



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN 88 KOTA
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ADE SAPUTRA
NIM. 12 230 0215**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2018



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN 88 KOTA
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ADE SAPUTRA
NIM. 12 230 0215**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2018



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN 88 KOTA
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ADE SAPUTRA
NIM. 12 230 0215**

PEMBIMBING I

**Muhammad Isa, ST, MM
NIP. 19800605 201101 1 003**

PEMBIMBING II

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP.19830317 201801 2 001**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
 a.n. ADE SAPUTRA SIMORANGKIR
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, November 2018
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Ade Saputra Simorangkir yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan 88 Kota Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqosah untuk mempertanggung jawab skripsinya ini.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP.19800605 201101 1 003

PEMBIMBING II

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP.19830317 201801 2001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : ADE SAPUTRA SIMORANGKIR

NIM : 12 230 0215

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah3 Mb

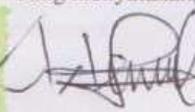
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidimpuan.**

Dengan ini Menyatakan bahwa saya menyusun skripsi sendiri tanpa meminta bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 28 September 2018
Yang menyatakan,




ADE SAPUTRA SIMORANGKIR
NIM. 12 230 0215

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ADE SAPUTRA SIMORANGKIR

Nim : 12 230 0215

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan hak bebas royaltif noneksklusif (*Non-Exelusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :**"PENGARUH KWALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN"** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royaltif Noneksklusi ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan mengalih media mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai dan sebagai Pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: padangsidimpuan

Pada tanggal: 28 September 2018

Yang menyatakan



(ADE SAPUTRA SIMORANGKIR)

NIM: 12 230 0215

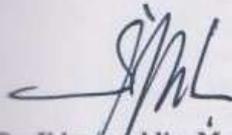


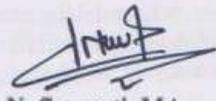
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

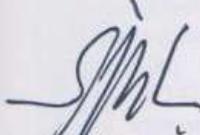
**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

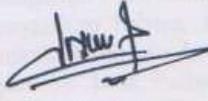
Nama : Ade saputra
Nim : 12 230 0215
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Kualitas Pelayanan dan harga terhadap keputusan Pembelian di
swalayan 88 kota Padangsidempuan
Ketua Sekretaris

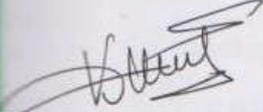

Dr. Ikhwannuddin, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

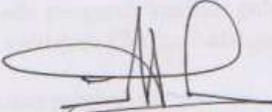

Nofinawati, MA
NIP:198211162011012 003

Anggota


Dr. Ikhwannuddin, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001


Nofinawati, MA
NIP:198211162011012003


Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP. 19651102 199103 1 001


Muhammad Isa, ST, MM
NIP. 1980 0605 201101 1003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Sabtu/ 10 November 2018
Pukul : 08.00 WIB s/d 10.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS/71,87 (B)
IPK : 2,95
Predikat : Baik



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN 88
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : ADE SAPUTRA SIMORANGKIR
NIM : 12 230 0215**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, November 2018
Dekan



Dr. Darwis Harahap, S.H.I.M.Si
NIP:19790818 200901 1015

ABSTRAK

Nama : Ade Saputra Simorangkir
NIM : 12 230 0215
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.**

Kurangnya kualitas pelayanan di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan dan harga yang terlalu mahal yang menyebabkan banyak keluhan konsumen sehingga kepuasan tidak terpenuhi. Rumusan masalah penelitian adalah apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 kota Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 kota padangsidempuan. Penelitian ini berguna untuk peneliti, swalayan 88, bagi peneliti selanjutnya dan bagi masyarakat kota Padangsidempuan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembeli.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, dengan jumlah sampel 86 sampel. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f), dan uji koefisien determinasi R^2 .

Hasil penelitian yang diolah dengan program *SPSS Versi 21.0*. diperoleh persamaan $KP = 6,998 + 0,405P + 0,454HR$ square sebesar 0,550 berarti kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh sebesar 55% terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 Kota Padangsidempuan, sedangkan sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian. Secara parsial (uji t) menyatakan bahwa, kualitas pelayanan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,542 > 1,29$) maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 kota Padangsidempuan. Untuk variabel harga di pengaruhi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,419 > 1,29$) maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 kota Padangsidempuan. Secara simultan (uji F) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,823 > 3,220$) artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 kota Padangsidempuan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan dan Harga, keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Syukur *Alhamdulillah* peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Kemudian shalawat dan salam hadiahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 kota Padangsidimpuan”**. Disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H.Ibrahim Siregar,MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan sertaBapak Dr. H Sumper Mulia Harahap, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr.. Darwis Harahap,S.H.I M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap,M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST.,MM selaku pembimbing I dan Hamni Fadlilah Nasution, M.Pdselaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA., Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selamaproses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Bapak Muchsin Lubis sebagai pemilik 88 Swalayan Kota beserta seluruh keluarga yang ada di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

7. Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, yang telah ikhlas memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti .
8. Teristimewa untuk keluarga tercinta Penghargaan dan terima kasih yang tidak ternilai kepada Ayahanda Hatoguan Simorangkir dan Ibunda Netti Herawati Lumban Tobing tercinta, yang telah banyak melimpahkan pengorbanannya yang tidak pernah mengenal lelah, selalu memberikan semangat, sabar dan selalu memberikan motivasi kepada peneliti, kasih sayangnya dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti.
9. Untuk sahabat peneliti khususnya Muhammad Syarif Siregar, Rudiansyah Harahap, Zul Wahidin, Raja Parlindungan, Faisal yang telah memberikan semangat dan membantu peneliti dalam suka maupun duka dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2012, teristimewa Ekonomi Syariah-3(Manajemen Bisnis-2)2012 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Dengan memohon rahmat dan ridho Allah semoga pihak-pihak yang peneliti sebutkan di atas selalu dalam lindungan dan petunjuk Allah SWT dan Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman

yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan, September 2018

Penulis

ADE SAPUTRA SIMORANGKIR

NIM. 12 230 0215

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonemkonsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translit erasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidakdilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Esdan ye
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
— ُ	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathahdanya	Ai	a dan i
.....و	fathahdanwau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathahdanalifatauya	ā	a dangarisatas
.....ى	Kasrahdanya	ī	i dangaris di

			bawah
و...	dommahdanwau	ū	u dangaris di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, translit erasinya adalah /t/.
- Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan translit erasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam translit erasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awalkapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalaupenulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Defenisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah.....	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori.....	14
1. Keputusan Pembelian	14
2. Kualitas Pelayanan	23
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	23
b. Indikator Kualitas Pelayanan	25
3. Harga	29
a. Pengertian Harga	29
b. Indikator Harga	31
4. Hubungan Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Konsumen.....	32
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Pikir.....	37

D. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
B. Jenis Penelitian	39
C. Populasi dan sampel	40
D. Instrumen Pengumpulan data	41
E. Sumber Data	43
F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
G. Teknik Analisa Data	45
1. Statistik Deskriptif	45
2. Asumsi Dasar	46
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Linearitas	48
3. Asumsi Klasik	49
a. Uji Multikoneritas	49
b. Uji Heterokedastisitas	49
c. Uji Autokorelasi	50
4. Analisis Regresi Linear Berganda	50
5. Uji Hipotesis	51
a. Koefisien Determinasi (R^2)	52
b. Uji Parsial (Uji T)	53
c. Uji Simultan (Uji F)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
A. Gambaran Umum Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.....	54
1. Sejarah Singkat Swalayan 88	54
2. Visi dan Misi	54
3. Struktur Organisasi	55
B. Karakteristik Responden Penelitian.....	56
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	56
2. Karakteristik Berdasarkan Usia	56
3. Karakteristik Responden Menurut pendidikan terakhir	57
4. Karakteristik Responden Menurut pekerjaan	58
5. Karakteristik Responden berdasarkan pendapatan	59
C. Hasil Analisis Data	60
1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan	60
2. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	61
3. Uji Validitas Harga	62
4. Uji Reliabilitas Harga	63
5. Uji Validitas Keputusan Pembelian	63

6. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	64
D. Teknik Analisis Data	66
1. Statistik Deskriptif	65
2. Uji Asumsi Dasar	66
a. Uji Normalitas	66
b. Uji Lineritas	66
3 Uji Asumsi Klasik	69
a. Uji Multikolinearitas	69
b. Uji Heteroskedastisitas	71
E. Analisis Regresi Linear Berganda	72
F. Uji Hipotesis	73
a) Koefisien Determinasi (R^2).....	74
b) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	75
c) Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F).....	76
G. Pembahasan Hasil Penelitian:	77
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	78
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian	80
H. Keterbatasan Penelitian	81
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

JADWAL PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Penjualan Swalayan 88 Tahun 2014 -2017	4
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	36
Tabel III. 1	Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Koesioner	42
Tabel III.2	Indikator Keputusan Pembelian	42
Tabel III.3	Indikator Pelayanan	42
Tabel III.4	Indikator Harga	42
Tabel III.5	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ..	51
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	58
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	59
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	60
Tabel IV.6	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	61
Tabel IV.7	Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	62
Tabel IV.8	Uji Validitas Harga	63
Tabel IV.9	Uji Reliabilitas Harga	64
Tabel IV. 10	Uji Validitas Keputusan Pembelian	65
Tabel IV.11	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	66
Tabel IV.12	Statistik Deskriptif	67
Tabel IV.13	Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	68
Tabel IV.14	Uji Linearitas Kualitas Pelayanan	69
Tabel IV.15	Uji Linearitas Harga	69
Tabel IV.16	Uji Multikolinearitas	70
Tabel IV.17	Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel IV.18	Hasil Analisis Regresi Berganda	73
Tabel IV.19	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
Tabel IV.20	Uji t	76
Tabel IV.21	Uji F	77

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1	Kerangka pikir.....	37
------------	---------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Stuktur Organisasi Swalayan 88 kota Padangsidempuan..... 56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Data Kuesioner
Lampiran 2	Hasil Angket Validitas
Lampiran 2	Hasil Uji Realibilitas
Lampiran 3	Hasil Uji Asumsi Dasar
Lampiran 4	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 6	Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 7	r Tabel
Lampiran 8	T Tabel Statistik
Lampiran 9	F Tabel Statistik
Lampiran 10	Tabel Harga Kritik dari r Product-momen

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Usaha bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya. Ritel adalah usaha yang menjual produk/dagangan kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang menggunakan sistem swalayan (konsumen mengambil barang/produk itu sendiri). Ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

Persaingan dalam bisnis eceran atau *ritel* yang sekarang ini semakin ketat memaksa para pengusaha bisnis eceran atau *ritel* saling bersaing untuk berusaha menarik perhatian konsumen. Berbagai macam kegiatan dilakukan, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kenyamanan suasana dalam berbelanja, atau melakukan potongan harga.

Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, ritel, pariwisata dan perusahaan jasa profesional lainnya. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan perumahan juga makin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang

timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan.¹

Salah satu bentuk perusahaan yang banyak berkembang pada saat ini adalah swalayan. Swalayan hanya memiliki satu atau dua mesin register atau sering disebut juga mesin kasir. Selain hal tersebut, swalayan juga hanya menjual produk-produk kebutuhan dasar rumah tangga (*basic necessities*) yang telah dipilih terlebih dahulu. Swalayan yang saat ini sedang berkembang dan mendapat respon baik oleh masyarakat.

Supermarket atau pasar swalayan adalah sebuah toko yang menjual segala kebutuhan sehari-hari. Kata yang secara harfiah yang diambil dari bahasa Inggris ini artinya adalah pasar yang besar. Barang barang yang dijual di supermarket biasanya adalah barang barang kebutuhan sehari hari. Seperti bahan makanan, minuman, dan barang kebutuhan seperti tissue dan lain sebagainya.

