

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA NYDI WALLPAPER KOTA JAMBI

Oleh

Laila Farhat¹, Marnas², Abdul Wahab Daeng³, Apriyola Lasmarito Silaban⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi

E-mail: ^{1*}lailafarhat241@gmail.com

Article History:

Received: 07-11-2024

Revised: 16-11-2024

Accepted: 10-12-2024

Keywords:

Service Quality, Price,
Consumer Decisions, Nydi
Wallpaper

Abstract: Abstract. One part of the residential interior that is of concern is the walls and design components of the residential interior. Therefore, interior and wallpaper services are really needed by some people. Nydi Wallpaper Jambi City is one of the Interior and Wallpaper Workshops that has quite a large number of customers each month. This research was conducted using quantitative data analysis techniques. The number of samples in this research was 100 Nydi Wallpaper consumers. The data collection technique was carried out using purposive sampling. Data collection in this research was carried out using a questionnaire, and data processing was carried out using SPSS V 29 software. Based on the results of the analysis and data processing that has been carried out, the results obtained show that service quality and price have a simultaneous influence on consumer decisions. This can be seen from the results of the *f*-test. The *f*-test results in this study were 48.23, which is greater than the *f*-table (3.09). The coefficient of determination (*R*²) in this study has a value of 0.488, which means that service quality and price have an influence of 48.8% on consumer decisions, and the remaining 51.2% is influenced by other variables not examined in this study.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan banyaknya persaingan di dunia bisnis yang telah mengalami suatu perubahan atau perkembangan secara modernisasi. Modernisasi merupakan proses yang sangat luas seperti politik, ekonomi, teknologi, dan lain sebagainya. Modernisasi sendiri memberikan pengaruh atau perubahan dibidang ekonomi. Modernisasi membuat berkembangnya industri-industri di lingkungan masyarakat. Dengan banyaknya industri atau perusahaan yang muncul dan berkembang membuat persaingan antar perusahaan menjadi lebih ketat, terutama untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin banyak dan selalu berubah-ubah, karena dengan adanya modernisasi membuat selera dan kebutuhan seorang manusia menjadi meningkat. Salah satu perubahan cara atau selera seseorang manusia sekarang yaitu tentang

gaya interior dan eksterior rumah-rumah mereka dengan banyaknya tampilan interior dan eksterior dari bangunan gedung perkantoran dan rumah-rumah. Rumah merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan, rumah merupakan suatu bangunan atau gedung yang dijadikan tempat tinggal dalam jangka waktu yang lama, dan juga dijadikan tempat perlindungan bagi manusia, Penelitian yang tak terhitung jumlahnya telah menunjukkan bahwa elemen desain interior rumah tertentu dapat memicu emosi positif atau negatif. Salah satu studi tertentu oleh University of Minnesota menunjukkan bahwa ketinggian langit-langit hunian dapat mempengaruhi mood seseorang yang berada di ruangan tersebut. Studi tersebut juga menunjukkan bahwa plafon yang lebih tinggi meningkatkan kreativitas, fokus, dan suasana hati. Belum lagi, pakar industri memanfaatkan temuan ini untuk menciptakan respons positif dan desain interior rumah yang berpusat pada kebugaran. Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha jenis Interior dan Wallpaper, karena dengan kualitas pelayanan yang baik dan nyaman tentunya itu akan membuat konsumen merasa senang dan puas ketika mendisign hunian nya. Selain kualitas pelayanan, pelaku usaha jenis interior harus dapat menetapkan suatu harga dengan baik dan tepat. Menurut Kotler dan Armstrong (2003:314), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen memiliki atau menggunakan jasa tersebut. Harga menjadi salah satu faktor penentu atau pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian, karna pada dasarnya konsumen tidak akan menggunakan suatu produk apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang didapatkannya. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M. Afton Ardiansyah (2017) mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra terhadap Keputusan Pemakai Jasa (study kasus pada PT. Putra Perdana Indiniaga Cabang Jember)” yang menunjukan hasil bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan harga terhadap keputusan pemakaian jasa.

