

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS LPG PADA PANGKALAN UJANG JAELENI LIMO DEPOK PERIODE 2023

Reza Oktaviani¹, Senen²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

¹rezaoktaviani555@gmail.com, ²dosen01888@unpam.ac.id

Info Kata kunci:

Harga; Kualitas Pelayanan;
Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian gas LPG pada konsumen Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai kerangka analisis. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner. Variabel independen yang diteliti adalah harga dan kualitas pelayanan. Koefisien determinasi yang diperoleh dari penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel independen X1 memberikan kontribusi sebesar 72,9% terhadap variasi variabel dependen Y. Variabel X2 memberikan kontribusi sebesar 75,8%, sedangkan kontribusi gabungan dari kedua variabel tersebut adalah sebesar 63,2%. Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh variabel yang diteliti dalam penelitian ini, tetapi juga oleh faktor-faktor lain di luar jangkauan penelitian. Hasil Uji T dan Uji F secara statistik membuktikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian $t_{hitung} > t_{tabel}$ 10,339 > 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 11,274 > 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa baik Harga maupun Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian $f_{hitung} > f_{tabel}$ 79,925 > 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Keywords :

Price; Service Quality;
Buying decision

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the partial and simultaneous influence of price and service quality variables on LPG gas purchasing decisions among consumers of Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok. This research uses quantitative methods as an analytical framework. Secondary data used in this research comes from the results of data collection through questionnaires. The independent variables studied are price and service quality. The coefficient of determination obtained from this research indicates that the independent variable X1 contributed 72.9% to the variation in the dependent variable Y. The variable Purchasing decisions are not only influenced by the variables examined in this research, but also by other factors beyond the scope of the research. The results of the T Test and F Test statistically prove that the price variable has a significant influence on purchasing decisions $t_{count} > t_{table}$ 10.339 > 1.985 with a significance value of $0.000 \leq 0.05$. Service Quality also has a significant positive effect on Purchasing Decisions because the value of $t_{count} > t_{table}$ 11.274 > 1.985 with a significance value of $0.000 \leq 0.05$. The results of the F test show that both Price and Service Quality together have a significant positive influence on Purchasing Decisions $f_{count} > f_{table}$ 79.925 > 3.09 with a significance value of $0.000 < 0.05$.



©2025 Penulis. Diterbitkan oleh Rasional Filosofia Logika Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Meningkatnya tingkat persaingan adalah hasil yang tak terelakkan dari pertumbuhan bisnis yang cepat di Indonesia dan meningkatnya jumlah perusahaan yang meluncurkan perusahaan tambahan. Tidak diragukan lagi, setiap perusahaan memulai dengan harapan bahwa usaha baru mereka akan berkembang, bebas dari masalah, menghasilkan kemajuan, dan dapat bertahan dari para pesaing. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai sangat penting bagi organisasi.

Apa pun yang dilakukan oleh individu atau kelompok, baik sebagai pembeli atau penjual produk atau layanan, dengan tujuan akhir menghasilkan keuntungan, dianggap sebagai perusahaan. Salah satu definisi bisnis adalah perusahaan perdagangan yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada pelanggan, baik perorangan maupun bisnis lain, dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Definisi ini didasarkan pada karya Ebert dan Gryphon (2009) dalam Buku (Purwanto: 2020: 1). Perusahaan, toko kelontong, fasilitas kesehatan, perusahaan konsultan, pasar konvensional, dan banyak jenis organisasi komersial lainnya.

Pada tahun 2023, perekonomian Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 4,8% menunjukkan kemajuan positif untuk perkembangan perekonomian Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam menghadapi tantangan global dan lokal memang mencerminkan ketahanannya, karena perusahaan yang menunjukkan ketahanan yang lebih besar kemungkinan akan berhasil dalam jangka panjang. Indonesia juga dapat diprediksi menjadi kekuatan ekonomi terbesar ke-4 di dunia pada tahun 2050, karena hal ini ditinjau berdasarkan nilai *purchasing power parity* (PPP) yang mencapai 10,52 triliun dolar AS dengan ini menunjukkan potensi yang sangat besar untuk perkembangan bisnis dimasa depan.