Selain *supermarket* dikenal pula *minimarket*, *midimarket*, dan *hypermarket*. Perbedaan istilah *minimarket*, *supermarket* dan *hypermarket* adalah di format, ukuran dan fasilitas yang diberikan. Contohnya:

1. Minimarket berukuran kecil (100m^2 s/d 999m^2)
2. Supermarket berukuran sedang (1.000m^2 s/d 4.999m^2)
3. Hypermarket berukuran besar (4.650m^2 s/d 18.600m^2)
4. Grosir berukuran besar (5.000m^2 ke atas)

¹Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu (TotalService Management)* (Bogor: Ghalia Indonesia. 2004), hlm.1

Usaha ini tumbuh pesat di berbagai pelosok daerah. Tingginya persaingan diantara swalayan tentunya mengharuskan masing-masing swalayan menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar mampu memenangkan persaingan. Hal tersebut menimbulkan persaingan antara swalayan, swalayan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada pelanggan.

Swalayan semakin banyak berdiri di berbagai tempat, baik di kota besar maupun di kota kecil, termasuk di Kota Padangsidempuan. Terdapat beberapa swalayan, yaitu Alfa mini, Indomaret, Rahmad Syariah, Rahmad Swalayan. Peneliti memilih Swalayan 88 sebagai objek penelitian dikarenakan menurut peneliti, Swalayan 88 selalu ramai dikunjungi pembeli juga sebagai tempat berbelanja yang ingin memperbaiki diri untuk menjadi tempat belanja yang lebih baik dengan swalayan yang lainnya yang ada di Kota Padangsidempuan.

Salah satu swalayan yang ada di Kota Padangsidempuan adalah swalayan 88. Swalayan ini pertama kali ada di Kota Padangsidempuan bila dibandingkan dengan keberadaan swalayan yang baru muncul beberapa tahun ini. Swalayan ini terletak di tengah Kota Padangsidempuan yang tempatnya strategis dan mudah dijangkau pembeli, sehingga tidak heran swalayan ini ramai dikunjungi oleh pembeli.

Persaingan yang terjadi di sektor jasa sangat tajam. Untuk itu, swalayan mulai berlomba-lomba mempunyai differentiation khusus dalam kualitas pelayanan. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi,

sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Persaingan yang terjadi berdampak terhadap omset penjualan swalayan 88 Kota Padangsidimpuan. Besarnya omset penjualan swalayan 88 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel I.1
Data PenjualanSwalayan 88
Tahun 2014-2017

Tahun	Penjualan (Rp)
2014	217.945.635
2015	305.724.988
2016	286.646.075
2017	231.026.548

Sumber : Laporan Keuangan Swalayan 88

Omset penjualan swalayan 88 tahun 2014 sebesar Rp 217.945.635 dan mengalami peningkatan di Tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar Rp 305.724.988 atau kenaikan 28,71 %. Tahun 2016 omset penjualan mengalami penurunan sebesar Rp 286.646.075 atau penurunan omset sebesar 6,24 % dan tahun 2017 juga mengalami penurunan omset penjualan sebesar Rp 231.026.548 atau penurunan omset sebesar 19,40 %.

Penurunan omset penjualan swalayan 88 karena berkurangnya keputusan pembelian dari masyarakat. Jika hal ini dibiarkan akan berakibat kemunduran usaha swalayan 88.

Keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang berhubungan dengan rangsangan pemasaran adalah produk (merek, rasa, kemasan, kualitas), promosi (periklanan, *personal selling*, publisitas dan promosi penjualan), distribusi (aksesibilitas), serta pelayanan dan harga.²

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Selain faktor kualitas pelayanan, harga merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.³

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan pelanggan yang tinggi, sebuah perusahaan harus mampu menemukan layanan yang mampu diterima atau dirasakan oleh pelanggan sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Jadi, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin tingginya kualitas pelayanan yang berakibat tingginya kepuasan pelanggan akan berdampak juga

²Helga Drummond, *Pengertian Keputusan Pembelian*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm.68

³Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 2*. (Yogyakarta:C.V.Andi. 2007), hlm.58

bagi minat beli konsumen. Jika kita ingin mempengaruhi seseorang, maka cara yang terbaik adalah mempelajari apa yang dipikirkannya, dengan demikian akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi tentang orang itu tentu lebih bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya.

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Lupiyoadi menyatakan bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk serta keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.⁴

Harga yang sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku pada harga yang rendah. Harga yang ditawarkan oleh swalayan 88 sangat beragam sesuai dengan model dan kualitas dari bahan yang digunakan namun dalam arti wajar. swalayan 88 menawarkan produk dari harga yang murah sampai harga yang mahal, semua ditawarkan dengan kualitas produk yang baik.

Namun harga yang ditetapkan atau ditawarkan oleh swalayan 88 dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Dapat dikatakan harga yang ditawarkan oleh swalayan 88 jauh lebih murah dibandingkan dengan swalayan yang ada, apalagi swalayan 88 juga melayani pembelian secara grosir dimana harga yang didapat juga akan lebih murah. Dengan kata lain, swalayan 88

⁴Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 61.

menyediakan variasi produk dengan variasi harga juga. Namun pada dasarnya, konsumen akan membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat dan kualitas dari produk tersebut. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk–produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi, atau inovatif.⁵

Produk dari swalayan 88 tidak kalah baik dengan swalayan yang ada. Karena swalayan 88 selalu mengutamakan harga dari setiap produknya demi kepuasan para pelanggan. swalayan 88 sangat menjaga kualitas produknya pada setiap produk yang ditawarkan yaitu seperti minyak wangi, susu dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Karena dengan menjaga kualitas produk tersebut maka pelanggan tidak akan beralih ke swalayan lain dan tetap menggunakan produk dari swalayan 88. Tidak heran jika konsumen merasa puas dengan harga maupun kualitas produk yang ditawarkan oleh swalayan 88.

Menurut pengamatan peneliti bahwa di Swalayan 88 memiliki kisaran harga yang bermacam-macam pada setiap produknya dan mempunyai kualitas yang bagus. Dari harga yang murah sampai dengan harga yang mahal semua ada di swalayan 88 dan juga tergantung kebutuhan konsumen.

⁵Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke-12, alih bahasa Benyamin Molan*, (Jakarta: Indeks, 2007), hlm.18.

Harga yang ditawarkan oleh swalayan 88 sangat baik, dapat dijangkau dan sesuai kemampuan daya beli oleh semua kalangan masyarakat serta dapat memuaskan kebutuhan konsumen, maka keputusan konsumen untuk berbelanja di swalayan 88 akan lebih besar. Konsumen memiliki tingkat kesetiaan yang sangat beragam pada merek, toko dan perusahaan tertentu. Karena sebelum konsumen memutuskan untuk berbelanja, konsumen terlebih dahulu membuat keputusan diantaranya adalah proses merasakan dan mengevaluasi informasi merek produk, mempertimbangkan bagaimana alternatif mereka dapat kebutuhan konsumen dan pada akhirnya memutuskan merek apa yang akan dibeli.⁶

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang keputusan pembelian di swalayan 88 Kota Padangsidempuan. Adapun judul penelitian ini adalah "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di bahas di atas, maka identifikasi masalahnya adalah :

1. Semakin meningkatnya persaingan swalayan dalam menarik pembeli
2. Omset Penjualan swalayan 88 Kota Padangsidempuan mengalami penurunan.

⁶Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel: Teori, Praktik dan Kasus Ritel* (Jakarta: CAPS, 2015), hlm. 75.

3. Keputusan pembelian di swalayan 88 Kota Padangsidempuan mengalami penurunan.
4. Pembeli yang berbelanja mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh swalayan 88 Kota Padangsidempuan.
5. Kualitas Pelayanan menjadi pertimbangan pembeli yang berbelanja di swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti melalui yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut.⁷ Operasional variabel dalam penelitian merupakan bentuk operasional dari variabel-variabel yang digunakan, biasanya terdiri dari defenisi konseptual, indikator yang digunakan, alat ukur yang digunakan dan penilaian alat ukur.⁸

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap penelitian yang lain, maka akan ditentukan variabel penelitian dari judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan

⁷Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2006), hlm. 2.

⁸Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.23

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan”

sebagai berikut :

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. ⁹	1. Cepat dalam Memutuskan. 2. Pembelian sendiri. 3. Bertindak Karena Keunggulan produk 4. Keyakinan atas Pembelian	Ordinal
2.	Harga (X2)	Jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. ¹⁰	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	Ordinal
3.	Kualitas Pelayanan (X1)	Ukuran relatif kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk/jasa, yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. ¹¹	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Emphaty</i>	Ordinal

⁹Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. *Op.Cit.*, hlm.59

¹⁰Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 105.

¹¹*Ibid.*, hlm 59

E. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan?
2. Apakah ada pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan?
3. Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan
3. Untuk mengetahui adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi terhadap kalangan akademis yang akan melakukan penelitian ini, serta menambah pengalaman,

wawasan dan mengaplikasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama study di IAIN Padangsidimpuan

2. Bagi Swalayan 88

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi swalayan 88, agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan membuat harga lebih murah sehingga konsumen lebih banyak berbelanja.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian serta bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

4. Bagi Masyarakat Kota Padangsidimpuan

Sebagai bahan masukan bagi masyarakat untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga dalam keputusan pembelian di swalayan 88 dan membandingkannya dengan swalayan lain..

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan penelitian ini dibuat sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab sebagai berikut :

Bab I, Bab ini berisi tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah , rumusan masalah,tujuan masalah,defenisi operasional variabel, kegunaan penelitian.

Bab II, Dalam bab ini akan di uraikan tentang, landasan teori, penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, kerangka piker, dan hipotesis.

Bab III, Dalam bab ini menjelaskan tentang metode penelitian berisi tentang lokasi dan waktu penelitian. Di jabarkan pula tentang jenis penelitian, populasi dan sampel dan sumber data yang didapatkan, serta instrument pengumpulan data dari responden. Selanjutnya akan di bahas tehnik analisis data yang di gunakan untuk mengolah data yang sudah di kumpulkan dari objek penelitian.

Bab IV, Dalam bab ini menjelaskan tentang sejarah atau gambaran umum Swalayan 88 Kota Padangsidempuan, serta hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian

Bab V, Bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan, disertai dengan saran saran kemudian di lengkapi dengan lampiran-lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Pembelian

Keputusan yang dibuat konsumen terhadap suatu produk atau jasa adalah suatu proses penilaian dan penerimaan dari informasi merek, pertimbangan bagaimana merek-merek yang lain dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan pada akhirnya memutuskan merek yang dipilih. Keinginan untuk membeli pada konsumen akan timbul ketika mereka merasa tertarik, ingin menggunakan, dan memiliki produk yang dilihatnya. Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler & Armstrong dalam Zoeldhan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.¹

Keputusan pembelian yaitu keputusan konsumen mengenai apa yang akan dibeli, apakah jadi membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, bagaimana cara membayarnya dan lain-lain. Termasuk di dalamnya pemilihan tempat yang dijadikan tempat untuk membeli. Pengambilan keputusan konsumen berbeda-beda, tergantung pada jenis keputusan pembelian. Pemasar hendaknya mengarah pada berbagai faktor yang memengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman atas bagaimana

¹Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid kesatu. Edisi keduabelas. Alih Bahasa: Bob Sabran. (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.11

konsumen sebenarnya membuat keputusan membeli. Pemasar harus dapat mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan membeli, tipe keputusan membeli yang terkait dalam tahap-tahap pembelian.²

Pengambilan keputusan merupakan proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluatif. Situasi dimana keputusan diambil, mendeterminasi sifat eksak dari proses yang bersangkutan. Proses tersebut mungkin memerlukan waktu berbulan-bulan lamanya, dengan suatu seri keputusan-keputusan yang dapat diidentifikasi, yang dibuat pada berbagai tahapan proses pengambilan keputusan yang berlangsung.