Di Kota Jambi sudah banyak usaha jenis Interior dan Wallpaper yang tersedia, salah satu interior dan wallpaper yang ada di Kota Jambi yaitu Nydi Wallpaper Interior Home Decor dilansir dari semuaabis.com Nydi Wallpaper merupakan rujukan dari tempat penyedia jasa dan produk interior untuk mempercantik hunian di Jambi, diketahui bahwa Nydi Wallpaper Jambi dapat melayani 500-550 customer setiap bulannya, dan rata-rata customer nya adalah pelanggan tetap yang selalu kembali dan beberapa pelanggan baru. Berdasarkan berita tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih banyak lagi mengenai Nydi Wallpaper Interior Home Decor, berdasarkan hasil wawancara yang sudah penulis lakukan dengan pemilik Nydi Wallpaper Jambi, pemiliknya mengatakan bahwa Nydi Wallpaper Interior Home Decor Jambi memiliki jumlah karyawan sebanyak 4 orang, dan penulis juga membandingkan data jumlah pengunjung yang membeli dan memakai jasa *Workshop* Interior Wallpaper Home Decor di Kota Jambi Selama Tahun 2022 berdasarkan pembelian kategori Wallpaper dinding secara Ecer (*Retail*) :

Tabel 1. Jumlah Pembelian Wallpaper Eceran di beberapa Workshop Interior dan Wallpaper di Kota Jambi pada Tahun 2022

Toko Interior dan wallpaper	Jumlah Konsumen
Raffi Wallpaper	914
Aba Wallpaper	837
Fashion Carpet	1.273
Rahmat Gorden	907
Nydi Wallpaper	1.908

Sumber data: Sistem Perusahaan dan data pemilik masing-masing toko (2023)

Tabel 2. Rata-rata Harga Wallpaper dan Interior di Workshop Interior dan Wallpaper di Kota Jambi

Toko Interior dan Wallpaper	Harga Wallpaper (Rp.)	Harga Produk Interior (Rp.)
Rafi Wallpaper	250.000,- sampai 350.000,-	1.200.000,- sampai 2.000.000,- per meter
Aba Wallpaper	250.000,- sampai 300.000,-	1.500.000,- sampai 3.00.000,- per meter
Fashion Carpet	225.000,- sampai 250.000,-	Tidak menjual
Rahmad Gorden	250.000,- sampai 275.000,-	1.800.000,- sampai 3.000.000,-
Nydi Wallpaper	165.000,- sampai 205.000,-	1.000.000,- sampai 1.800.000,-

Sumber: List harga dari pemilik masing-masing toko (2023).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Nydi Wallpaper dan Toko Interior wallpaper lainnya, terlihat bahwa jasa dan harga yang disediakan atau yang ditawarkan oleh Nydi Wallpaper ini hampir sama dengan Interior Wallpaper lain pada umumnya. baik berdasarkan jenis jasa dan produk yang ditawarkan. Namun walaupun Nydi Wallpaper menyediakan Layanan jasa yang hampir sama dengan Interior dan Wallpaper lainnya akan tetapi Nydi Wallpaper memiliki jumlah pengunjung yang cukup ramai. Bisa dilihat dari data jumlah pengunjung pada tahun Nydi Wallpaper pada tahun 2022, Nydi Wallpaper Interior Home Decor memiliki jumlah pengunjung yang mau menggunakan produk dan jasa dari Nydi Wallpaper sebanyak 1.908 orang.

METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono (2008, p.115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Nydi Wallpaper Kota Jambi di tahun 2022 yang membeli wallpaper secara ecer (*Retail*) yang berjumlah total 1.908 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling purposive* dari responden konsumen Nydi Wallpaper Kota Jambi. Berdasarkan jumlah pengunjung yang menggunakan produk dan jasa Nydi Wallpaper Interior Home Decor Kota Jambi adalah sebanyak 1.908 orang. Oleh karena itu maka penulis melakukan penelitian pada bulan Agustus hingga September 2023 berdasarkan data pengunjung yang menggunakan produk wallpaper pada Januari 2022 hingga Desember 2022. Untuk pengambilan jumlah sampel konsumen Nydi Wallpaper Kota Jambi, digunakan rumus solvin Jumlah populasi tersebut dalam analisis ini menggunakan tingkat kelonggaran ketidaktelitian sebesar 10% dikarenakan jumlah konsumen dalam waktu satu tahun adalah 1.908, maka dengan rumus diatas dapat diperoleh sampel pengunjung $n = 100$ orang.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang teliti (Sugiyono2004:1).

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Menurut Sugiyono (2015), jenis data dibedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa kualitatif dan kuantitatif.