Bisnis industri di Indonesia mengalami penurunan yang diperkirakan akan menurun beberapa tahun mendatang, bisnis industri yang menurun itu produksi gas bumi di Indonesia bisa semakin memburuk karena kebutuhan akan gas bumi terus meningkat. Solusi nya menurut beberapa stakeholder berpandangan bahwa membutuhkan beberapa alternatif “gas baru” sebagai pengganti gas pipa untuk kebutuhan industri lainnya. Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) mengatakan bahwa berdasarkan data-data produksi gas bumi di Indonesia diperkirakan akan mengalami penurunan. "Diperkirakan akan terus menurun beberapa tahun mendatang dari lapangan eksisting," Menurut Rizal Muttaqien dalam webinar Menelisik Kesiapan Pasokan Gas untuk Sektor Industri dan Pembangkit Listrik (2024:3:6) Tetapi disamping penurunan, Kementerian ESDM mencatat bahwa gas bumi diperkirakan akan mengalami peningkatan. Berdasarkan neraca gas periode 2023-2032, sektor industri menjadi konsumen gas terbesar dengan pangsa pasar 30,83%. Disusul oleh sektor ketenagalistrikan (11,82%) dan Pupuk (11%).

Sektor minyak dan gas bumi memegang peranan krusial dalam pembangunan nasional Indonesia. Hal ini tercermin dari kontribusi sektor migas terhadap penerimaan negara yang mencapai angka yang cukup substansial, yakni 28,74%. Mengingat pentingnya sektor ini, maka pengelolaan dan pemantauan terhadap sektor migas senantiasa dilakukan secara intensif. Sesuai dengan amanat UUD 1945 Pasal 33, sektor migas memiliki perspektif ekonomi yang sangat strategis karena menyangkut hajat hidup orang banyak.

Pemasaran merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk kegiatan bisnis memastikan keberadaannya, memperluas, dan menghasilkan keuntungan pemasaran. Kegiatan perusahaan akan gagal jika perusahaan tidak memiliki cara untuk mempublikasikan barang atau jasa yang dijualnya apa yang mereka hasilkan. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah mencapai target penjualan serta memperoleh laba penjualan yang diinginkan. Salah satu cara memperoleh laba yang maksimal dengan cara meningkatkan penjualan dan menambah usaha lainnya. Dengan mencapai laba yang maksimal yaitu dengan melakukan kegiatan atau penjualan dengan aman dan efektif, maka semuanya akan berjalan dengan baik. Dengan cara ini dapat menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Saat ini, perusahaan tidak hanya berhadapan dengan banyak pesaing, tetapi juga harus memenuhi beragam keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks, oleh karena itu pengusaha persaingan dunia usaha yang semakin ketat membuat para pengusaha sangat mengharapkan memiliki konsumen yang royal terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan. Salah satu nya itu gas LPG yang memiliki fungsi yang sangat penting untuk kehidupan manusia di rumah tangga atau dunia industri. Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, harga dan kualitas pelayanan menjadi kunci sukses untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Menurut Kotler dan Among (2016:177), “Sebagian dari perilaku konsumen melibatkan pengambilan keputusan tentang apa yang akan dibeli. Perilaku konsumen mencakup bagaimana individu atau kelompok mencari, mengevaluasi, dan pada akhirnya menggunakan barang dan jasa.”

