

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ramy Parfum *Refill* di Kota Lumajang

Dewi Erika Sari¹, M. Ato'illah², Ninik Lukiana³

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia¹²³

Email: ericadewi91@gmail.com¹, atokwiga73@gmail.com², lbundaninik@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 5

Nomor 4

Bulan Juni

Tahun 2023

Halaman 239-244

ABSTRAK

Persaingan usaha parfum *refill* saat ini semakin meningkat dengan berbagai jenis parfum yang tersedia dan harga relatif terjangkau. Penampilan yang menarik didukung adanya aroma tubuh yang wangi sehingga penggunaan parfum sangat dibutuhkan untuk menambah rasa percaya diri dalam melakukan aktivitas diluar ruangan. Oleh karena itu, parfum *refill* sangat diminati oleh kalangan remaja maupun lansia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan biaya mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli refill ramy parfum di Kota Lumajang. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Sementara itu, kuesioner dibagikan untuk mengumpulkan data. dengan populasi penelitian adalah pelanggan yang melakukan pembelian ramy parfum *refill* di Kota Lumajang dengan menggunakan metode *purposive sampling* sehingga sampel yang digunakan sebanyak 62 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan pengujian secara parsial atau uji t. Hasil penelitian ini: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ramy parfum *refill* di Kota Lumajang. 2) Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ramy parfum *refill* di Kota Lumajang. Nilai koefisien determinasi (R^2) bahwa kualitas pelayanan (X^1) dan Harga (X^2) yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 64,3% sedangkan sisanya sebesar 35,7% yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel produk, citra merek dan promosi.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Competition in the perfume refill business is currently increasing with various types perfume available and relatively affordable prices. An attractive appearance is supported by the presence of a fragrant body odor so that the use of perfume is needed to increase self-confidence in carrying out outdoor activities. Therefore, perfume refills are in great demand among teenagers and the elderly. The objective of this study was to determine the impact of service quality and price on decisions regarding purchasing of ramy parfum refills in Lumajang City. The method used in this research is quantitative. While data collection was obtained by distributing questionnaires with the study population being customers who purchased ramy parfum refills in Lumajang City using the purposive sampling method so that the sample used was

62 respondents. Hypothesis testing is done by doing partial testing or *t* test. The results of this study include: 1) Good quality of service regarding the claims of Lumajang City regarding the purchase of refill ramyparum. 2) The purchase price of hemp refill perfume in Lumajang City is not expensive. Determined by Coefficient Value (R^2) that service quality (X^1) and price (X^2) are able to influence purchasing decisions (Y) is 64.3% while the remaining 35.7% is not examined in this study such as product variables, brand image and promotion.

Keywords: Price, Servis Quality

PENDAHULUAN

Berpenampilan menarik, rapi dan wangi merupakan hal yang harus diperhatikan oleh semua kalangan masyarakat kaum perempuan atau laki-laki dan tidak memandang usia. Sehingga ketika melakukan aktivitas diluar ruangan baik kumpul dengan teman-teman, bekerja, sekolah aroma tubuh perlu diperhatikan dengan menggunakan parfum. Aroma parfum *refill* yang tahan lama akan memberikan rasa percaya diri ketika melakukan aktivitas. Oleh karena itu berbagai jenis parfum *refill* dapat dijadikan sebagai koleksi bagi pecinta parfum. Ramy parfum *refill* di Kota Lumajang yang berdiri sejak tahun 2012 tepatnya di Jln. Mk Sapurno Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Memiliki harga yang relatif lebih murah dengan banyak pilihan botol parfum mulai dari botol kecil hingga botol besar. Ramy Parfum Refill yang memiliki kualitas dan bibit parfum yang unggul akan memberikan kesan yang baik oleh para pelanggan.

Kualitas layanan merupakan faktor krusial yang harus diperhatikan untuk memberikan kualitas layanan yang prima, klaim Aria dan Atik (2018:16). Organisasi menempatkan prioritas tinggi pada kualitas layanan karena mempengaruhi kebahagiaan klien, yang akan meningkat jika layanan berkualitas tinggi.