1) Data Kualitatif

Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa nama dan alamat obyek penelitian.

2) Data Kuantitatif

Pengertian data kuantitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

Peneliti menggunakan dua sumber data untuk mencari dan mengumpulkan sumber data dalam penelitian ini, dan hasil data yang akan diolah, yaitu: 1) Sumber Data primer 2) Sumber Data Sekunder

4. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua cara untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan data primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1) Kuisioner

Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab dan diberikan kepada 100 orang responden dengan menggunakan rumus slovin.

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan dengan tanya jawab kepada responden sesuai dengan acuan yang ada didalam kuisioner.

b. Pengumpulan data sekunder

Data sekunder diperoleh dari data yang diberikan oleh Nydi Wallpaper itu sendiri.

5. Model Analisis Data

a. Analisis deskriptif

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

1 = tidak puas 2 = kurang puas 3 = cukup puas 4 = puas 5 = sangat puas

b. Uji Instrumen

Uji Validitas dilakukan untuk melihat konsisten variabel independent dengan apa saja yang diukur, selain itu untuk mengetahui seberapa jauh alat pengukur dapat memberikan gambaran terhadap proyek yang akan diteliti sehingga menunjukkan dengan sebenarnya objek yang akan diukur, dengan demikian diharapkan kuisioner yang digunakan dapat berfungsi sebagai alat pengumpul data yang akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode internal *consistency* reabilitas *instrumen* penelitian dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan koefisien *Cronbach's alpha*. Jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut handal atau reliabel (Nunnaly dalam Ghozali)

c. Analisis regresi berganda

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen. Rumus yang digunakan menurut Ghozali:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan konsumen

b₁,b₂ : Koefisien dari variabel bebas (X)

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Harga

d. Uji Hipotesis

1.) Uji-F

Uji-F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Konsumen.

Ada dua acuan yang dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji-f, yaitu yang pertama berdasarkan nilai signifikansi seperti yang dikemukakan oleh Ghozali (2016) dengan ketentuan sebagai berikut :

a. Jika nilai signifikansi uji-f < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima artinya semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikansi uji-f > 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengaruh dependen.

Dan yang kedua berdasarkan perbandingan f hitung dengan nilai f tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

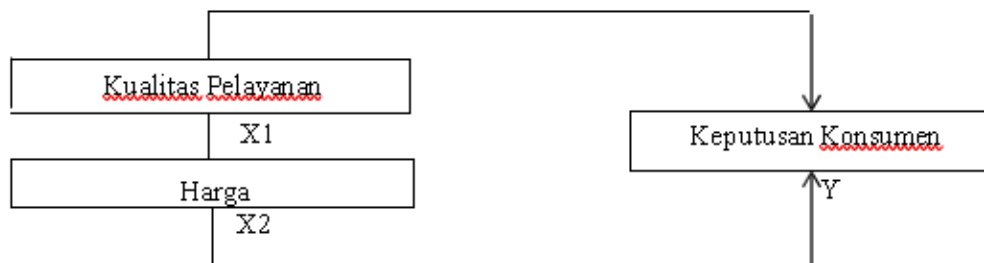
- a. Jika nilai f -hitung $>$ f -tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai f -hitung $<$ f -tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat sejauh mana kontribusi variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat nya. Menurut Ghazali (2016) nilai koefisien determinasi yang lebih kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati 1 dan menjauhi 0 memiliki arti bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

f. Kerangka Pemikiran

Dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti yang disajikan gambar berikut:



Keterangan:

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Harga

Y : Keputusan Konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan 100 kuisioner yang diberikan kepada seluruh sampel yang ada pada penelitian ini yaitu 100 orang konsumen Nydi Wallpaper Kota Jambi. Jumlah pertanyaan dalam kuisioner yang penulis berikan yaitu sebanyak 17 pernyataan, 17 pernyataan tersebut menyangkut 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Keputusan Konsumen (Y).

a. Karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase
15-25 Tahun	8 Orang	8%
26-35 Tahun	48 Orang	48%
36-45 Tahun	21 Orang	21%
46-55 Tahun	16 Orang	16%
56-66 Tahun	7 Orang	7%
Total	100 Orang	100%