Faktor terpenting dalam melakukan pembelian adalah harga dan kualitas layanan, sehingga evaluasi ini sangat penting. Konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan nilai terbaik, yaitu

keseimbangan antara harga yang terjangkau dan kualitas yang memuaskan. Jika harga terlalu tinggi tanpa disertai pelayanan yang baik, konsumen mungkin merasa tidak dihargai dan mencari alternatif lain. Sebaliknya, pelayanan yang ramah dan responsif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, bahkan jika harga sedikit lebih tinggi. Dengan demikian, pemahaman terhadap kedua faktor ini sangat penting bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran dan menjamin konsumen mau membeli produk.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil studi pada **“Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo, Depok Periode 2023”** yang di mana Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani ini merupakan jenis usaha Mikro. Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani ini seperti Namanya sudah jelas menjual berbagai macam Gas LPG, yang jenis nya ada 3 Gas LPG yaitu Gas 3kg, Gas 12kg, dan Gas 5,5kg. Harga merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini Terdapat 3 pesaing yang menjual produk serupa, berikut perbandingan harga untuk produk Gas LPG yang ada disekitar Pangkalan Ujang Jaelani.

Tabel 1 Daftar Harga dan Pesaing

No	Keterangan	Tinjauan Harga			
		Pangkalan Jaelani	Ujang	Pangkalan Pardi	Pangkalan Didin
1	Gas LPG	Rp. 19.000		Rp. 22.000	Rp. 21.000
2	Gas LPG 12kg	Rp. 210.000		Rp. 220.000	Rp. 220.000
3	Gas LPG 5,5 Kg	Rp. 110.000		Rp. 115.000	Rp. 115.000

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa harga jual Gas LPG di pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok lebih terjangkau dibandingkan kompetitornya. Harga yang kompetitif ini menjadi daya tarik bagi konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian mereka. Untuk mempertahankan keunggulan ini, pangkalan Ujang Jaelani perlu mencari cara agar harga jual tetap menarik bagi konsumen.

Peneliti sudah melakukan Pra Survei kepada 40 konsumen Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok untuk mengetahui pandangan mereka terkait Harga dan Kualitas Pelayanan dan apakah terdapat pengaruh terhadap Keputusan pembelian. Pra Survei yang dilakukan menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 2 Data Prasurvey Harga

No	Keterangan	Ya	Tanggapan		
			Persentase%	Tidak	Persentase%
1.	Apakah harga Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok terjangkau dari pangkalan lain nya?	27	67,5	13	32,5
2.	Apakah harga Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok sesuai dengan kualitas pelayanannya?	17	42,5	23	57,5
3	Apakah harga yang ditawarkan oleh Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok sesuai dengan manfaat yang dirasakan?	17	42,5	23	57,5
4	Apakah harga menjadi salah satu faktor konsumen melakukan order ulang pada Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok?	20	50	20	50
Jumlah		81	50,62	79	49,37

Sumber: Hasil Angket Pra Survei 2024

Berdasarkan data Pra survei pada Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden 67,5% lebih menyukai produk dengan harga yang sangat terjangkau. tetapi harga yang terjangkau di Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok memiliki kualitas pelayanan yang kurang baik dan konsumen tidak mendapatkan manfaat dari harga yang terjangkau masing masing memiliki presentase 57,5%.

Dengan data diatas dapat dinyatakan bahwa Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok dengan harga yang terjangkau belum bisa dijangkau oleh Masyarakat lain, karena kualitas pelayanan dan manfaat yang dirasakan masih kurang stabil karena harga yang ditawarkan.

Hasil survey menunjukan bahwa harga terbukti menjadi faktor paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian Gas pada Pangkalan Ujang Jaelani, selain harga yang dominan manfaat yang di dapat juga sangat dibutuhkan oleh konsumen.

Konsumen peduli dengan biaya, yang dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat produk. Pelanggan sangat sensitif terhadap harga. “Harga” suatu produk atau layanan adalah jumlah total uang yang dibutuhkan untuk membelinya, dihitung dengan menggunakan nilai tukar yang telah ditetapkan. (Handayani dan Fathoni, 2019). Hal ini juga harus di perhatikan kepada pangkalan Ujang Jaelani untuk tetap bertahan diharga tersebut supaya konsumennya tidak tertarik oleh pangkalan lainnya.