Tjiptono (2016:218) menegaskan bahwa harga sangat menentukan pemasaran. Harga dapat diubah atau disesuaikan secara drastis berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, tetapi memilih harga yang tepat sangat penting untuk kinerja jangka pendek, menengah, dan panjang perusahaan. Menurut Yazid & Hidayat, 2020 Keputusan pembelian adalah proses dimana seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Ini melibatkan evaluasi alternatif, perbandingan harga, dan pertimbangan faktor lain seperti kebutuhan, preferensi dan batasan anggaran. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk iklan, rekomendasi dari teman, keluarga, dan pengalaman pribadi dengan produk atau merek. Keputusan pembelian adalah suatu tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan memiliki sebanyak 62 responden. Populasi pada penelitian ini yaitu terhadap pelanggan yang melakukan pembelian ramy parfum *refill* di Kota Lumajang.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil dari deskripsi responden adalah sebagai berikut: 1) Deskripsi responden berdasarkan usia diperoleh sebagai berikut: 14 responden berusia antara 15 dan 20 tahun; 26 berusia antara 20 dan 30; dan 30–40 sebanyak 13 responden, usia 40-50 tahun sebanyak 9 responden. 2) Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, yang diperoleh sebagai berikut : laki-laki sebanyak 22 responden dan perempuan sebanyak 40 responden. 3) Deskripsi berdasarkan penghasilan yang diperoleh sebagai berikut: Rp.500.000- 23 responden menerima Rp 1.000.000, sedangkan 30 responden menerima Rp 1.000.001–1.500.000. Rp 1,5 juta hingga 2 juta untuk lima tanggapan. Untuk empat responden, Rp 2.000.000–2.500.000. 4) Deskripsi berdasarkan pekerjaan yang diperoleh sebagai berikut : Karyawan Swasta sebanyak 25 responden, Buruh Pabrik sebanyak 14 responden, Ibu Rumah Tangga sebanyak 15 responden, Guru sebanyak 5 responden dan Wiraswasta sebanyak 3 responden.

Uji Instrumen

Uji Validitas

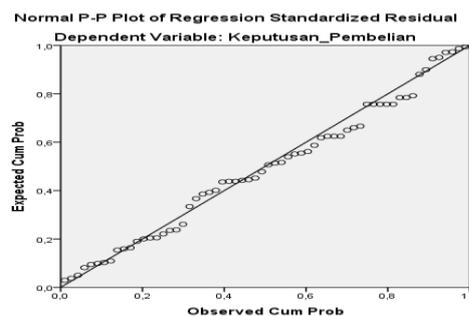
Dapat diketahui bahwa hasil koefisien kolerasi dari semua deklarasi terdiri dari masing-masing lima deklarasi variabel kualitas pelayanan tiga pernyataan variabel harga dan enam pernyataan variabel keputusan pembelian. Hasil perhitungan koefisien kolerasi, keseluruhan memiliki nilai Klaim instrumen penelitian semua dapat disimpulkan benar jika rhitung lebih besar dari angka minimal (0,3), dan instrumen penelitian juga dapat digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan pada penelitian.

Uji Reliabilitas

Variabel kualitas layanan, variabel harga, variabel keputusan pembelian sebesar. Semuanya memiliki hasil uji reabilitas koefisien *Crinbach Alpha* yang substansial masing-masing sebesar 0,936, 0,908, dan 0,871.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 4.1 Hasil Uji Normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan Gambar 4.1, data terdistribusi secara normal, dengan titik-titik data tersusun melingkar mengelilingi garis diagonal dan bergerak searah dengan garis diagonal pada grafik di atas. Oleh karena itu, model regresi dalam penelitian ini telah menunjukkan pola distribusi normal dan dapat digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

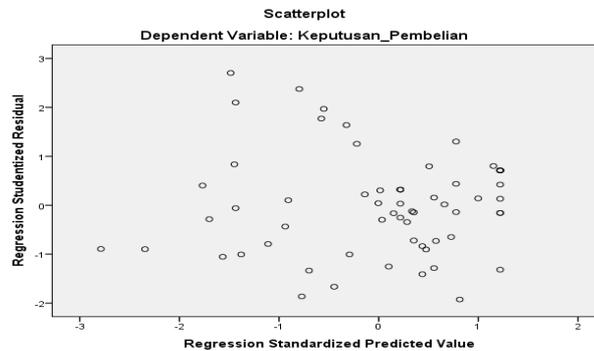
Tabel 4.1 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,904	1,107	Bebas Multikolonieritas
Harga (X2)	0,904	1,107	Bebas Multikolonieritas

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan tabel 4. Semua variabel yang digunakan sebagai prediktor dalam model regresi memiliki VIF yang sama, menurut temuan salah satu uji multikolinearitas. di bawah 10 serta nilai Tolerancinya diatas 0,1 sehingga digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian bebas multikolinieritas. Jika data sudah lolos dari multikolonieritas maka dapat dilakukan pengkajian selanjutnya dengan uji regresi linier berganda.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan Gambar 4.2, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model residual baik yang memenuhi persyaratan uji heteroskedastisitas maupun model residual tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dengan variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$KP = 4,238 + 0,315 KL + 1,029 H$$

Keterangan:

KP = Variabel Keputusan Pembelian

4,238 = Konstanta

0,315 = Koefisien Kualitas Pelayanan

1,029 = Koefisien Harga

KL = Kualitas Pelayanan

H = Harga

e = Error

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda diatas dapat disajikan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) keduanya sama dengan 0, maka nilai keputusan pembelian adalah sebesar 4,238.
- 2) Koefisien kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai 0,315 (tanda positif menunjukkan hubungan searah), artinya untuk setiap 1% peningkatan kualitas pelayanan, pilihan pembelian akan meningkat sebesar 0,315. Dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya diperlakukan

sebagai harga tetap, keputusan pembelian akan turun sebesar 0,315 jika kualitas layanan turun sebesar 1%.