Menurut Kotler dan Garry, keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan oleh produsen.³

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Dengan adanya berbagai pilihan yang ditawarkan konsumen dapat mengambil keputusan yang terbaik dari yang ditawarkan.

² Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran* (Kudus: STAIN Kudus, 2008). hlm. 74-75.

³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prehalindo, 2001), hlm. 165.

Diantara niat pembelian dan keputusan membeli yang dilakukan oleh konsumen, dipengaruhi oleh banyak hal berupa stimulus yang datang dari informasi mengenai produk, harga, lokasi dan promosi yang berpengaruh menyangkut masalah ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya dan sebagainya.

a. Proses Pengambilan Keputusan

Untuk mencapai keputusan pembelian konsumen melalui tahapan-tahapan, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian yang terdiri dari atas lima tahap, yaitu:⁴

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai waktu pembeli mengenal masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan yang diidamkannya. Beragam dan banyaknya perbedaan antara masalah atau kebutuhan setiap konsumen menuntut pemasar agar dapat melakukan penilaian dan identifikasi pada saat tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen sehingga dapat mengetahui apa dan bagaimana masalah atau kebutuhan konsumen dan kapan konsumen membutuhkan solusi atas permasalahan dan kebutuhannya.

⁴ *Ibid*, hlm.166

2) Pencarian Informasi

Tahap pertama ketika konsumen mengetahui dan menyadari masalah atau kebutuhannya maka konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai solusi atas permasalahan atau kebutuhan tersebut. Melakukan pencarian informasi dilakukan konsumen untuk mengetahui dengan lebih jelas solusi terbaik atas masalah atau kebutuhannya tersebut. Sumber utama konsumen ketika melakukan pencarian informasi dibagi menjadi empat kelompok, yaitu :

- a) Sumber Pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- b) Sumber Komersil: iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pameran.
- c) Sumber Publik : media massa, lembaga konsumen.
- d) Sumber Pengalaman : penanganan, pengamatan dan penggunaan produk.

Secara relatif pengaruh sumber informasi ini bervariasi menurut kategori produk dan ciri ciri pembeli. Biasanya, konsumen menerima banyak informasi tentang produk dari sumber-sumber komersial, yakni sumber - sumber yang paling efektif adalah sumber pribadi. Setiap sumber mungkin memiliki pengaruh yang berlainan terhadap keputusan pembelian. Sumber informasi komersial biasanya memberi penjelasan, sedangkan sumber informasi pribadi menarik kesimpulan sebuah informasi tentang produk atau jasa dari pengalaman selama produk atau jasa.

3) Evaluasi Alternatif

Setelah selesai dengan melakukan pencarian informasi konsumen memiliki berbagai pilihan dan alternatif sebagai solusi dari masalah atau kebutuhannya. Berbagai sumber informasi dan referensi dijadikan bahan penilaian konsumen untuk mengambil keputusan dari alternatif-alternatif yang ada. Kotler merumuskan beberapa konsep dasar yang membantu untuk memahami proses evaluasi:

- a) Konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
- b) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
- c) Konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk mengantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

4) Keputusan Pembelian

Tahap evaluasi membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang dalam peringkat pilihannya. Konsumen akan menciptakan hasrat pembelian, umumnya para konsumen akan membeli barang-barang yang paling disukai. Namun demikian, dua faktor bisa timbul diantara pembelian dan keputusan pembelian:

- a) Faktor pertama adalah sikap orang lain.

Sejauh mana sikap orang lain akan mengubah alternatif pilihan seseorang tergantung pada dua hal: 1) intensitas sikap negatif orang lain terhadap pilihan konsumen, dan 2) motivasi konsumen untuk memenuhi harapan-harapan

orang lain. semakin negatif atau semakin positif sikap orang lain itu dengan konsumen, konsumen akan semakin menyesuaikan hasrat pembeliannya terhadap sikap orang lain, baik menurun atau meningkat.

b) Faktor kedua adalah situasi yang tak tersangka-sangka.

Konsumen menciptakan hasrat pembelian berdasarkan pada faktor-faktor seperti pendapatan keluarga, harga dan manfaat produk sesuai harapannya.

Namun, faktor situasi yang diharapkan bisa merubah hasrat pembelian.

5) Tingkah Laku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Disamping itu juga akan melakukan beberapa kegiatan setelah membeli produk yang dapat menarik pemasar. Tugas pemasar tidak cukup sampai disini tetapi akan terus berlangsung hingga periode waktu pasca pembelian. Artinya, jika produk memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas, jika produk melebihi dari apa yang diharapkan maka konsumen merasa sangat puas, dan jika produk berada dibawah yang diharapkan maka konsumen akan merasa tidak puas.

Karenanya bagi pemasar tidak bisa cepat puas ketika konsumen telah melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, tetapi yang lebih penting bagaimana mengamati perilaku pasca pembelian konsumen yaitu kepuasan pembelian.

Menurut Schiffman terdapat beberapa indikator dalam proses keputusan pembelian:

- a) Cepat dalam memutuskan, yaitu indikator keputusan pembelian yang melihat apakah konsumen cepat dalam memutuskan keputusan pembelian produk.
- b) Pembelian sendiri, yaitu melihat apakah keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan keinginan dari dirinya sendiri.
- c) Bertindak karena keunggulan Produk, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan adalah karena melihat dari keunggulan yang dimiliki produk tersebut
- d) Keyakinan atas pembelian, keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen secara yakin tanpa banyak keraguan.⁵

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan dalam upaya menyelesaikan masalah yang terdiri dari tahapan-tahapan berikut: pencarian informasi, penilaian beberapa alternatif, merumuskan keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.⁶

Sedangkan pengertian dari pengambilan keputusan didefinisikan sebagai suatu respon terhadap suatu masalah, dimana masalah merupakan kesenjangan antara keadaan yang terjadi dengan keadaan yang diinginkan.⁷

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam Islam

⁵ Schiffman, *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. Cetakan keempat. (Jakarta:PT Indeks, 2009), hlm.14

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op.Cit*, hlm.33

⁷ *Ibid*, hlm.34

lebih ditekankan pada sikap adil hal ini disandarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Sebagaimana tertuang dalam surat Ali-Imran ayat 159 berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
 أَلْقَبُ لَأَنفَضُوا^ط مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
 وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”⁸

Ayat diatas menjelaskan ketika itu ada sebagian sahabat yang melanggar perintah nabi, akibat pelanggaran itu akhirnya menyuruh kaum muslimin ke dalam kegagalan sehingga kaum musyirikin dapat mengalahkan mereka (kaum muslimin) dan umat islam kehilangan 7 pukuh sahabat terbaik antaranya Hamzah, Mush'ah dan Sa 'ad ar Rabi' . Namun Rasulullah tetap di

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang: Diponegoro, 2001), hlm. 37.

serukan untuk bersabar, tahan uji dan bersikap lemah lembut, tidak mencela kesalahan para sahabatnya dan tetap bermusyawarah dengan mereka⁹.

Selain itu, di dalam Al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن
تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ
نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”¹⁰

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Wahai orang yang beriman jika orang yang melanggar syariat Allah datang kepada kalian dengan membawa suatu berita, maka teliti dan periksalah terlebih kebenaran berita itu. Hal itu supaya kalian tidak menimpakan

⁹ M.Quraish Sihab, *Tafsir Al mishbah :Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an* (Jakarta:Lentara Hati,2002), hlm. 800.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 147.

musibah kepada suatu kaum tanpa kalian mengetahui keadaan mereka sehingga apa yang telah kalian lakukan terhadap mereka seolah nyata bahwa mereka tidak melakukannya menjadikan kalian selalu menyesal atas kejadian itu, dan berharap kejadian itu tidak kalian lakukan.¹¹

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Stanton, pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain.¹²

Sedangkan menurut Kotler, definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹³ Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Menurut Lovelock dalam Tjiptono, mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa

¹¹M. Quraish Shihab, *Op.cit.*, hlm 950.

¹² William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 7* (Jakarta: Erlangga, 1998), hlm.220.

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2001) hlm.83.

dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.¹⁴ Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan/konsumen.¹⁵ Deming dalam Tjiptono mendefinisikan kualitas menurut konteks, persepsi customer dan kebutuhan serta kemauan customer, yaitu :¹⁶

- 1) Kualitas bergantung pada apa yang dikehendaki dan dibutuhkan oleh customer.
- 2) Kualitas adalah penilaian subyektif customer. Penilaian ini ditentukan oleh persepsi customer dalam melihat serta merasakan apa yang sudah didapat terhadap produk atau jasa. Jadi yang penting adalah bagaimana produk atau jasa dipersepsikan oleh customer dan kapan persepsi customer berubah.
- 3) Kualitas tidak dapat didefinisikan apabila tidak dikaitkan dengan suatu konteks tertentu. Kualitas adalah suatu karakteristik atau atribut daripada sesuatu. Jadi untuk mendefinisikan kualitas terlebih dahulu harus menentukan sesuatu.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Op.Cit*, hlm.58.

¹⁵ *Ibid.*, hlm.59.

¹⁶ *Ibid.*, hlm.7.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan memainkan peranan yang sangat penting karena merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan pemasaran. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima.

Dalam bisnis jasa kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Menurut Freddy Rangkuti, terdapat 10 dimensi kualitas layanan antara lain:¹⁷

- 1) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong customer dan ketersediaan untuk melayani customer dengan baik.
- 3) *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi.
- 4) *Competence* (kemampuan), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik kepada nasabah.
- 5) *Access* (mudah diperoleh), yaitu kemudahan untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan.
- 6) *Courtesy* (keramahan), yaitu sopan santun penyedia jasa dalam menghadapi customer.

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.221-222.

- 7) *Credibility* (dapat dipercaya), yaitu layanan yang diberikan benar-benar dapat dipercaya customer.
- 8) *Security* (keamanan), yaitu jaminan keamanan bagi customer.
- 9) *Understanding* (memahami customer), yaitu terjadinya saling pengertian antara nasabah dan penyedia jasa.
- 10) *Communication* (komunikasi), yaitu kemampuan dan berkomunikasi secara lancar, benar, dan meyakinkan.

Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman,¹⁸ untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 indikator, yaitu:

1) *Tangibles*

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Jadi yang dimaksud dengan dimensi *tangibles* adalah suatu lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari dimensi *tangibles* meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan *front-office*, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Op.Cit*, hlm.273.

2) *Reliability*

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Keandalan adalah suatu ukuran hasil karena pelanggan (*customer*) menilainya setelah mengalami jasa tersebut.¹⁹ Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3) *Responsiveness*

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera.

Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan

¹⁹ Christopher H. Lovelock & Lauren K. Wright, *Services Marketing Management*, (Agus Widyantoro, *Manajemen Pemasaran Jasa*), (Jakarta: Indeks, 2005), hlm.99.

dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4) *Assurance*

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen.

Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5) *Emphaty*

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada

konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Pada masa sekarang, dengan daya beli mayoritas konsumen yang semakin rendah, penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena konsumen semakin kritis dan selektif untuk membelanjakan uang. Harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan laba, sedangkan unsur lainnya menunjukkan biaya. Menurut Kotler dan Armstrong, Harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa.²⁰

Definisi harga menurut Alma “ harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Menurut Nirwana “harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen”.

Dalam konteks pemasaran jasa, secara sederhana istilah harga menurut Tjiptono: Sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang

²⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 430.

diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utulitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan dan keinginan tertentu.²¹

Harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini seperti yang dikemukakan oleh William J. Stanton terjemahan Y.Yamanto bahwa “harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.dan harga adalah nilai yang di sebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter sebagai alat ukur.²²

E. Jerome MC. Carthy terjemahan Gunawan H, bahwa harga adalah “Apa yang dibebankan untuk sesuatu. Setiap transaksi dagang dapat dianggap sebagai pertukaran uang, uang adalah harga untuk sesuatu.²³

Berdasarkan definisi tersebut maka harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam–macam barang dan / atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

b. Indikator Harga

Menurut Stanton, ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu.²⁴

²¹ Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. *Op.Cit.*, hlm.55

²² Fajar Laksana, *Op.cit*, hlm.105

²³ *Ibid.*,hlm.105.