Hal berikutnya yang harus dipikirkan oleh perusahaan adalah kualitas layanan yang mereka berikan. Kesuksesan sebuah perusahaan sangat bergantung pada kualitas layanannya. Tingkat kesempurnaan yang diberikan oleh sebuah bisnis menentukan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Sejak pertama kali konsumen menghubungi perusahaan hingga lama setelah mereka melakukan pembelian, hal ini mencakup setiap interaksi antara kedua belah pihak. Memenuhi atau melebihi harapan pelanggan adalah tujuan mendasar dari kualitas layanan. kebutuhan dan preferensi konsumen juga diprioritaskan oleh kualitas layanan untuk memenuhi harapan konsumen tentang produk yang kami sediakan. Seluruh pengalaman pelanggan sebelum, selama, dan setelah transaksi sama pentingnya dengan produk atau layanan itu sendiri dalam menentukan kualitas layanan. Penting untuk memikirkan kualitas layanan saat memulai bisnis. Misalnya, jika kita secara konsisten memberikan layanan yang sangat baik kepada klien kita, mereka akan secara konsisten kembali ke bisnis kita untuk melakukan pembelian lebih lanjut. Karena pelayanan yang memuaskan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau *repeat order* sehingga meningkatkan penjualan. Selain pelayanan yang ramah respon karyawan yang baik kepada konsumen, misalnya membantu kebutuhan konsumen dan selalu ramah kepada konsumen.

Tabel 3 Data Prasurvey Kualitas Pelayanan

No	Keterangan	Ya	Tanggapan		Pesentase %
			Pesentase %	Tidak	
1.	Apakah karyawan di Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok sigap dalam melayani?	19	47,5	21	52,5
2.	Apakah karyawan Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok dapatkah membantu kesulitan anda?	26	65	14	35
3	Apakah kerapihan perlengkapan karyawan di Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok cukup baik?	14	35	26	65
4	Apakah anda mempercayai Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok dalam memenuhi kebutuhan anda?	14	35	26	65
Jumlah		73	45,62	87	54,37

Sumber: Hasil Angket Pra Survei 2024

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukan bahwa Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok kualitas pelayanan yang dirasakan masih kurang baik karena 26% konsumen tidak merasakan kerapihan karyawan dan tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Karyawan Pangkalan Gaas LPG Ujang Jaelani tidak memiliki empati yang lebih kepada konsumen yang sudah datang, 21% konsumen merasa tidak dilayanani dengan baik oleh karyawan Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani. Berdasarkan penjelasan tersebut pelayanan kepada konsumen masih kurang hal ini mempengaruhi keputusan

pembelian. Keluhan konsumen yang tinggi berdampak negatif pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, pangkalan gas harus berupaya memperbaiki kualitas pelayanan hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani sangat dipengaruhi harga. Konsumen cenderung memilih Pangkalan Gas yang menawarkan harga yang lebih murah, namun juga memperhatikan faktor-faktor seperti Kualitas pelayanan. Loyalitas konsumen terhadap satu Pangkalan Gas sangat relatif rendah, sehingga persaingan harga di antara Pangkalan Gas lainnya sangat ketat. Sebagai salah satu usaha mikro perdagangan, Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani memiliki tujuan utama untuk meningkatkan penjualan dan laba yang diperoleh. Menentukan strategi yang tepat dapat meningkatkan kekuatan yang ada dibandingkan dengan pesaing-pesaing lainnya. Selain itu untuk meningkatkan keputusan pembelian dan penjualan produk sebaiknya memperhatikan perilaku konsumen dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan-karyawan agar dapat dirasakan langsung oleh konsumen, selain itu memberikan harga yang terjangkau.