Pada Tabel diatas bisa dilihat bahwa responden konsumen Nydi Wallpaper Kota Jambi berdasarkan usia terdiri dari 8 orang responden berusia 15 tahun hingga 25 tahun, 48 orang responden berusia 26 tahun hingga 35 tahun, 21 orang responden berusia 26 tahun hingga 45 tahun, 16 orang responden berusia 46 tahun hingga 55 tahun, dan 7 orang responden berusia 56 tahun hingga 66 tahun.

a. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

PEKERJAAN	JUMLAH RESPONDEN	PRESENTASE
Pegawai Negeri/BUMN/TNI/POLRI	32 Orang	32 %
Wiraswasta	21 Orang	21 %
Pegawai/Karyawan Swasta	29 Orang	29%
Mahasiswa/Pelajar	7 Orang	7%
Lainnya	11 Orang	11%
Total	100 Orang	100 Persen

Pada tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa responden konsumen Nydi Wallpaper berdasarkan pekerjaannya terdiri dari 32 orang responden Pegawai negeri/BUMN/TNI/POLRI, 21 orang responden Wiraswasta, 29 orang Pegawai/Karyawan Swasta, 7 orang Mahasiswa/Pelajar, 11 orang responden selain dari 4 jenis pekerjaan diatas.

2. Analisis data penelitian

Data yang di peroleh oleh penulis akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Untuk mengolah data yang bersifat numerik dan statistika bisa digunakan dengan menggunakan rumus- rumus statistika bisa dilakukan dengan menggunakan *software SPSS*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *software SPSS V29*. Berikut Hasil analisis dan pengolahan data dalam penelitian ini :

a. Analisis statistik deskriptif variabel

Statistic deskriptif merupakan aktivitas pengumpulan, penataan, peringkasan dan penyajian data dengan harapan agar data lebih bermakna, mudah dibaca dan mudah dipahami oleh pengguna data. Analisis statistik deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data berdasarkan hasil distribusi frekuensi, nilai

rata-rata, yang diperoleh dari jawaban responden pada masing masing indikator pengukur variabel Untuk kusioner yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan skala likert dengan 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = cukup atau netral

4 = setuju

5 = sangat setuju

Nilai skor jawaban responden dapat diklasifikasikan ke dalam rentang kategori nilai, untuk menentukan rentang kategori nilai dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

Rentang kategori nilai = (nilai terbesar – nilai terkecil) : kelas interval

$(5 - 1) : 5 = 0,8$

Dengan hasil tersebut sehingga didapatkan lah tabel rentang kategori nilai sebagai berikut :

Tabel 5. Rentang kategori nilai dan penilaian kategori secara deskriptif

No	Nilai rata-rata skor jawaban	Penilaian deskriptif
1	1,00 – 1,80	Sangat rendah
2	1,81 – 2,61	Rendah
3	2,62 – 3,42	Cukup tinggi
4	3,43 – 4,23	Tinggi
5	4,24 – 5,00	Sangat tinggi

1. Deskripsi variabel kualitas pelayanan

Pada penelitian ini penulis menggunakan software SPSS V29 untuk mengolah dan menganalisis data secara deskriptif. Kualitas pelayanan memiliki lima indikator yaitu keandalan (Reability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), Perhatian (Attention), dan bukti langsung (Tangible). Dari ke lima indikator tersebut penulis telah membuat delapan pertanyaan kuesioner untuk kualitas pelayanan, dan berikut tabel hasil pengolahan data jawaban responden untuk variabel kualitas pelayanan secara deskriptif:

Tabel 6. Deskripsi variabel kualitas pelayanan

Indikator variabel	Frekuensi jawaban responden					Rata-rata
	STS	TS	N	S	SS	
X1.1	0	0	1	65	34	4,20
X1.2	0	0	0	64	36	4,08
X1.3	0	1	3	63	34	4,12
X1.4	0	2	2	59	37	3,83
X1.5	0	2	2	56	40	4,07
X1.6	2	2	2	55	39	3,07
X1.7	1	0	0	64	35	4,02
X1.8	1	0	0	63	36	4,30
Total rata-rata						3,96

Sumber : Data Primer 2023 Diolah pakai SPSS V29

Pada tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa nilai total rata-rata keseluruhan untuk variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 3,96. Berdasarkan nilai tersebut, maka bisa dideskripsikan bahwa Nydi Wallpaper Jambi sudah memiliki tingkat kualitas pelayanan yang sangat baik bagi para konsumennya, hal ini dapat terlihat dari banyaknya responden yang memilih jawaban kuisioner di rentang skor 3 hingga 5, dan nilai 3,96 tersebut masuk kedalam rentang nilai kategori tinggi.