²⁴ William J. Stanton, *Op.Cit* 7, hlm.308.

- 1) Keterjangkauan harga yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
- 2) Daya saing harga yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternatif produk yang tersedia sehingga dapat memutuskan untuk mengalokasikan dana pada produk yang dikehendaki.
- 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Dalam hal ini konsumen memiliki persepsi bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.²⁵

²⁵ D.Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm.160.

4. Hubungan Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Konsumen

Untuk Berbelanja Perilaku konsumen merupakan tindakan–tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan–tindakan tersebut. Konsumen memiliki rasa tertarik untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor penunjang terhadap produk itu sendiri yaitu kualitas produk tersebut, model atau variasi produk yang ditawarkan selalu baru, banyaknya pilihan variasi produk, kenyamanan produknya, harga yang menjangkau konsumen, kegiatan promosi yang efektif dan efisien, serta faktor aktifikasi variasi produk yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut.

Harga merupakan salah satu penentu konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Fandy Tjiptono dalam buku Strategi Pemasaran mengatakan bahwa dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga.²⁶

Harga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk, pemasaran biasanya memodifikasi harga

²⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi IV (Jakarta: Andi, 2015), hlm.32

mereka.²⁷Fandy Tjiptono juga mengatakan bahwa harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.²⁸

Peranan alokasi dari harga yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya beli. Sedangkan peranan informasi dari harga yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor–faktor produk seperti kualitas. Sementara itu Lupiyoadi dalam bukunya menyatakan bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk serta keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.²⁹

Menurut Lupiyoadi, konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari sudut pandang yang digunakan untuk menentukan ciri–ciri dan spesifikasinya. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang saling berhubungan satu sama lain yaitu persepsi konsumen, produk atau jasa dan proses. Konsumen akan merasa puas bila para karyawan selalu ramah kepada konsumennya, sehingga pembeli akan suka dan berkeinginan kembali membeli di swalayan tersebut.³⁰

²⁷ Fandy Tjiptono, *Op.Cit*, hlm.151.

²⁸ *Ibid.*, hlm.152.

²⁹ R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2011), hlm.21

³⁰ *Ibid*, hlm.25

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Kotler dan Gary Armstrong dalam buku prinsip-prinsip pemasaran berpendapat bahwa harga mengatakan sesuatu produk. Banyak konsumen menggunakan harga untuk menilai kualitas. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas.³¹

Harga akan menjadi faktor pendukungnya, karena setiap perusahaan pastinya akan bersaing dalam harga guna mendapatkan produk di pasar. Harga akan selalu dikaitkan dengan kualitas pelayanan, apabila harga ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas maka akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Kualitas pelayanan yang kuat dan sesuai dengan harapan konsumen dapat menarik konsumen untuk menggunakannya sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian. Semakin positif kualitas pelayanan yang dibangun oleh perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap calon pembeli dalam memilih produk perusahaan atau toko tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam

³¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 2*, alih Bahasa Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 12.

mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian ini. Namun peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Penelitian	Hasil / Kesimpulan
Rusdy Abu Bakar 2015	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jamu di Banda aceh	Variabel produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian
Okky Wenkyca Widodo (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada 123 Design and Photography di Semarang)	Kualitas produk, kualitas layanan dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
Ika Putri Iswayanti (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan soto Angkring Mas Boed di Semarang)	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat berpengaruh Positif pada keputusan pembelian
Ratna Wijayanti (2008)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Pembersih Wajah Ovale	Kualitas produk , Harga Kompetitif dan Promosi berpengaruh positif pada keputusan pembelian

Penelitian yang dilakukan oleh Rusdy Abu Bakar adalah terletak pada variabel X yang cuma satu yang membahas mengenai Bauran pemasaran, sedangkan dalam penelitian ini variabel X nya dua yaitu kualitas pelayanan dan

harga, sedangkan dalam variabel Y nya sama-sama membahas keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Okky variabel X nya ada tiga yaitu: Kualitas produk, kualitas layanan dan promosi sedangkan dalam penelitian ini hanya dua yaitu kualitas pelayanan dan harga sementara variabel Y nya sama-sama membahas keputusan pembelian.

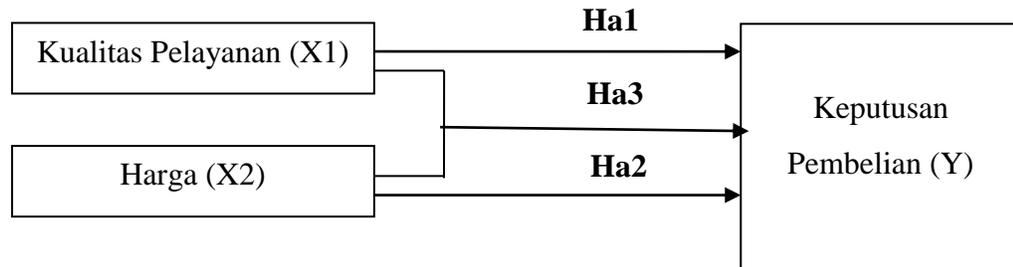
Penelitian Ika Putri juga mempunyai 4 variabel yaitu kualitas produk, kualitas layanan, harga dan tempat sedangkan variabel Y nya sama-sama membahas masalah Keputusan pembelian, Penelitian yang dilakukan Ratna Wijayanti mengkaji tentang faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap pembersih wajah ovale. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, waktu penelitian serta metode pengumpulan datanya.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi dan alternative dan serangkaian masalah yang ditetapkan.³² Berdasarkan apa yang telah diuraikan sebelumnya, maka akan di uji apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan dapat digambarkan dalam kerangka pikir sebagai berikut

³² Abdul Hamid, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.26

Gambar II.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.³³

Berdasarkan kerangka pikir dan permasalahan tersebut diatas hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- H_{a1} : Ada pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.
- H_{01} : Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan
- H_{a2} : Ada pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.
- H_{02} : Tidak ada pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di

³³ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2005), hlm.58

Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

H_{a3} : Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

H_{03} : Tidak ada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan yang beralamat di Jalan Imam Bonjol Kel. Aek Tampang Padangsidempuan. Tugas umum Swalayan 88 adalah menyediakan barang kebutuhan sehari-hari baik alat perlengkapan kantor, makanan, minuman dan susu. Proses penelitian ini dilaksanakan peneliti mulai Juli 2017 sampai dengan September 2018.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Dimana variabel X_1 dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan untuk variabel X_2 adalah harga, sedangkan untuk variabel Y adalah keputusan pembelian. Dengan demikian, penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai penelitian ilmiah yang sistematis dan terhadap bagian dari fenomena serta hubungan-hubungannya.¹

¹S.Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*(Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004),hlm. 105.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan keseluruhan dari obyek yang dapat berupa manusia, obyek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber penelitian.² Dalam penelitian ini populasi yang diambil merupakan seluruh konsumen/pelanggan yang datang ke swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.³ Dalam menentukan ukuran sampelnya maka peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut:⁴

$$n = \frac{N}{1 + n e^2}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian/batas kesalahan.

$$n = \frac{612}{1 + 612(0.1)^2}$$

² Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm.118.

³ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktik Memahami Penelitian* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), hlm.119.

⁴ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.150.

$$n = \frac{612}{7,12}$$

n = 85,95 dibulatkan menjadi 86

Berdasarkan perhitungan di atas bahwa sampel sebanyak 85,95 dibulatkan menjadi 86 responden dari 612 populasi. Sampel inilah yang akan diambil dari pelanggan swalayan 88 kota padangsidempuan .

Tehnik pengambilan sampel yang digunakan ialah Purposive Sampling. *Purposive Sampling* adalah tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁵ Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 86 orang.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrument pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan. Agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁶ Instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah menggunakan angket dan wawancara. Angket atau Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui untuk dijawab.⁷ Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert* merupakan skala yang

⁵ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm.155.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), hlm.101.

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), hlm.194.

populer di kalangan peneliti, karena penerapannya mudah dan sederhana dalam penafsiran, dan secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian yaitu:

Tabel 3.1
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Koesioner

Kategori Jawaban	Skor	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang setuju (KS)	3	3
Tidak setuju (TS)	2	4
Sangat tidak setuju (STS)	1	5

Tabel 3.2
Indikator Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Nomor Soal	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Keputusan Pembelian (Y)	1. Cepat dalam Memutuskan.	1,2	
	2. Pembelian sendiri.	3,4	
	3. Bertindak Karena keunggulan produk	5,6	7
	4. Keyakinan atas pembelian	8,9	10

Tabel 3.3
Kualitas Pelayanan (X₁)

Variabel	Indikator	Nomor Soal	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1. <i>Tangibles</i>	1,2	3
	2. <i>Reliability</i>	4,5	
	3. <i>Responsiveness</i>	6,7	
	4. <i>Assurance</i>	8,9	10
	5. <i>Emphaty</i>	11	12

Tabel 3.4
Indikator Harga (X₂)

Variabel	Indikator	Nomor Soal	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Harga (X ₂)	1. Keterjangkauan harga.	1,2 3	4
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	5,6 7	
	3. Daya saing harga.		8
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat.		

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan menanyakan langsung hal-hal yang berkaitan dengan informasi yang berguna dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan pada Swalayan 88 Kota Padangsidimpuan. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan informasi awal dalam penelitian hingga penelitian ini selesai.

E. Sumber data Penelitian

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Karena data primer dikumpulkan oleh peneliti, maka diperlukan sumber daya yang cukup memadai, seperti biaya, waktu, tenaga, dan sebagainya.⁸ Salah satu data primer yaitu angket, yang mana angket ini akan menjadi, bahan bagi peneliti

⁸ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran: Disertai dengan Contoh Hasil Penelitian* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm.153-154.

dalam dalam mengumpulkan informasi dan responden. Skala pengukuran angket yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *skala likert* yang mana mencakup tentang Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain.⁹ Data Sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat seperti sejarah dari Swalayan 88 Padangsidempuan, serta data yang diambil dari jumlah keseluruhan konsumen/pelanggan yang datang setiap hari berbelanja Padangsidempuan.

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur dari apa yang diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu.¹⁰

⁹ Mudrajad Kuncoro, *Op.Cit*, hlm.148.

¹⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan data Terparaktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm.51.

Adapun tehnik korelasi yang biasa dipakai adalah tehnik korelasi *product moment* atau menggunakan SPSS 22 untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan/pernyataan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrument pertanyaan/pernyataan.¹¹ Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu :

- a. Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.¹²

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan koesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala likert adalah *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan program SPSS22, dalam pengujian reliabilitas digunakan dengan metode *cronbach's alpha* yang dimana satu kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* $> 0,600$.¹³

¹¹ Juliansyah Noor, *Op.Cit*, hlm.132.

¹² Duwi Prayitno, *Op.Cit*, hlm.55.

¹³ *Ibid*, hlm.54.

G. Teknik Analisa Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹⁴ Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti mean, max, min, dan lain sebagainya,¹⁵ mean (rata-rata) merupakan alat pengukuran rata-rata yang paling populer untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data.¹⁶ Keuntungan dari menghitung mean (rata-rata) adalah angka tersebut dapat digunakan sebagai gambaran atau wakil dari data yang diamati. Sedangkan maximum ialah nilai tertinggi dan minimum adalah nilai terendah.

2. Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dimasukkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan Uji

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.147.

¹⁵ Duwi Prayitno, *Op.Cit*, hlm.30.

¹⁶ Singgih Santoso, *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm.99.

Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusan dari Uji Normalitas yang menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,10$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,10$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal¹⁷

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity*. Pada taraf signifikansi 0,10. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,10.