Keputusan pembelian merupakan sebuah bukti untuk membeli suatu produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut berhasil memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini mendorong pelaku bisnis untuk terus berinovasi dan menyediakan produk yang semakin relevan, adapun keputusan pembelian bukan hanya sekedar transaksi, tetapi juga merupakan bentuk kepercayaan konsumen terhadap merek perusahaan. Semakin banyak konsumen yang memilih produk kita, semakin kuat pula posisi kita di pasar. Berikut data penjualan 5 tahun kebelakang dari Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok:

Tabel 4 Data Penjualan

Tahun	Jumlah Penjualan Pertahun (Unit)	Data Konsumen
2019	13.200	2.508
2020	14.016	2.772
2021	16.200	3.036
2022	17.700	3.636
2023	16.320	2.304

Sumber: Pangkalan gas LPG Ujang Jaelani

Berdasarkan Tabel 4 pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani mengalami pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun hingga tahun 2022. Baik jumlah tabung gas yang terjual maupun jumlah konsumen terus meningkat. Sayangnya, pada tahun 2023 terjadi penurunan yang cukup drastis. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan tersebut. Untuk meningkatkan kembali kinerja penjualan, manajemen harus bertindak cepat untuk menarik kembali pelanggan yang hilang dan mempertahankan konsumen saat ini. Saat ini terdapat 2.304 pelanggan, dan manajemen harus berupaya untuk mempertahankan mereka sebagai pelanggan.

Penulis menyertakan hasil survei awal yang telah diisi oleh konsumen Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok khususnya mengenai variabel keputusan pembelian.

Tabel 5 Data Prasurvei Keputusan Pembelian

No	Keterangan	Ya	Tanggapan		Persentase %
			Persentase %	Tidak	
1.	Apakah anda ingin merekomendasikan Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok kepada kerabat-kerabat anda?	21	52,5	19	47,5
2.	Apakah anda membeli Gas di Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok karena sesuai dengan harga dan kualitas nya?	18	45	22	55
3.	Apakah opsi pembayaran Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo	29	72,5	11	27,5

No	Keterangan	Ya	Tanggapan		Persentase %
			Persentase %	Tidak	
	Depok sangat mempermudah anda?				
4.	Apakah anda sering membeli Gas di Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok?	11	27,5	29	72,5
5.	Apakah lokasi Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani ini mudah dijangkau?	10	25	30	75
Jumlah		89	55,62	111	69,37

Sumber: Hasil Angket Pra Survei 2024

Dengan hasil pra-survey pada variabel keputusan pembelian dengan 40 responden, dapat disimpulkan bahwa konsumen memutuskan untuk pembelian pada Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok belum maksimal mungkin karena disebabkan oleh 75% mengaku kesulitan menemukan lokasi pangkalan gas Ujang Jaelani. Selain itu, 72,5% konsumen juga tidak sering membeli Gas di Pangkalan Ujang Jaelani, karena harga dan kualitas pelayanan yang memiliki presentase 55%. Berdasarkan penjelasan tersebut masih rendahnya beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian Gas di Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani sehingga hal tersebut dapat menjadi perhatian oleh Pangkalan Ujang Jaelani untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Dengan adanya masalah yang ditemukan, penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pangkalan Gas Elpiji Ujang Jaelani Depok. Oleh karena itu, penulis mempertimbangkan untuk menggunakan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani, Limo Depok Periode 2023”

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Menurut Ratnasari (2019) mengatakan bahwa “Manajemen adalah proses kerja dengan menggunakan orang dan sumber daya untuk mencapai tujuan”

Pemasaran

Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Manajemen Pemasaran

Menurut Sudarsono (2020:2), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Among (2017:177), “keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide maupun pengalaman dengan tujuan memuaskan keinginan dan kebutuhan.”