2. Deskripsi variabel harga

Harga memiliki empat indicator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Dari ke empat indikator tersebut penulis telah membuat empat pertanyaan kuisioner variabel harga, dan berikut tabel hasil pengolahan data jawaban responden untuk variabel harga secara deskriptif :

Tabel 7. Deskripsi variabel harga

Indikator variabel	Frekuensi jawaban responden					Rata- rata
	STS	TS	N	S	SS	
X2.1	1	0	0	64	35	4,32
X2.2	1	1	1	64	33	4,27
X2.3	1	1	2	63	33	4,26
X2.4	0	1	1	59	39	4,36
Total rata-rata						4,3

Sumber : Data primer 2023 diolah pakai SPSS V29

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai total rata-rata keseluruhan untuk variabel harga yaitu sebesar 4,3. Berdasarkan nilai tersebut, maka bisa dideskripsikan bahwa harga yang ditawarkan Nydi Wallpaper Jambi sudah sangat sesuai bagi para konsumen, hal ini dapat terlihat dari banyaknya responden yang memilih jawaban kuisioner di rentang skor 3 hingga 5, dan nilai 4,3 tersebut masuk kedalam rentang nilai kategori sangat tinggi.

3. Deskripsi variabel keputusan konsumen

Keputusan konsumen atau pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan, dan berikut tabel hasil pengolahan data jawaban responden untuk variabel harga secara deskriptif :

Tabel 8. Deskripsi variabel keputusan konsumen

Indikator variabel	Frekuensi jawaban responden					Rata- rata
	STS	TS	N	S	SS	
Y1	0	0	0	69	31	4,31
Y2	0	1	1	75	23	4,2
Y3	1	2	2	70	25	4,16
Y4	1	3	4	73	19	4,06
Y5	1	1	3	71	24	4,16

Total rata-rata

4,17

Sumber : Data primer 2023 diolah pakai SPSS V29

Pada tabel 8, diatas dapat dilihat bahwa nilai total rata-rata keseluruhan untuk variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 4,17. Berdasarkan nilai tersebut, maka bisa dideskripsikan bahwa para konsumen Nydi Wallpaper Jambi melakukan pemasangan wallpaper dikarenakan factor-faktor atau pernyataan yang ada di kuisioner di rentang skor 3 hingga 5, dan nilai 4,17 tersebut masuk kedalam rentang kategori tinggi.

b. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur, Ghazali menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program Software SPSS V 29. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu :

- 1) Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item soal pertanyaan kuisioner tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item soal pertanyaan kuisioner tersebut dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan tabel r yang penulis temukan, maka nilai r tabel untuk 100 responden dengan sistem pengujian satu arah dan tingkat signifikansi sebesar 0,05 yaitu sebesar 0,163. Berikut hasil pengujian validitas kuisioner penelitian ini yaitu :

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Item-Total Statistics

Scale Mean		Scale Variance	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	68.34	30.671	.531	.867
x1.2	68.31	31.145	.453	.870
x1.3	68.36	30.556	.514	.868
x1.4	68.36	29.627	.570	.865
x1.5	68.33	30.365	.446	.870
x1.6	68.40	29.455	.446	.872
x1.7	68.35	31.280	.336	.875
x1.8	68.34	30.772	.415	.871
x2.1	68.35	30.149	.519	.867
x2.2	68.40	29.556	.561	.865
x2.3	68.41	29.537	.551	.866
x2.4	68.31	30.378	.507	.868
y1	68.36	31.728	.358	.873
y2	68.47	30.090	.646	.863
y3	68.51	28.899	.647	.862
y4	68.61	29.452	.545	.866

y5	68.51	29.606	.573	.865
----	-------	--------	------	------

Sumber : Hasil pengolahan SPSS V29.

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat dilihat bahwa nilai *corrected item-total correlation* atau *r* hitung keseluruhan pertanyaan lebih besar dari nilai *r* tabel (0,163), maka dari itu bias di nyatakan pertanyaan-pertanyaan tersebut valid dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian reliabilitas.

c. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam pengukur gejala yang sama.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh item pertanyaan dalam kuisioner penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka kuisioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
- 2) Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka kuisioner dinyatakan tidak konsisten.