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,10$, maka kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,10$, maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan yang linear.¹⁸

¹⁷ Juliansyah Noor, *Op.Cit*, hlm.78.

¹⁸ *Ibid.*, hlm.79

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik. Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien dari satu persamaan regresi linear berganda dengan metode kuadrat terkecil. Perlu dilakukan pengujian dengan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi :¹⁹

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria pengambilan keputusan dalam multikolinearitas, adalah; Apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.²⁰

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu variabel ke variabel yang lain, artinya setiap variabel mempunyai reliabilitas yang

¹⁹ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op.Cit*, hlm.176-179

²⁰ *Ibid*, hlm.103.

berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan Uji Koefisien Korelasi Spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Kriteria pengambilan keputusan heteroskedastisitas ialah sebagai berikut :

- 1) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai signifikansi $< 0,10$, maka dapat dikatakan bahwa terjadi problem heteroskedastisitas.
- 2) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai signifikansi $> 0,10$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.²¹

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada variabel satu dengan kesalahan pada variabel lain. Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Uji autokorelasi hanya dilakukan untuk data *time series* (runtun waktu) yang kemungkinan adanya autokorelasi antara nilai-nilai variabel yang berurutan lebih besar daripada penelitian yang menggunakan data

²¹ *Ibid.*, hlm.104

cross section (seksi silang).²² Serta tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti angket dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara bersama-sama. Jadi peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda mempunyai langkah yang hamper sama dengan analisis regresi linear sederhana. Yang menjadi pembeda antara kedua terletak pada variabel yang dimiliki peneliti. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji validitas, ralibilitas, dan uji asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Bentuk persamaan regresi linear berganda ini adalah :²³

$$Y=a+b_1X_1+ b_2X_2+e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan
- b = Koefisien
- a = Konstanta
- X₁ = Kualitas Pelayanan
- X₂ = Harga
- e = error (tingkat kesalahan)

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah $KP=a+b_1 P+b_2H+e$

²² Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm.99

²³ Duwi Prayitno, *Op.Cit*, hlm.160.

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu regresi Y terhadap X_1 dan X_2 , hal ini ingin diketahui bahwa seberapa besarnya persentase sumbangan X_1 dan X_2 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama. Besarnya persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda dengan simbol R^2 .²⁴

Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu : apabila semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), amaka ketepatannya dapat dikatakan semakin baik.²⁵

Tabel III.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

²⁴ Muhammad Firdaus, *Op.Cit*, hlm.77.

²⁵ Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonomerika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm.64

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas. Maka nilai signifikansi yang digunakan adalah 0,10. Muhammad Firdaus memberikan penjelasan pada dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara parsial (t test) yaitu :

- 1.) Jika- $t_{hitung} < - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2.) Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁶

Dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_{a1} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Terhadap keputusan pembelian secara parsial.

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial.

H_{a2} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian secara parsial.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian secara parsial.

²⁶ Muhammad Firdaus, *Op.Cit.*, hlm.88.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.²⁷ Muhammad Firdaus mengemukakan bahwa keputusan yang diambil dalam pengujian hipotesis secara simultan yaitu :

- 1.) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya
- 2.) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁸

Dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

H_a = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

²⁷ Mudrajat Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm.245

²⁸ Muhammad Firdaus, *Op.Cit.*, hlm.89.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Swalayan 88 Kota Padangsidimpuan

1. Sejarah Singkat Swalayan 88

Swalayan 88 adalah merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang supermarket menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, yang didirikan oleh Bapak Rudi Lubis pada tanggal 24 April 2004. Swalayan 88 berada di Jl. Imam Bonjol Kelurahan Aek Tampang Kota Padangsidimpuan. Swalayan 88 merupakan swalayan yang pertama kali berdiri di Kota Padangsidimpuan. Setelah itu banyaklah yang mendirikan swalayan setelah swalayan 88 berdiri beberapa tahun kemudian yaitu Rahmad Syariah yang berdiri pada tahun 2012, Indomaret berdiri tahun 2016 di Kota Padangsidimpuan, dan Alfa Midi berdiri tahun 2017 di Kota Padangsidimpuan.

2. Visi dan Misi

Visi adalah gambaran tentang masa depan yang diinginkan dan diperlukan sebagai pandangan masa depan, sebagai pandangan atas yang dituju, sehingga pelaksanaan pembangunan dan pelayanan yang direncanakan dari tahun ke tahun tidak menyimpang dari harapan masa depan. Sedangkan Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan agar tujuan organisasi dapat

terlaksana dan berhasil sesuai dengan visi yang ditetapkan. Visi dan Misi dari swalayan 88 adalah sebagai berikut:¹

a. Visi

Visi swalayan 88 adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli dengan melalui pembayaran uang tunai dan kartu kredit.

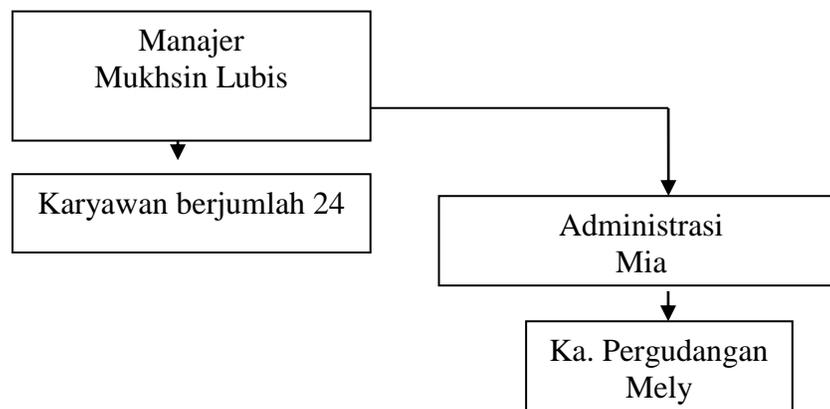
b. Misi

Misi swalayan 88 adalah meningkatkan kualitas pelayanan kepada pembeli dengan menyediakan kebutuhan sehari-hari yang lengkap serta keramah-tamahan karyawan.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari swalayan 88 adalah sebagai berikut:²

Bagan IV.1
Struktur Organisasi Swalayan 88
Kota Padangsidimpuan



¹Wawancara dengan Bapak manajer, tanggal 9 Juli 2017, pukul 14:00.

²Wawancara dengan Bapak Manajer, pukul 14:00. Di Swalayan 88

B. Karakteristik Responden Penelitian

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar secara acak pada pelanggan swalayan 88 berjumlah 86 pembeli. Penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan mulai tanggal 19 September dengan 29 September 2017. Penyebaran angket dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan menjumpai setiap para responden yaitu pembeli swalayan 88. Penyebaran dan pengumpulan angket berlangsung selama 10 hari. Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel. IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Kategori	Responden	Persentase
Laki-laki	43	43%
Perempuan	53	53%
TOTAL	86	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah

Hasil pengolahan data pada tabel VI.1 di atas memperlihatkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu 53 orang dengan persentase sebesar 53%. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki 43 orang dengan persentase sebesar 43%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel. IV.2 Data Responden Berdasarkan Usia

Usia		
Kategori	Responden	Persentase
< 25 Tahun	10	10%

25 - 30 Tahun	20	20%
31 - 35 Tahun	15	15%
36 - 40 Tahun	20	20%
41 - 50 Tahun	10	10%
> 50 Tahun	14	14%
TOTAL	86	86%

Sumber : Data primer yang telah diolah

Hasil pengolahan data pada tabel IV.2 memperlihatkan bahwa jumlah responden berusia kurang dari 25 tahun yaitu 10 orang dengan persentase sebesar 10%. Kemudian responden berusia 25 s/d 30 tahun yaitu 20 orang dengan persentase sebesar 20%. Selanjutnya responden berusia 31 s/d 35 tahun yaitu 15 orang dengan persentase 15%. Jumlah responden yang memiliki usia 36 s/d 40 tahun berjumlah 20 orang atau sebanyak 20%. Jumlah responden yang memiliki usia 41 s/d 50 tahun berjumlah 10 orang atau sebanyak 10%. Selanjutnya responden yang memiliki usia lebih dari 50 tahun berjumlah 14 orang dengan persentase sebesar 14%

3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel. IV.3 Data Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir		
Kategori	Responden	Persentase
SD	10	10%
SMP/Sederajat	20	20%
SMA/Sederajat	42	42%
D3/S1	8	8%
S1	6	6%
TOTAL	86	86%

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel di IV.3 jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir SD berjumlah 20 responden atau sebanyak 20%. Jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir SMP/ sederajat berjumlah 20 responden atau sebanyak 20%, jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat 42 responden atau sebanyak 42%, jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir D3/S1 berjumlah 15 orang (D3 hanya 1 orang) atau sebanyak 15%, jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir S2 berjumlah 3 orang atau sebanyak 3%.

4. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Tabel. IV.4 Data Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan		
Kategori	Responden	Persentase
PNS	7	7%
GURU/DOSEN	5	5%
POLRI	1	1%
PEGAWAI SWASTA	1	1%
WIRASWASTA	32	32%
TANI	17	17%
PEDAGANG	3	3%
IBU RUMAH TANGGA	17	17%
DAN LAIN-LAIN	3	3%
TOTAL	86	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah

Hasil pengolahan data pada tabel.IV.4 memperlihatkan bahwa responden yang terpilih dalam penelitian memiliki pekerjaan yang beragam. Responden yang paling banyak adalah memiliki pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 32 orang dengan persentase 32%. Kemudian disusul oleh responden yang memiliki

pekerjaan tanidan sebagai Ibu rumah tangga yang memiliki kesamaan jumlah responden yaitu sebanyak 17 orang dengan pesentase 17%. Sedangkan responden dengan pekerjaan PNS sejumlah 7 orang atau sebanyak 7%, dan pekerjaan guru atau dosen sebanyak 5 responden (dosen 5 responden dan guru responden) atau persentase 10%.

Selanjutnya responden yang memiliki pekerjaan pedagang dan pekerjaan lainnya yaitu sama-sama sebanyak 3 orang dengan persentase 3%. Responden yang dimasukkan dalam kategori “dan lain-lain” ialah responden pensiunan (2 responden) dan ikut suami (1 responden). Kemudian responden yang memiliki pekerjaan POLRI dan Pegawai swasta masing-masing memiliki 1 responden atau sebanyak 1%. Berdasarkan data ini dapat disimpulkan bahwa jika dilihat dari segi pekerjaan pembeli yang paling banyak datang di swalayan 88 Kota Padangsidempuan adalah yang mereka yang memiliki pekerjaan wiraswasta.

