

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO PUNCAK JAYA PROFILRiksa Drazat Satya¹, Popon Rabia Adawia², Syukron Syazly³¹²³Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kramat Raya No.98, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10450[1]

e-mail korespondensi: riksadrazatsatyasatya@gmail.com

ABSTRAK

keputusan pembelian merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha. Penetapan harga yang sesuai serta kualitas pelayanan yang baik menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam mendorong keputusan pembelian pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel convenience sampling dan melibatkan 86 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan analisis menggunakan IBM SPSS Statistic 25 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, koefisien determinasi, regresi linear berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berperan dalam meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Purchase decisions are one of the important factors that determine business success. Appropriate pricing and good service quality are important aspects in encouraging customers' purchase decisions. This study aimed to analyze the effect of price and service quality on purchase decisions at Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru. This study used a quantitative approach with convenience sampling involving 86 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using IBM SPSS Statistics 25 through validity, reliability, classical assumption, coefficient of determination, multiple linear regression, t-test, and F-test. The results showed that price had a positive and significant effect on purchase decisions. Service quality also had a positive and significant effect on purchase decisions. Simultaneously, price and service quality had a positive and significant effect on purchase decisions. The findings indicate that price and service quality are factors that contribute to increasing purchase decisions at Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru.

Keywords : Price, Service Quality, Purchase Decision

Article History

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Persaingan usaha di bidang bahan bangunan menuntut setiap pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. pelanggan tidak hanya mempertimbangkan ketersediaan dan kesesuaian produk dengan kebutuhan, tetapi juga memperhatikan harga yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam kondisi persaingan tersebut, penetapan harga yang sesuai dan pelayanan yang berkualitas menjadi aspek penting bagi perusahaan dalam menarik minat konsumen, mempertahankan pelanggan, serta mendorong keputusan pembelian.

Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan sebelum melakukan pembelian. pelanggan cenderung membandingkan harga produk yang ditawarkan dengan harga di tempat lain serta menilai kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan manfaat produk dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan pembelian. Selain harga, kualitas pelayanan juga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan. Pelayanan yang cepat, responsif, dan informatif dapat membantu pelanggan memperoleh informasi yang dibutuhkan serta menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, harga dan kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh pelaku usaha untuk mendukung keputusan pembelian pelanggan.

Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian telah dibahas dalam sejumlah penelitian terdahulu. Astuti et al. (2021) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Khaira et al. (2022), yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Maria (2021), yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dapat bervariasi sesuai dengan konteks penelitian. Oleh karena itu, pengujian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada objek penelitian yang berbeda.

Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru merupakan objek penelitian yang digunakan untuk mengkaji hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian dalam usaha bahan bangunan. Dalam konteks usaha tersebut, kesesuaian harga dengan kondisi pasar serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dan informasi produk menjadi aspek yang relevan untuk dikaji. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak toko sebagai bahan evaluasi dalam menetapkan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru. Penelitian dilaksanakan pada September hingga November 2025. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian diukur dalam bentuk angka dan dianalisis secara statistik untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu harga dan kualitas pelayanan, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Puncak Jaya Profil. Sampel penelitian berjumlah 86 responden yang dipilih menggunakan teknik convenience sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan responden untuk berpartisipasi dalam penelitian. Dengan teknik tersebut, responden yang dijadikan sampel adalah pelanggan yang dapat dijangkau dan bersedia memberikan jawaban melalui instrumen penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Kuesioner digunakan untuk memperoleh tanggapan responden mengenai harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Pengukuran jawaban kuesioner menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1-5. Observasi dan studi dokumentasi digunakan sebagai teknik pendukung untuk memperoleh informasi yang relevan dengan objek penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Kuesioner digunakan untuk memperoleh tanggapan responden mengenai harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Pengukuran jawaban kuesioner menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1-5. Observasi dan studi dokumentasi digunakan sebagai teknik pendukung untuk memperoleh informasi yang relevan dengan objek penelitian.

Data penelitian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengevaluasi instrumen penelitian, uji asumsi klasik untuk menilai kelayakan model regresi, serta analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian. Selanjutnya, uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	8	0,806	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	10	0,848	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	8	0,800	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel harga memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,806, kualitas pelayanan sebesar 0,848, dan keputusan pembelian sebesar 0,800. Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa item pernyataan pada setiap variabel memiliki konsistensi internal yang memadai untuk digunakan dalam analisis penelitian.

3.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Hasil	Keterangan
Uji Normalitas	Asymp. Sig = 200	Berdistribusi normal
Uji Heteroskedastisitas	Sig. Harga = 0,460, Kualitas Pelayanan = 0,446	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Uji Multikolinearitas	Harga dan Kualitas pelayanan Tolerance = 0,622, VIF = 1,606	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Uji Linearitas	Deviation from Linearity Harga = 0,402, Kualitas Pelayanan = 0,211	Terhadap hubungan linear antara Harga dan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, nilai signifikansi uji normalitas sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data memenuhi kriteria normalitas berdasarkan pengujian tersebut. Pada uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,460 dan kualitas pelayanan sebesar 0,446. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas berdasarkan hasil pengujian.

Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,622 dan VIF sebesar 1,606 pada kedua variabel independen. Nilai tersebut memenuhi kriteria umum pengujian multikolinearitas, yaitu tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Hasil uji linearitas juga menunjukkan nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,402 untuk harga dan 0,211 untuk kualitas pelayanan. Karena kedua nilai lebih besar dari 0,05, tidak ditemukan penyimpangan linearitas yang signifikan berdasarkan pengujian tersebut. Secara keseluruhan, hasil pengujian asumsi klasik mendukung penggunaan analisis regresi linear berganda.

3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	9.175	2.865		3.202	0,002
Harga	0,441	0,101	0,448	4.365	0,000
Kualitas pelayanan	0,225	0,077	0,301	2.936	0,004

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah $Y = 9,175 + 0,441X_1 + 0,225X_2$. Konstanta sebesar 9,175 menunjukkan nilai prediksi keputusan pembelian ketika harga dan kualitas pelayanan bernilai nol. Koefisien harga sebesar 0,441 menunjukkan bahwa kenaikan satu satuan skor harga berkaitan dengan kenaikan prediksi keputusan pembelian sebesar 0,441 satuan, dengan asumsi kualitas pelayanan tetap. Sementara itu, koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,225 menunjukkan bahwa kenaikan satu satuan skor kualitas pelayanan berkaitan dengan kenaikan prediksi keputusan pembelian sebesar 0,225 satuan, dengan asumsi harga tetap.

3.4 Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil uji t, variabel harga memperoleh nilai t hitung sebesar 5,198 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu aspek yang berkaitan dengan keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian di Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru. Penilaian pelanggan terhadap harga dapat menjadi pertimbangan dalam memilih produk dan menentukan tempat pembelian.

Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 2,985. Berdasarkan hasil pengujian yang dilaporkan, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresinya tetap positif. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan keputusan pembelian pelanggan. Pelayanan yang membantu pelanggan memperoleh informasi produk dapat menjadi salah satu aspek yang mendukung proses pemilihan produk.

Dengan demikian, hasil uji parsial menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru. Kedua variabel tersebut perlu diperhatikan karena berkaitan dengan pertimbangan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian.

3.5 Uji Simultan (Uji F)

Sumber	df	F	Sig.
Regression	2	43.281	0,000
Residual	83		
Total	85		

Berdasarkan tabel ANOVA, nilai F hitung tercatat sebesar 43,281 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, model regresi yang digunakan menunjukkan adanya pengaruh simultan kedua variabel independen terhadap keputusan pembelian pelanggan Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru.

3.6 Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,676	0,457	0,444	2,827

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,457 dan Adjusted R Square sebesar 0,444. Nilai Adjusted R Square menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan sekitar 44,4% variasi keputusan pembelian setelah penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dalam model. Sementara itu, 55,6% sisanya merupakan variasi keputusan pembelian yang belum dapat dijelaskan oleh model penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru.

Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,444 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan 44,4% variasi keputusan pembelian, sedangkan 55,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Berdasarkan temuan penelitian, Toko Puncak Jaya Profil Serang Baru dapat melakukan evaluasi harga secara berkala, meningkatkan ketanggapan karyawan, dan memperjelas informasi produk sebagai bahan evaluasi untuk mendukung keputusan pembelian pelanggan.

REFERENSI

- Ainur Rozi, I., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1-20.
- Astuti, Y., Hamdani, F., & Zulkarnain, M. (2021). Keputusan, Terhadap Pada, Pembelian Makan, Rumah Cabe, Penyet Kota, I J O. *Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1), 1-14.
- Fuadi, S., Wijayanti, E., & Suyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Metro. 4(2), 144-157.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gultom, A. O., & Sari, E. P. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), 112-129.
- Gustina, I., Lazuardi, D., Wahyuni, P., & Rinaldi, M. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Café Kokoro. 7(1), 45-56.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen. 6, 360-369.
- Indah, W. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT Sada Kurnia Pustaka.
- Johara, R. A., & Purnomo, H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Counter Dancell. 76, 220-230.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kafe Sudut Malam. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24-30.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, Y. D., & Prijati. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(1).
- Leonardo, J., Ginting, N., Laidy, J., Dustin, M., Tannia, A., & Firmansyah. (2023). Analisis pentingnya harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan. *Journal of Management and Business*, 5(2), 1438-1445.
- Manoy, et al. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV. Ake Maumbi.
- Maria, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian/Jasa Pembuatan Karoseri di PT Ska Karoseri Indonesia. 4(3), 122-133.
- Utami, A. D., Artino, A., & Anco. (2025). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk UMKM Siomay dan Es Sekoteng. 3(1), 32-42.
- Zonyfar, C., Nuraini, R., Purnia, D. S., Setyawati, I., Evi, T., Dian, S., Permana, H., & Sumartiningsih, M. S. (2022). *Metodologi Penelitian*.