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kualitas Pelayanan

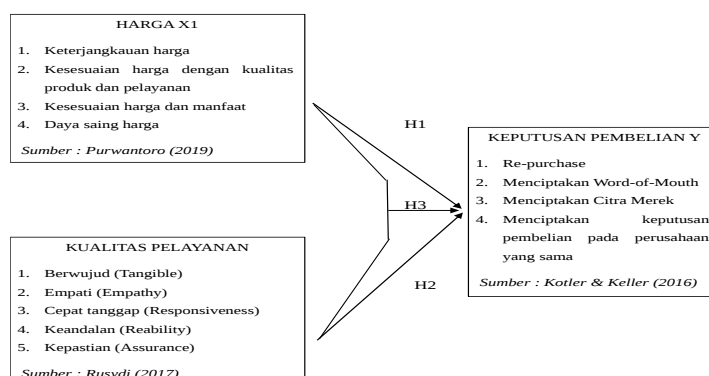
Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di Perusahaan.

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- Ho1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian
Ha1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian
Ho2: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
Ha2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
Ho3: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian
Ha3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian

Gambar 1
Kerangka Berfikir



Sumber: diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah data konsumen dari Pangkalan Gas LPG Ujang Jaelani pada 1 (satu) tahun terakhir, yaitu 2023 yang berjumlah sebanyak 2.304 konsumen dengan Tolerance Error sebesar 10% maka jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi.

Definisi Operasional

Tabel 6 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk dan Pelayanan 3. Kesesuaian Harga dan Manfaat 4. Daya Saing Harga	Likert
Sumber: Purwanto (2019) Kualitas Pelayanan (X2)	1. Berwujud (<i>tangible</i>) 2. Empati (<i>empathy</i>) 3. Cepat Tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Kepastian (<i>assurance</i>)	Likert
Sumber: Rusydi (2017) Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Word Of Mouth 3. Menciptakan Citra Merek 4. Menciptakan Keputusan Pembelian Pada Perusahaan yang sama	Likert
Sumber: Kotler & Keller (2016)		

Sumber : dikelola tahun 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13,911	2,974			4,677	0,000
	Harga	0,405	0,106	0,365		3,807	0,000
	Kualitas_Pelayanan	0,435	0,086	0,483		5,031	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 26

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 7, persamaan regresi yang diperoleh sebagai berikut:

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

$$Y = 13,911 + 0,405X_1 + 0,435X_2 + e$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta sebesar 13,911 mengindikasikan bahwa ketika semua variabel independen bernilai nol, nilai yang diprediksi untuk variabel dependen adalah 13,911.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X1) secara signifikan mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) dengan cara yang menguntungkan, menurut analisis regresi. Koefisien regresi positif sebesar 0,405 menunjukkan bahwa harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembelian. Hal ini berarti bahwa untuk setiap kenaikan harga sebesar 1%, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,405 dalam keputusan pembelian. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa orang lebih memilih untuk membeli barang dengan harga yang lebih rendah.
- Tampaknya ada hubungan positif antara Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien regresi positif sebesar 0,435 untuk Variabel X2 (Kualitas Layanan). Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan satu persen dalam kualitas layanan, akan ada kenaikan 0,435 poin persentase dalam keputusan pembelian, dengan asumsi semua aspek lainnya tetap konstan.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,107	3,260		5,248	0,000
	Harga	0,810	0,078	0,729	10,339	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 26

Hal ini dapat kita lihat dari perhitungan statistik pada Tabel 8 bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti 10,339 lebih besar dari 1,985. Dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 (atau 0,000 lebih kecil dari 0,05), hasil spesifik ini didukung. Pembelian gas LPG di Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok bukan merupakan suatu kebetulan, sesuai dengan hasil uji signifikansi. Harga (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Oleh karena itu, H_a1 diterima dan H_o1 ditolak.

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Coefficients^a			
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Beta		
1	(Constant)	19,303		6,902	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,684	0,758	11,274	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 26

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang ditunjukkan pada Tabel 9, dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti $11,274 > 1,985$. Dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 (atau 0,000 kurang dari 0,05), hasil spesifik ini didukung. Dengan pemikiran ini, kita dapat menerima H_{a2} sebagai hipotesis alternatif dan menolak H_{o2} . Analisis data menunjukkan bahwa tingkat pelayanan (X2) dan keputusan yang dibuat terkait pembelian gas elpiji di Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok berkorelasi positif dan substansial..