5. Responden Menurut Pendapatan

Tabel. IV.5 Data Responden Menurut Pendapatan

Pendapatan		
Kategori	Responden	Persentase
< Rp. 1.000.000	44	44%
Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	30	30%
Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	11	11%
> Rp. 5.000.000	1	1%
TOTAL	86	86%

Sumber : Data primer yang telah diolah

Seperti yang terlihat pada tabel IV.5 responden yang paling banyak memiliki pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 44%. Responden yang memiliki pendapatan antara Rp. 1.000.000 – 3.000.000 sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 30%. Kemudian responden yang memiliki pendapatan Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 11%. Sedangkan responden yang memiliki pendapatan > Rp. 5.000.000 sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 1 %. Dari hasil temuan data tersebut disimpulkan bahwa pendapatan responden yang membeli di swalayan 88 kota Padangsidimpuan adalah orang-orang yang berpenghasilan kurang dari Rp. 1.000.000.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas kualitas pelayanan melibatkan 86 responden. Untuk mengetahui validitas pernyataan pernyataan tersebut dapat di lihat dari r hitung pada tabel *correlations* dari hasil out put SPSS versi 21 yang dapat di lihat pada tabel IV.6 berikut ini

Tabel IV.6
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,736		Valid
Item2	0,718		Valid

Item3	0,608	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=86$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{hitung} = 0,1786$	Valid
Item4	0,634		Valid
Item5	0,660		Valid
Item6	0,660		Valid
Item7	0,659		Valid
Item8	0,765		Valid
Item9	0,821		Valid
Item10	0,602		Valid
Item11	0,669		Valid
Item12	0,777		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 2017

Dari hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1 sampai 12 adalah 12 item valid, jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid, jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid. dengan $n = 86$ pada signifikansi 10% adalah sebesar 0,1786. Maka dapat disimpulkan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X1), adalah sebagai berikut:

2. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.600 . Untuk nilai *Cronbach Alpha* kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel IV.7 berikut:

Tabel IV.7
Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	12

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan adalah reliabel, yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 (0,926 > 0,600),

3.Uji Validitas Harga

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas variabel harga melibatkan 86 responden. Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai r hitung pada tabel *correlatians* dari hasil output SPSS versi 21 yang dapat dilihat pada tabel IV.8 berikut ini:

Tabel IV.8
Uji Validitas Harga

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,561	Instrument valid jika r hitung > r tabel dengan n=86. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh r hitung =0,1786	Valid
Item2	0,657		Valid
Item3	0,617		Valid
Item4	0,563		Valid
Item5	0,653		Valid
Item6	0,284		Valid
Item7	0,314		Valid
Item8	0,222		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 2017

Dari hasil uji validitas harga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dari item 1 sampai dengan item 8 adalah 8 item valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 86$ dengan tariff signifikansi 10% sehingga di peroleh $r_{tabel} = 0,1786$. Sehingga 8 item valid yang akan di uji dengan reliabilitas.

Uji Reliabilitas Harga

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.600 . Untuk nilai *Cronbach Alpha* Harga dapat dilihat pada tabel IV.9 di bawah ini

Tabel IV.9

Uji Reliabilitas Harga Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	8

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Harga adalah reliabel, yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* $> 0,600$ atau $(0,763 > 0,600)$, dan karena nilai *Cronbach Alpha* di atas $0,600$ maka 8 item dinyatakan reliabel. Instrumen tersebut memenuhi persyaratan valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

5. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas variabel keputusan pembelian melibatkan 86 responden. Untuk mengetahui tingkat derajat ketetapan variabel keputusan pembelian. Maka, setelah melakukan uji tersebut, berikut hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y):

Tabel IV.10
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,821	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=86$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{hitung} = 0,1786$	Valid
Item2	0,685		Valid
Item3	0,646		Valid
Item4	0,692		Valid
Item5	0,725		Valid
Item6	0,725		Valid
Item7	0,700		Valid
Item8	0,602		Valid
Item9	0,708		Valid
Item10	0,730		Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2017

Dari hasil uji validitas variabel keputusan pembelian dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dari item 1 sampai dengan item 10 adalah 10 item valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=86$ nilai signifikansi 10% di peroleh $r_{hitung} = 0,1786$. Sehingga 10 item valid yang akan diuji dengan uji reliabilitas,

6. Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

Uji realibilitas dapat di lihat yakni dengan uji statistic Cronbach Alpha. Suatu variable dinyatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,600$.

Untuk nilai Cronbach Alpha Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel IV.11 di bawah ini:

Tabel IV. 11

**Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	10

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian adalah reliabel, yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 atau ($0,921 > 0,600$), dan karena nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,600 maka 10 item dinyatakan reliabel. Instrumen tersebut memenuhi persyaratan valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian yang dilakukan menyatakan seluruh angket kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan teknik analisis data, sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan analisis atas statistik deskriptif data sampel untuk mengetahui karakteristik masing-masing variabel. Statistik deskriptif ini meliputi analisis atas rata-rata, nilai minimum, dan nilai maksimum dari setiap variabel yang diuji.

Tabel IV.12

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
KUALITAS_PELAYANAN	86	40	60	50.99
HARGA	86	24	40	33.65
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	86	33	50	42.91
Valid N (listwise)	86			

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Tabel 4.12 merupakan tabel statistik deskriptif yang menggambarkan persebaran data dari setiap variabel. Penjelasan atas data dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Rata-rata dari kualitas pelayanan adalah 50,99 dengan nilai tertinggi adalah 60 dan nilai terendah adalah 40. Rata-rata dari harga adalah 33,65 dengan nilai tertinggi adalah 40 dan nilai terendah adalah 24. Rata-rata dari keputusan pembelian adalah 42,91 dengan nilai tertinggi adalah 50 dan nilai terendah adalah 33.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dimasukkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov, yang dapat dilihat pada tabel IV.13 berikut ini:

Tabel IV.13
Uji Normalitas

		Kualitas_ pelayanan	Harga	Keputusan_ Pembelian
N		86	86	86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	50.99	33.65	42.91
	Std. Deviation	5.500	3.028	4.370
Most Extreme Differences	Absolute	.160	.137	.192
	Positive	.160	.137	.192
	Negative	-.098	-.086	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		1.484	1.275	1.780
Asymp. Sig. (2-tailed)		.240	.780	.400

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Dari table IV.13 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kualitas pelayanan adalah sebesar 0,240. Nilai signifikan (0,240) > 0,10 maka H_0 diterima, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) harga adalah sebesar 0,780. Nilai signifikan (0,780) > 0,10 maka H_0 diterima, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) keputusan pembelian adalah sebesar 0,400. Nilai signifikan (0,400) > 0,10 maka H_0 diterima, Maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian berdistribusi normal (Nilai Signifikan lebih dari 0,10),

b. Uji Lineritas

Uji lineritas digunakan untuk mengetahui lineritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi

linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity*. Pada taraf signifikansi 0,10. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,10, dan dapat dilihat pada tabel IV.14 sebagai berikut:

Tabel IV.14
Uji Lineritas kualitas pelayanan X₁
ANOVA Table

		Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN_PEMBELIAN * KUALITAS_PELAYANAN	Between Groups	(Combined)	982.256	20	49.113	4.980	.000
		Linearity	790.828	1	790.828	80.193	.000
		Deviation from Linearity	191.427	19	10.075	1.022	.450
	Within Groups	641.000		65	9.862		
	Total	1623.256		85			

Hasil uji linearitas antara berdasarkan pada tabel IV.14 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan kurang dari 0,10. Nilai signifikan $0,000 < 0,10$ maka keputusan pembelian dan kualitas pelayanan beserta harga memiliki hubungan linear.

Tabel IV.15
Uji Linearitas Harga X₂
ANOVA Table

		Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN_PEMBELIAN * HARGA	Between Groups	(Combined)	765.321	13	58.871	4.941	.000
		Linearity	623.578	1	623.578	52.332	.000
		Deviation from Linearity	141.743	12	11.812	.991	.466

	Within Groups	857.935	72	11.916		
	Total	1623.256	85			

Hasil uji linearitas antara berdasarkan pada tabel IV.15 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan kurang dari 0,10. Nilai signifikan $0,000 < 0,10$ maka keputusan pembelian beserta harga memiliki hubungan linear.

3.Uji Asumsi Klasik

a.Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria pengambilan keputusan dalam multikolinearitas adalah:

Apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih dari 10 dan nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.³ Berikut hasil uji multikolinearitas :

³*Ibid*, hlm.103.

Tabel IV.16
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.998	3.738		1.872	.065		
Kualitas_Pelayanan	.405	.073	.510	5.542	.000	.641	1.561
Harga	.454	.133	.314	3.419	.001	.641	1.561

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Dari hasil uji multikolinearitas maka, dasar pengambilan keputusan dapat dilihat melalui dua sisi, yaitu dengan melihat nilai toleransi dan nilai VIF. Dengan demikian diketahui bahwa nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 ($0,641 < 0,10$) menunjukkan bahwa terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Nilai menunjukkan bahwa kedua variabel kualitas pelayanan dan harga adalah sebesar $0,641 < 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa antarvariabel independent terjadi multikolinearitas. Melihat nilai Variance lebih besar dari 10 ($1,561 > 10$), menunjukkan bahwa terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Nilai VIF menunjukkan bahwa kedua variabel kualitas pelayanan dan harga adalah sebesar $1,561 > 10$, maka dapat disimpulkan bahwa antarvariabel independent terjadi Multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan Uji Koefisien Korelasi *Spearman's rho* yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel IV.17 berikut ini:

Tabel IV.17
Heteroskedastisitas

			Unstandardized Residual	kualitas pelayanan	Harga
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation coefficient	1,000	,148	,057
		Sig.(2-tailed)	.	,174	,603
		N	86	86	86
		Correlation coefficient	,148	1,000	,565**
		Sig.(2-tailed)	,174	.	,000
		N	86	86	86
		Correlation coefficient	,057	,565**	1,000
		Sig.(2-tailed)	,603	,000	.
		N	86	86	86

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa *Unstandardized Residual* memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Nilai *Unstandardized Residual* kualitas pelayanan sebesar 0,05 ($0,174 > 0,05$), dan nilai *Unstandardized Residual* variabel harga lebih besar 0,05 ($0,603 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa korelasi antarvariabel kualitas pelayanan dan harga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah angket yang diberikan kepada responden berdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linear, maka selanjutnya, untuk memperoleh hasil regresi dalam penelitian ini dapat digunakan metode *Method Successive Interval* (MSI) yang bertujuan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval, setelah memenuhi syarat uji regresi dapat dilakukan uji regresi menggunakan bantuan SPSS versi 22 untuk mencari pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian swalawan 88 Kota Padangsidempuan. Berikut tabel IV.18 hasil Analisis Regresi Linear Berganda:

Tabel IV.18
Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.998	3.738		5.542	.065
	Kualitas_ Pelayanan	.405	.073	.510	3.419	.000
	Harga	.454	.133	.314	3.419	.001

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$\text{Keputusan Pembelian} = 6998 + 0,405P + 0,454 H$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, berikut adalah penjelasannya:

- a. Nilai konstanta adalah sebesar 6.998 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan harga nilainya adalah 0 atau ditiadakan, maka nilai keputusan pembelian adalah sebesar 6,998 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,405 artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan. Maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,405. Nilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian, semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin besar keputusan pembelian yang akan membeli.
- c. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0.454, artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan sebesar 0,454. Nilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel harga dengan keputusan pembelian, semakin baik harga semakin besar keputusan pembelian yang akan membeli.

F.Uji hipotesis

a.Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam

mewakili kelompok data. R^2 menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Berikut hasil uji koefisien determinasi

Tabel IV.19
Uji Koefisien Determinasi(R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
				R Square Change	F Change	df1	df 2	Sig. F Change
.742 ^a	.550	.540	2.965	.550	50.823	2	83	.000

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan uji determinasi diperoleh angka nilai R sebesar 0,742 hal ini menunjukkan hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) berada pada kategori kuat sesuai kategori pada tabel III.I yang menjelaskan bahwa nilai R berada diantara 0,60-0,799 (0,742), Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent dengan variabel dependent memiliki hubungan yang kuat.

Sedangkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,550 atau (55%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) berpengaruh sebesar 55% dilihat dari nilai R^2 , sedangkan sisanya sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau dibahas oleh peneliti dalam model penelitian ini.

b. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independent (Kualitas pelayanan dan Harga) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Uji ini menggunakan tingkat signifikan

Tabel IV.20
Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.998	3.738		1.872	.065
Kualitas_ Pelayanan	.405	.073	.510	5.542	.000
Harga	.454	.133	.314	3.419	.001

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Berdasarkan hasil Uji pada tabel IV.20 dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,641 sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,10/2 = 0,5$ dengan $df = n-k-1$ atau $(86-2-1 = 83)$, hasil diperoleh untuk t_{tabel} adalah 1,29 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,542 > 1,29$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di swalayan 88 Padangsidempuan.