Berikut hasil pengujian reliabilitas menggunakan *Software SPSS V29*:

**Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	17

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS V29.

Dari tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha nya yaitu sebesar 0,875. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, maka bisa dinyatakan pertanyaan kuisioner tersebut reliabel.

d. Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variable independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variable independen terhadap variable dependen, yang mana dalam penelitian ini variabel independen nya adalah kualitas pelayanan dan harga, dan variabel dependen nya adalah keputusan konsumen.

Berikut hasil analisis regresi berganda yang diolah menggunakan *Software SPSS V29* :

Tabel 11. Hasil regresi berganda
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	T	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.411	1.909		1.263	.210
kualitas pelayanan	.360	.069	.478	5.181	<.001
Harga	.351	.108	.300	3.248	.002

a. Dependent Variable: keputusan konsumen

Sumber : Hasil pengolahan SPSS V29

Dari tabel 11 diatas dapat dijelaskan persamaan regresi nya adalah sebagai berikut: $Y = 0,360X_1 + 0,351X_2 + e$

e. Uji-F

Uji-F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Konsumen. Ada dua acuan yang dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji-f, yaitu yang pertama berdasarkan nilai signifikansi seperti yang dikemukakan oleh Ghazali (2016) dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima.

Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 ditolak.

Artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Dan yang kedua yaitu berdasarkan perbandingan antara nilai f hitung dengan nilai f tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Jika nilai f-hitung $> f$ -tabel, maka H^0 ditolak dan H^1 diterima.

Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai f-hitung $< f$ -tabel, maka H^0 diterima dan H^1 ditolak.

Artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menentukan nilai f-tabel, maka harus diketahui terlebih dahulu derajat kebebasan pembilang dan derajat kebebasan penyebut, dengan rumus sebagai berikut :

Derajat kebebasan pembilang = $k - 1$

Derajat kebebasan penyebut = $n - k$

Keterangan :

k = jumlah variabel independen dan dependen n = jumlah responden penelitian

Berdasarkan dua rumus diatas, maka diperoleh nilai derajat kebebasan pembilang dan derajat kebebasan penyebut yaitu :

Derajat kebebasan pembilang : $3 - 1 = 2$

Derajat kebebasan penyebut : $100 - 3 = 97$

Pada penentuan nilai f-tabel ini penulis menggunakan nilai taraf signifikansi sebesar 0,05. Maka diperoleh lah nilai f-tabel pada penelitian ini yaitu sebesar 3,09

Berikut hasil uji-f yang dilakukan menggunakan *Software SPSS V 29* :

Tabel 12. Tabel hasil uji f

ANOVA^a

Sum of Model Squares		Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	216.294	2	108.147	48.232	<,001 ^b
Residual	217.496	97	2.242		
Total	433.790	99			

a. Dependent Variable: keputusan konsumen

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V29

Berdasarkan tabel 12 diatas maka bisa dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan konsumen secara simultan, hal ini dikarenakan nilai f-hitung (48,232) > nilai f-tabel (3,09) dan nilai signifikansinya (0,001) < (0,05)

g. Koefisien determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan dimaksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (Simultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat di indikasikan oleh nilai *adjusted R- Squared* (Ghozali, 2016), Koefisien determinasi menunjukan sejauh mana konstibusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai *R-Square* (R²) pada tabel *Model Summary*. Menurut Ghozali (2016) nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya jika nilai mendekati 1 dan menjauhi 0 memilii arti bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016). Berikut hasil analisis koefisien determinasi (R²) yang dilakukan menggunakan *Software SPSS V29* :

**Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model R		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the
1	.706 ^a	.499	.488	1.497