Uji F

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

		ANOVA^a			
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	1240,336	2	620,168	.000b
	Residual	721,622	93	7,759	
	Total	1961,958	95		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Output SPSS versi 26

Tingkat signifikansi yang dinyatakan (0,05) dan nilai signifikansi uji F yang diperoleh (0,000) berbeda. Adanya pengaruh yang signifikan dari setidaknya satu variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan bahwa model mengandung satu variabel independen. Nilai f-hitung sebesar 79,925. Secara keseluruhan, tabel pencurian bernilai 3,09. Oleh karena itu, 79,925 lebih dari 3,09, dan 0,000 lebih kecil dari 0,05 untuk nilai signifikansi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R square) X1 dan X2 terhadap Y

		Model Summary							
				Std. Change		Statistics			
		Adjusted R	Error of the	Adjusted R	Square	F	df1	df2	Sig. F
Model	R	Square	Square	Estimate	Change	Change			Change
1	.795a	0,632	0,624	2,78557	0,632	79,925	2	93	0,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Output SPSS versi 26

Temuan penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 11, di mana nilai R Square adalah 0,632. Tabel 4.25 menunjukkan bahwa hal tersebut memberikan kontribusi sebesar 63,2% terhadap variabel Keputusan Pembelian, dengan nilai R Square sebesar 0,632.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hipotesis yang menyatakan bahwa dalam memilih Gas Elpiji di Pangkalan Ujang Jealani, Limo Depok, Keputusan Pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Pelayanan. Ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat diperoleh dari data penelitian ini:

1. Secara parsial Harga terbukti menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Gas LPG pada Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $10,339 > 1,985$. Hasil ini didukung oleh nilai signifikansi yang sangat kecil $< 0,05$ atau $0,000 < 0,05$.
2. Secara parsial Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Gas LPG pada Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok. dapat disimpulkan bahwa, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $11,274 > 1,985$. Hasil ini didukung oleh nilai signifikansi yang sangat kecil $< 0,05$ atau $0,000 < 0,05$.
3. Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Gas LPG pada Pangkalan Ujang Jaelani, Limo Depok. dapat disimpulkan bahwa, Nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $79,925 > 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfito Surya Saputra, M. N. (2024). Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Vol.2, No.7 Juli 2024. *Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Bekasi*, 2, 831-837.
- Amo Sugiharto, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Jurnal Papatung*, 4, 24-32.
- Arifin, J. (2017). *Spss 24 Untuk Penelitian Dan Skripsi*. Jakarta: Gramedia. Bandung: Alfabeta.
- Dwi Putra, B. S. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store*. Surabaya: Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen E-Issn: 2461-0593.
- Elsa Kesia Malonda, J. D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Bensu Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Emba*, 9, 1198-1207.
- Freekey Steyfli Marami, J. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal Emba*, 6, 1658-1667.
- Imanudin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Citra Makmur Sejahtera. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20, 54-63.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, 1-106.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed Ed.).
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1 Ed.).
- Malikatus Sholihah, T. B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tempe. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24, 121-131.
- Purwanto, E. (2020). *Pengantar Bisnis Era Revolusi Industri 4.0*. Purwokerto: Sasanti Institute.
- Safarudin Baihaky, A. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1, 85-103.
- Suparno, F. O. (2019). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Wisata Semanggi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1-20.
- Yuli Master Hutagalung, H. D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 209-215.

<https://biz.kompas.com/read/2023/03/14/190000828/bisnis-di-indonesia-potensial-tapi-ketat-pelaku-usaha-perlu-atur-strategi>

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20240403180517-4-528037/2-tahun-ke-depan-ri-sulit-bernapas-penuhi-kebutuhan-gas-domestik>