Sedangkan t_{hitung} untuk variabel Harga (X_2) sebesar 0,641 sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,10/2 = 0,5$ dengan $df = n-k-1$ atau $(86-2-1 = 83)$, hasil diperoleh untuk t_{tabel} adalah 1,561, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,419 > 1,29$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan

bahwa dari hasil uji t ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada swalayan 88 Padangsidempuan.

c. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) secara keseluruhan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10 % dengan $df-1$ (jumlah variabel-1) = 2 dan $df-2$ ($n-k-1$), n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independent. Adapun hasil dari uji F sebagai berikut :

Tabel IV.21
Uji Simultan Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	893.587	2	446.793	50.823	.000 ^b
Residual	729.669	83	8.791		
Total	1623.256	85			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PELAYANAN

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Berdasarkan hasil uji F pada tabel IV.21 diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,10$ dan $F_{hitung} (50,823) > F_{tabel}(2,37)$ ($df-1 = 2$) dan ($df = n-k-1$ atau $86-2-1=83$). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,823 > 2,37$) dan signifikan $0,10$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh kualitas pelayanandan

harga terhadap keputusan pembelian pada Swalayan 88 Kota Padangsidempuan secara simultan.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Swalayan 88 Kota Padangsidempuan. Berdasarkan hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini sebagai berikut:

Berdasarkan uji determinasi diperoleh angka nilai R sebesar 0,742. Nilai R sebesar 0,742 menunjukkan hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) berada pada kategori kuat sesuai kategori pada tabel III.I yang menjelaskan bahwa nilai R berada diantara 0,60-0,799, (0,742), hal ini menunjukkan bahwa variabel independent dengan variabel dependent memiliki hubungan yang kuat.

Sedangkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,550 atau (55,%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) berpengaruh sebesar 55% dilihat dari nilai R^2 , sedangkan sisanya sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau dibahas oleh peneliti dalam model penelitian ini.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan bergantung pada orang-orang yang berada dalam lingkungan perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa dalam mencapai tujuan perlu meningkatkan kualitas pelayanan serta harga yang mudah diajangkau oleh konsumen. Sehingga keputusan pembelian akan membuat ramai usaha swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

Dari hasil Analisis Regresi yang dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikan 10% (0,10), maka diperoleh hasil 5,542. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada swalayan 88 Kota Padangsidempuan, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,542 > 1,29$), Jika variabel kualitas pelayanan meningkat dengan asumsi variabel harga maka keputusan pembelian juga akan meningkat), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian diswalayan 88 Padangsidempuan.

Sedangkan t_{hitung} untuk variabel Harga (X_2) sebesar 0,641 sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,10/2 = 0,5$ dengan $df = n-k-1$ atau $(86-2-1 = 83)$, hasil diperoleh untuk t_{tabel} adalah 1,561, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,419 > 1,29$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada swalayan 88 Padangsidempuan.

Jadi kesimpulannya, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada swalayan 88 Kota Padangsidimpuan. Sehingga Swalayan diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen baik dengan keramahan para karyawan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual. Salah satunya pendorong yang diberlakukan oleh swalayan terhadap barang dagangannya adalah dengan memberikan diskon dan harga murah biarpubn keuntungan sedikit.

Dari hasil Analisis Regresi yang dilakukan dapat diketahui bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikan 10% (0,10), maka diperoleh hasil 3,419. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada swalayan 88 Kota Padangsidimpuan dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = (3,419 > 1,29)$. Jika variabel harga meningkat, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan maka kualitas pelayanan juga akan meningkat. maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh kualitas pelayanandan hargaterhadap keputusan pembelian diSwalayan 88 Kota Padangsidimpuan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ika Putri yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan soto

Angkring Mas Boed” di Semarang), menyatakan bahwa harga berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam Rumah Makan Soto Angkring,

Jadi kesimpulannya,ada pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidimpuan. Sehingga swalayan perlu, memberikan banyak diskon dan membuat harga lebih murah bila dibandingkan dengan swalayan lain.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Harga akan menjadi faktor pendukungnya, karena setiap perusahaan pastinya akan bersaing dalam harga guna mendapatkan produk di pasar. Harga akan selalu dikaitkan dengan kualitas pelayanan, apabila harga ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas maka akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Kualitas pelayanan yang kuat dan sesuai dengan harapan konsumen dapat menarik konsumen untuk menggunakannya sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian. Semakin positif kualitas pelayanan yang dibangun oleh perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap calon pembeli dalam memilih produk perusahaan atau toko tersebut.

Dalam penelitian ini $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,823 > 2,37$) maka H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa Ada pengaruh Kualitas Pelayanan Dan harga Terhadap Keputusan Pembelianpada Swalayan 88 Kota Padangsidimpuan

secara simultan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Ika Putri yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan soto Angkring Mas Boed” di Semarang). Menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang kuat dan harga sesuai dengan harapan konsumen dapat menarik konsumen untuk menggunakannya sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian. Semakin positif kualitas pelayanan yang dibangun oleh perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap calon pembeli dalam memilih produk perusahaan atau toko tersebut.

H. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam Metodologi Penelitian hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini ada beberapa keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan menyusun skripsi adalah dalam penelitian ini hanya membahas tentang kedisiplinan dan kinerja serta insentif karyawan saja. Selanjutnya pada menyebarkan angket peneliti, tidak mengetahui bagaimana kejujuran responden-

responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan peneliti sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasannya dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Uji Parsial (Uji t) pada kualitas pelayanan (X_1) dengan taraf signifikan 10% (0,10) diperoleh t_{hitung} (kualitas pelayanan) $>$ t_{tabel} yaitu ($5,542 > 1,29$). Maka dapat disimpulkan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.
2. Uji Parsial (Uji t) pada Harga (X_2) dengan taraf signifikan 10% (0,10) maka diperoleh t_{hitung} (Harga) $>$ t_{tabel} yaitu ($3,149 > 1,29$). Maka dapat disimpulkan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.
3. Uji Simultan (Uji F) pada Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan taraf signifikan 10% (0,10) maka diperoleh f_{hitung} sebesar $50,823 >$ F_{tabel} 3,220. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara

simultan terhadap keputusan pembelian di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan secara simultan.

B. Saran

1. Bagi swalayan 88 diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan harga serta mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, agar pelanggan merasa nyaman, senang terhadap sikap pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan pada umumnya diimplementasikan dalam perbaikan secara menyeluruh terhadap kualitas produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
2. Kepada pelanggan agar lebih teliti dalam menerima pelayanan, dan diharapkan kepada pelanggan bisa lebih kritis dalam menanggapi kualitas baik barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan, agar pelanggan dapat menikmati pelayanan yang baik.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap studi perbandingan kualitas pelayanan yang sudah dimuat dalam penelitian ini agar lebih teliti dalam memilih aspek maupun variabel-variabel yang berkaitan sehingga benar-benar dapat mengungkap inti atau pokok dari penelitian, seperti faktor-faktor kualitas pelayanan dan menambah variabel yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas Sudiyono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo, 2000.
- Christopher H. Lovelock & Lauren K. Wright, *Services Marketing Management*, (Agus Widyanoro, *Manajemen Pemasaran Jasa*), Jakarta: Indeks, 2005.
- D.Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel: Teori, Praktik dan Kasus Ritel* Jakarta: CAPS, 2015.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Semarang: Diponegoro, 2001.
- M.Quraish Sihab, *Tafsir Al Misbah* :Jakarta,2002
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan data Terparaktis* Yokyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran* Kudus: STAIN Kudus, 2008.
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 2*. Yogyakarta:C.V.Andi. 2007.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktik Memahami Penelitian* Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* Jakarta: Erlangga, 2013.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.

- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran: Disertai dengan Contoh Hasil Penelitian* Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Nasution Nur, *Manajemen Jasa Terpadu (TotalService Management)* Bogor: Ghalia Indonesia. 2004.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Prehalindo, 2001.
- _____, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- _____, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 2, alih bahasa Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke-12, alih bahasa Benyamin Molan*, Jakarta: Indeks, 2007.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol, Jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonomerika* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.
- Singgih Santoso, *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS* Yogyakarta: Andi, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007.
- _____, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013.
- Tim Penyusun *Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 7* Jakarta: Erlangga, 1998.

CURUCULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : Ade Saputra Simorangkir
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, tanggal lahir : Padangsidempuan, 29 Juli 1993
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Padangsidempuan, Jl. Imam Bonjol gang mutiara
Telepon/No. HP : 0821 6692 6156
E-mail : saputra@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2000-2006 : SD Negeri 200216 Padangsidempuan
Tahun 2006-2009 : MTS s Panca Dharma Padangsidempuan
Tahun 2009-2012 : SMK Swasta Panca Dharma Padangsidempuan
Tahun 2012-2018 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syari'ah IAIN
Padangsidempuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,00
Karya Tulis Ilmiah : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Swalayan 88 Kota Padangsidempuan.

JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Bulan / Tahun						
		April 2017	Mei 2017	Jun i 201 7	Juli 201 7	Agu st 2017	Sept 2017	Okt 2017
1	Studi Kepustakaan							
2	Observasi							
3	Pengumpulan Data							
4	Pengolahan Data							
5	Pengujian Data							
6	Penulisan Proposal							
7	Perbaikan dan Sidang Proposal							
6	Penulisan Skripsi							

LAMPIRAN 1

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Perihal : Permohonan Pengisian Angket
Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.
Bapak / Ibu
Swalayan 88 Kota Padangsidempuan
Di Tempat

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan makasaya :

Nama : ADE SAPUTRA

NIM : 12 230 0215

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/Ibu berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi peneliti dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan"**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner (angket) ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan. Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuisisioner ini, peneliti mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,
Peneliti

ADE SAPUTRA

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan

ANGKET

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
 - a. Pria
 - b. wanita
4. Pekerjaan :
 - a. Siswa
 - b. Mahasiswa
 - c. Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Pegawai Negeri
5. Tingkat pendidikan :
 - a. SD
 - b. SLTP
 - c. SMU
 - d. D3
 - e. Sarjana

B. PETUNJUK PENGISIAN DAFTAR PERTANYAAN

1. Pilihlah jawaban pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.
 - a. Saudara dapat memberikan tanda (**X**) pada salah satu jawaban **STS,TS,KS, S, dan SS** pada kolom yang telah disediakan. Bila Saudara ingin memperbaiki jawaban yang telah Saudara buat, maka berilah tanda sama dengan (=), kemudian pilih dan berilah tanda silang pada jawaban terbaru

dan benar, dengan : STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak setuju),
KS(Kurang Setuju)), S (Setuju), SS (Sangat Setuju).