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V29

Berdasarkan hasil tabel 13 diatas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,488, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Harga) dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 48,8% terhadap variabel dependen (Keputusan Konsumen). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 51,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen pada Nydi Wallpaper Kota Jambi, Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian maka dapat hasil penelitian ini dapat dirumuskan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai total rata-rata keseluruhan secara deskriptif yaitu sebesar 3,96. Untuk variabel harga memiliki nilai total rata-rata keseluruhan secara deskriptif yaitu sebesar 4,3, dan untuk variabel keputusan konsumen memiliki nilai total rata-rata terkeseluruhan secara deskriptif yaitu sebesar 4,17 ketiga nilai rata-rata tersebut masuk dikategori nilai tinggi.
- 2) Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan atau secara bersamaan terhadap keputusan konsumen pada Nydi Wallpaper Kota Jambi. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai f -hitungnya (48,232) > nilai f -tabel (3,09) dan nilai signifikansinya (0,001) < (0,05).
- 3) Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh sebesar 48,8% terhadap keputusan konsumen pada Nydi Wallpaper pada Nydi Wallpaper Kota Jambi, sedangkan sisanya yaitu sekitar 51,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji di penelitian ini. Bahwa Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen Pada Nydi Wallpaper Jambi, Artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan, dan semakin sesuai harga dengan manfaat dan kualitas produk, maka semakin meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk menjaga pertimbangan- pertimbangan berikutnya adalah sebagai berikut :

- 1) Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen pada Nydi Wallpaper Kota Jambi, maka dari itu pihak Nydi Wallpaper harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diterapkan dan harga yang sudah ditetapkan. Hal ini dilakukan agar pihak Nydi Wallpaper dapat mempertahankan konsumen yang ada dan dapat menambah jumlah konsumennya. Nydi Wallpaper juga diharapkan melakukan riset dan pengembangan, serta melakukan evaluasi terkait harga yang ditetapkan sehingga harga produk yang ditawarkan terjangkau atau sesuai dengan yang diinginkan konsumen, selain itu diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang telah dilakukan untuk memastikan bahwa karyawan sudah terlatih sebelum bekerja, seperti karyawan harus paham dan menguasai suatu produk yang dijual. Pemilik harus rutin untuk memastikan

- karyawan sudah terlatih sebelum bekerja, dan untuk karyawan baru sebaiknya dilakukan training minimal sebulan, agar bisa beradaptasi dengan lingkungan kerja yang baru.
- 2) Dari hasil penelitian ini, diketahui juga bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh sebesar 48,8% terhadap keputusan konsumen pada Nydi Wallpaper Kota Jambi. Berdasarkan hal tersebut ada 51,2% hal atau variabel lain yang mempengaruhi keputusan konsumen, maka dari itu selain kualitas pelayanan dan harga, Nydi Wallpaper harus juga memperhatikan dan meningkatkan hal lain seperti kegiatan promosi, lokasi dan sebagainya.
 - 3) Bagi Konsumen, untuk lebih selektif dalam memilih tempat berbelanja sehingga dalam melakukan keputusan pembelian tetap memperhatikan faktor harga dan kualitas pelayanan dimana sesuai dengan keinginan dan manfaat yang dibutuhkan.
 - 4) Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel yang diteliti yang tidak hanya kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achmad Odyk Akbar Negara, Andrean Emaputra (2020). "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) Studi Kasus XYZ Barbershop". Jurnal Rekayasa Industri, Fakultas Teknologi Industri Sains dan Teknologi AKPRIND. Vol. 2 No.2 Oktober 2020.
- [2] Hestanto "Harga: Pengertian, Indikator, Tujuan Penetapan Harga, Metode Penetapan Harga". <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>. Diakses 16 Januari 2023.
- [3] Julia Retnowulan (2017). "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi". Fakultas Akademi sekretari dan manajemen BSI Jakarta. Cakrawala Vol. XVII, No. 2 September 2017.
- [4] Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Indeks
- [5] Kelompok Gramedia.
- [6] Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- [7] Kotler dan Armstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- [8] Kotler dan Philip. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander
- [9] Nanda (2021) "Kualitas Pelayanan adalah: Tujuan, Fungsi dan Cara Mengukur".
- [10] [https://kommerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah/#Tujuan Kualitas Pelayanan](https://kommerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah/#Tujuan%20Kualitas%20Pelayanan). Diakses 18 Januari 2023
- [11] Ni Wayan Eka Mitiarni, I Gusti Ayu Imbayani (2020) "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian kartu perdana internet di Gallery Smartfren Denpasar" Jurnal Manajemen dan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
- [12] Sahid Raharjo "Cara melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi dengan
- [13] SPSS". <http://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-mudah-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html?m=l> diakses Agustus 28 2023

-
- [14] Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhilando.
- [15] Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi *et al.* (2019). *Pedoman Penulisan Skripsi*.
- [16] Tjipto, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset.Yogyakarta.