- 3) Koefisien harga (X2) memiliki nilai 1,029 yang artinya setiap kenaikan 1% produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 1,029; sebaliknya jika harga turun 1% maka keputusan pembelian akan turun sebesar 1,029 dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan kualitas pelayanan..

Pengujian Hipotesis

Hasil dari analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sedangkan untuk menentukan ttabel dapat dilakukan dengan menghitung $(n-k) = 62 - 2 = 60$ pada t_{tabel} dengan melihat tingkat signifikan 5% sehingga memperoleh t_{tabel} sebesar 2,344 yang akan dijelaskan pada setiap variabel.

1. Hipotesis Pertama

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X1) dapat diinterpretasikan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,080 dengan tingkat signifikansi 0,000. Batas signifikan yang ditetapkan yaitu 5%, atau 0,05, dan 2,001 pada t-tabel. Jadi, berdasarkan fakta bahwa $t_{hitung} (4,080) > t_{tabel} (2,001)$, H_a disetujui dan H_0 ditolak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh besar terhadap pilihan pembelian isi ulang parfum rami di Kota Lumajang karena tingkat signifikansinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

2. Hipotesis Kedua

Variabel harga (X2) mencapai thitung sebesar 7,744 dengan tingkat signifikansi 0,000, sesuai dengan hasil uji t. Nilai ttabel adalah 2,001, dan ambang signifikansinya adalah 5%, atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_a disetujui dan H_0 ditolak karena $t_{hitung} (7,744) > t_{tabel} (2,001)$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang besar terhadap pilihan pembelian isi ulang parfum rami di Kota Lumajang karena tingkat signifikansinya adalah 0,000 yaitu kurang dari 0,05.

Koefisien Determinasi (R²)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Y) dengan koefisien determinasi pada nilai R Square sebesar 0,643. Sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian seperti produk, citra merek, dan pemasaran.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rami Parfum Refill di Kota Lumajang

Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju kualitas pelayanan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan kualitas pelayanan yang memiliki skor tertinggi. Terdapat di indikator pertama dan indikator kedua yang artinya karyawan memiliki kehandalan dalam memberikan informasi suatu produk dengan runtut dan jelas dan karyawan cepat dalam melayani konsumen atau pelanggan pada rami parfum *refill* di Kota Lumajang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rami Parfum Refill di Kota Lumajang

Hasil pengujian hipotesis atas harga mayoritas responden yang menjawab pertanyaan tentang keputusan pembelian setuju dengan harga. Hal ini diperkuat dengan pernyataan yang terdapat di indikator pertama dan indikator ke tiga. Sesuai dengan hasil tanggapan responden dalam penelitian ini skor tertinggi terdapat pada instrumen pertama yang yaitu membeli parfum *refill* dengan harga terjangkau dan harga parfum *refill* sesuai dengan kualitas pada rami parfum *Refill* di Kota Lumajang memiliki perbedaan harga yang relatif terjangkau tetapi memiliki kualitas parfum yang tahan lama.

KESIMPULAN

- a) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada ramy parfum *refill* di Kota Lumajang yang memberikan kualitas pelayanan yang nyaman dan aman. Maka karyawan harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik.
- b) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada ramy parfum *refill* di Kota Lumajang. Hal tersebut membuat pelanggan yang membeli parfum merasa puas dengan harga terjangkau dapat bersaing dengan parfum *refill* lainnya, Oleh karena itu parfum *refill* perlu adanya diskon saat membeli parfum dengan jumlah banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Malonda, E. K., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu Di Kta Manado Pada Masa Pandem Covid-19. *Emba*, 9(2303–1174), 4.
- Imam Gunawan, S. M. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara
- Marunduri, F. F., Ato'illah, M., Jariah, A., Widya, S., & Lumajang, G. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Kabupaten Lumajang Kecamatan Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 1 (4), 29-33. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm%7C29>.
- Paramita, R.W & Rizal Novansyah. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*: Buku Ajar Perkuliahan. Azyan : Yogyakarta
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Jawa Barat: Khalifah Mediatama
- Lukiana, N. (2019). Kontribusi Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. 2, 76–80.