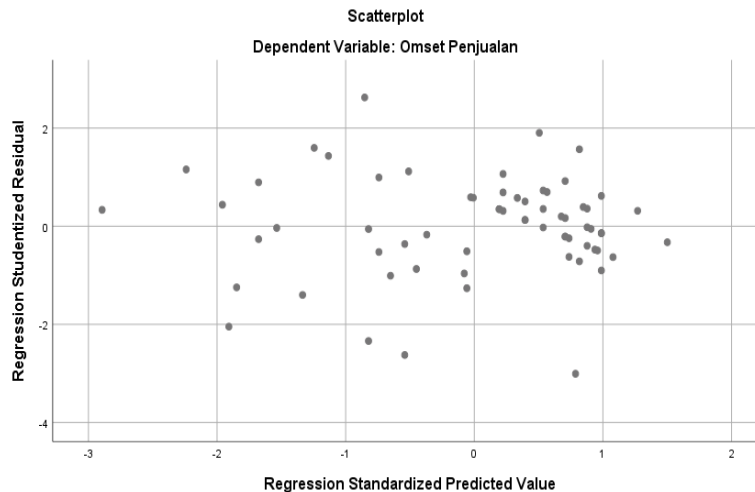
Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari Variabel X_1 dan X_2 sebesar 0,585 dimana semuanya lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF dari Variabel X_1 dan X_2 sebesar 1,710 dimana semuanya lebih kecil dari 10. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 1
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan gambar tersebut, dapat dilihat bahwa data menyebar secara acak sekitar sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk regresi. Variabel independen dilambangkan dengan X sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan Y.

Tabel. 6
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.784	4.178			
	Harga	.406	.125	.363	.585	1.710
	Kualitas	.493	.123	.450	.585	1.710
	Pelayanan					

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.38 maka persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 3,784 + 0,406X_1 + 0,493X_2 + e$$

Pada tabel 4.38 menunjukkan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 3,784, b1 sebesar 0,406 dan b2 sebesar 0,493 sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 3,784 + 0,406X_1 + 0,493X_2 + e$, Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta (a) = 3,784 artinya jika variabel Harga dan Kualitas Pelayanan bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah sebesar 3,784.
2. Koefisien regresi variabel Harga = 0,406 artinya jika variabel Harga meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat 0,406.
3. Koefisien regresi Distribusi = 0,493 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,493.

Uji t (Parsial) adalah untuk melihat pengaruh variabel-variabel independensecara parsial terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai uji t adalah sebagai berikut:

Tabel. 7
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.784	4.178		.906	.369
	Harga	.406	.125	.363	3.239	.002
	Kualitas Pelayanan	.493	.123	.450	4.015	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai T tabel pada n = 65 pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1.6686. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien sebesar 0,363, dimana nilai T-hitung > T-tabel (3,239 > 1.6686) dan signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian maka Ha1 diterima.
2. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien sebesar 0,450, dimana nilai T-hitung > T-tabel (4,015 > 1.6686) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian maka Ha2 diterima.

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama simultan mempengaruhi variabel dependen. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai Anova dalam uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 8
Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	532.731	2	266.366	37.071	.000 ^b
	Residual	445.484	62	7.185		
	Total	978.215	64			

a. Dependent Variable: Omset Penjualan

b. Predictors: (Constant), Distribusi, Promosi

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel 8 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37,071. Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : 2, dk penyebut : 65-2-1 (5%; 2; 62; F_{tabel} 3,15) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,15. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (37,071) > F_{tabel} (3,15), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel Harga (X_1) Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).

Untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan R Square yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square* karena disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian nilai R Square/*Adjusted R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R Square berkisar 0 sampai dengan 1. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 9
Hasil Uji R Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.530	2.681

a. Predictors: (Constant), Distribusi, Promosi

b. Dependent Variable: Omset Penjualan

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (R Square) sebesar 0,545 hal ini berarti 54,5% variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variabel *independen* sedangkan sisanya (100%-54,5%=45,5%) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Senteral Inti Gas (SIG) Tanjung Morawa Deli Serdang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai yang diperoleh dari koefisien sebesar 0,363, dimana nilai T-hitung > T-tabel (3,239 > 1.6686) dan signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian maka H_{a1} diterima

2. Nilai yang diperoleh dari koefisien sebesar 0,450, dimana nilai T-hitung < T-tabel (4,015 > 1.6686) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian maka H_{a2} diterima.
3. Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37,071. Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : 2, dk penyebut : 65-2-1 (5%; 2; 62; F_{tabel} 3,15) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,15. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (37,071) > F_{tabel} (3,15), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel Harga (X_1) Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djatikusuma, Edin. S., dan Wanda Getrycia, 2014, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berisotonik Pocari Sweet”, STIE MDP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Shafwan Permata Nugraha, Dery. (2018). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 54.681.08 desa tanggul kulon kec. tangguk kab jembar*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandi. (2017). *Service Manajemen mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: cv Andi offset.