Angket Tentang Keputusan Pembelian (Y) di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan

	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memutuskan untuk membeli kembali di swalayan 88 kota PSP					
2	Saya memilih membeli kebutuhan di swalayan 88 kota PSP					
3	Saya membeli karna produk yang ditawarkan berkualitas di swalayan 88 kota PSP					
4	Saya merasa puas berbelanja di swalayan 88 kota PSP					
5	Saya membeli karena produknya bersih dan rapi yang ada di swalayan 88 kota PSP					
6	Saya membeli karna produknya beraneka ragam di Swalayan 88 PSP					
7	Saya membeli selain di produk selain di swalayan 88 kota PSP					
8	Saya yakin membeli karna produknya sesuai dengan kebutuhan saya di swalayan 88 kota PSP					
9	Saya yakin membeli karena citra swalayan 88 kota PSP					
10	Saya yakin membeli karna tempatnya nyaman di swalayan 88 kota PSP					

Angket Tentang Kualitas Pelayanan (X₁) di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan

No	(X1)	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Bentuk bangunan yang menarik di swalayan 88 kota PSP					
2	Bentuk ruangan yang memadai di swalayan 88 kota Padangsidempuan					
3	Barang kebutuhan swalayan 88 PSP kurang lengkap					
4	Kerapihan pakaian karyawan swalayan 88 kota PSP					
5	Kecepatan pelayanan karyawan di swalayan 88 kota PSP					
6	Perhatian karyawan swalayan 88 PSP dalam memahami keinginan pembeli					
7	Kepedulian karyawan dalam memahami keinginan pembeli di swalayan 88 kota PSP					
8	Ketepatan memberikan informasi pembeli di swalayan 88 kota PSP					
9	Ketepatan dalam membuat pesanan konsumen					
10	Kurangnya persiapan menangani kebutuhan konsumen di Swalayan 88 PSP					
11	Kesigapan merespon keluhan konsumen di Swalayan 88					
12	Kurangnya pengetahuan karyawan tentang produk serta keramahan dalam berkomunikasi					

Angket Tentang Harga (X2) di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan

No	(X2)	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Harga sesuai dengan pasaran yang ada					
2	Harga sesuai dengan kuantitas barang yang dibeli					
3	Harga lebih terjangkau dibanding di swalayan lain					
4	Harga kurang sesuai dengan fasilitas yang diberikan					
5	harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
6	Menyediakan pilihan produk dengan berbagai harga.					
7	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibanding swalayan lain					
8	Harga produk kurang ekonomis dibandingkan dengan produk swalayan yang lain					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	K6	KP7	KP8	KP9	KP10	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
9	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
10	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
11	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38

12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	47
14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
18	4	4	3	4	4	4	4	5	3	5	40
19	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	36
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	35
27	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	45
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	4	4	4	4	3	3	2	4	2	3	33
37	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
40	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
41	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
42	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
48	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
49	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	46

53	4	4	5	4	3	5	5	3	4	4	41
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
55	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
58	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
60	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
71	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
74	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	47
75	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
76	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
77	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
78	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	45
79	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
80	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44

HARGA

NO	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	5	33
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	4	4	4	4	4	4	33

KUALITAS PELAYANAN

N O	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	KP 9	KP 10	KP 11	KP 12	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	46
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	51
5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	40
6	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	53
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	5	4	47
10	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	52
11	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	41
12	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	43
13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	51
18	4	4	3	4	4	5	3	4	5	3	3	4	46
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
21	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
22	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	47
23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	50
24	3	4	4	4	5	4	5	3	3	2	3	4	44
25	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	44
26	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	57
27	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	56
28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	45
29	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	57
30	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	40
31	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	45
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	49
34	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	44
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	44

36	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	1	3	41
37	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
38	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	57
39	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	57
40	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
41	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	55
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
43	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	56
44	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	51
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
47	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
48	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	56
49	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	57
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
52	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	54
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	46
55	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	42
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	48
59	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	51
60	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	55
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
64	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	45
65	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
66	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	51
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
68	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	50
69	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	53
70	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	53
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	58
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
73	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
74	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	57
75	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
76	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	56

9	4	4	3	4	5	4	4	3	5	36
10	4	5	4	5	4	5	4	4	4	39
11	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
12	4	4	3	4	4	4	3	3	3	32
13	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
18	4	4	4	4	5	3	4	5	3	36
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
22	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36
23	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
24	3	4	4	5	4	5	3	3	3	34
25	4	3	4	4	3	4	4	4	3	33
26	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
27	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
28	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
29	5	5	5	4	5	4	4	5	5	42
30	3	3	4	3	4	4	3	4	2	30
31	4	4	4	3	3	4	3	4	4	33
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
33	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36
34	4	4	4	3	4	4	4	4	2	33
35	4	4	4	3	4	4	4	4	2	33
36	4	3	5	4	4	4	3	3	1	31
37	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
38	5	4	5	4	5	5	5	5	4	42
39	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
41	5	4	4	4	5	5	4	5	5	41

42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
43	4	4	5	5	5	5	4	5	4	41
44	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
48	5	5	4	5	5	5	5	5	3	42
49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	5	4	5	5	5	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	5	4	4	4	4	3	3	4	3	34
55	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
60	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
65	4	5	4	4	4	5	5	5	5	41
66	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
69	4	4	4	5	4	5	4	5	5	40
70	4	4	5	5	5	5	5	4	4	41
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
72	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
73	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
74	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43

75	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
76	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
78	5	5	5	5	4	4	5	4	4	41
79	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
80	4	5	4	5	5	5	4	5	4	41
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
82	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
84	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40

HARGA SETELAH SOAL DI BUANG

NO	H1	H2	H3	H5	H6	H7	total
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	4	4	4	4	25
6	4	4	4	4	5	5	26
7	4	4	4	4	4	3	23
8	4	4	4	4	4	4	24
9	3	4	4	4	5	5	25

10	4	4	4	4	3	3	22
11	4	4	4	4	5	5	26
12	4	4	4	4	5	5	26
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	5	4	25
16	4	4	5	4	4	4	25
17	4	4	5	4	5	5	27
18	4	4	5	4	4	4	25
19	5	5	5	5	4	4	28
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	3	4	4	4	23
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	5	5	4	3	4	25
25	4	4	4	4	5	3	24
26	4	4	4	4	3	4	23
27	5	5	5	5	4	4	28
28	4	4	4	4	5	4	25
29	5	4	5	5	5	5	29
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	5	5	5	5	4	29
33	4	4	4	4	4	3	23
34	4	4	4	3	4	4	23
35	4	4	4	3	5	4	24
36	3	3	3	2	3	3	17
37	5	5	5	5	4	4	28
38	5	5	5	5	4	4	28
39	5	5	5	5	4	4	28
40	5	5	5	5	4	4	28
41	5	5	5	5	3	4	27
42	5	5	5	4	5	4	28

43	5	5	5	5	4	4	28
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	4	5	29
47	5	5	5	5	4	4	28
48	5	5	5	5	4	5	29
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	5	5	4	3	3	24
53	5	4	4	4	4	4	25
54	3	4	4	3	3	4	21
55	4	4	4	3	4	5	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	3	23
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	4	3	4	23
60	4	5	5	5	5	4	28
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	3	23
63	4	4	4	4	5	4	25
64	4	5	4	5	4	4	26
65	5	4	5	4	4	4	26
66	5	5	5	5	4	4	28
67	4	4	4	4	4	5	25
68	5	5	4	5	5	5	29
69	5	4	5	5	3	3	25
70	5	4	5	5	3	3	25
71	5	5	5	5	4	4	28
72	5	5	5	5	3	3	26
73	4	4	4	4	3	3	22
74	5	5	5	5	4	2	26
75	5	4	4	5	4	4	26

76	5	5	5	5	3	4	27
77	4	4	4	4	5	4	25
78	5	5	5	5	4	3	27
79	5	5	4	5	3	4	26
80	5	4	4	4	4	3	24
81	5	5	5	5	4	4	28
82	5	5	5	5	4	2	26
83	5	5	5	5	4	4	28
84	4	3	4	4	3	4	22
85	4	4	4	4	4	3	23
86	5	4	5	4	3	3	24

KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	K6	KP8	KP9	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	3	4	3	4	4	29
4	4	4	3	4	4	4	4	5	32
5	4	5	4	4	4	4	4	4	33
6	4	4	4	4	4	5	4	4	33
7	4	4	4	4	4	4	3	4	31
8	4	4	4	5	4	4	4	4	33

9	4	3	4	4	4	5	4	4	32
10	4	5	5	5	4	4	4	4	35
11	4	4	4	3	3	4	4	4	30
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	5	5	5	5	5	3	5	38
14	5	5	5	5	4	4	4	4	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	5	4	5	4	34
18	4	4	3	4	4	4	5	3	31
19	4	4	4	3	4	4	4	4	31
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	3	31
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	5	3	3	4	4	3	30
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	3	4	4	4	3	4	3	2	27
27	4	4	5	4	4	5	5	5	36
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	5	4	5	5	4	4	35
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	4	5	4	4	4	4	33
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	4	4	4	3	3	4	2	28
37	5	5	5	5	4	5	5	4	38
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	4	5	5	4	5	38
40	5	5	5	5	4	5	5	5	39
41	5	5	5	4	4	4	4	4	35

42	5	5	5	5	5	4	5	5	39
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	4	4	4	5	4	5	5	5	36
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	5	5	5	4	5	4	5	38
48	5	5	5	4	4	4	4	5	36
49	4	4	4	5	4	5	5	5	36
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	5	5	5	4	5	5	4	5	38
53	4	4	5	4	3	5	3	4	32
54	4	4	4	4	4	4	4	3	31
55	3	3	3	3	3	4	4	4	27
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	3	4	4	4	4	4	4	31
58	4	4	4	4	3	4	3	4	30
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	5	5	5	5	5	5	4	5	39
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	5	5	4	5	5	5	5	4	38
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	4	4	4	4	4	5	5	35
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	5	5	5	4	5	5	5	4	38
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	4	4	4	5	5	5	5	37
71	5	5	4	5	4	4	4	4	35
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	4	4	4	4	4	3	4	4	31
74	5	4	5	5	5	5	5	4	38

75	5	5	5	5	5	5	4	4	38
76	5	4	5	5	5	5	5	5	39
77	4	5	4	4	4	5	5	4	35
78	5	5	4	5	4	5	5	4	37
79	5	4	5	4	5	4	4	5	36
80	4	4	4	5	5	5	5	4	36
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	5	5	4	4	5	5	5	38
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	4	4	4	4	4	3	4	4	31
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	5	5	5	4	5	4	4	4	36

Hasil Transformasi Data Ordina ke Interval Kualitas Pelayanan

Item Pertanyaan	Item pertanyaan X1					Total Frekuensi
	1	2	3	4	5	
1	0	0	5	53	28	86
2	0	0	6	53	27	86
4	0	0	5	54	27	86
5	0	0	7	51	28	86
6	0	0	2	51	33	86
7	0	0	5	48	33	86
8	0	0	9	47	30	86
9	0	0	7	47	32	86
11	1	3	13	42	27	86
Frekuensi	2	5	59	446	265	774
Proporsi	0,002584	0,0064599	0,07622739	0,576227	0,342377	
Proporsi kumulatif	0,009044	0,0852713	0,661498708	1,237726	1,580103	
Zi	-2,35085	-1,349953	-2,264896	-1,99608	1	
Densitas	0,276325	0,911187	0,256487	0,199216	0,54321	
Scalue Value	-3,05537	-2,37526	-1,13618	-0,09939	-1,00472	
Transformasi	1	1,6	2,9	3,1	3,2	

Hasil Transformasi Data Ordinal ke Interval Harga

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban X2					Total Frekuensi
	1	2	3	4	5	
1	0	0	3	47	36	86
2	0	0	2	49	35	86
3	0	0	2	47	37	86
5	0	1	4	48	33	86
6	0	0	16	50	20	86
7	0	2	16	53	15	86
Frekuensi	0	2	43	294	176	516
Proporsi	0	0,003876	0,083333	0,569767	0,341085	
Proporsi Kumulatif	0	0,087209	0,170543	0,74031	1,081395	
Zi	0	0,398927	1,843624	0,927797	0,159063	
Densitas	0	0,079571	0,079571	1,699475	0,430414	
Scale Value	0	-0,91241	-3,33016	-2,8431	-3,72066	
Transformasi	0	1,5	2,3	3,8	4,2	

Hasil Transformasi Data Ordinal ke Interval Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban Y					Total Frekuensi
	1	2	3	4	5	
1	0	0	2	51	33	86
2	0	0	4	51	31	86
3	0	0	3	50	33	86
4	0	0	5	52	29	86
5	0	0	7	53	26	86
6	0	0	4	48	34	86
8	0	0	5	53	28	86
9	0	2	4	53	27	86
Frekuensi	1	4	34	411	241	688
Proporsi	0,001453	0,005814	0,049419	0,597384	0,350291	
Proporsi Kumulatif	0,001453	0,007267	0,056686	0,65407	1,00436	
Zi	1,00399	1,01995	3,023586	0,123088	0	
Densitas	0,503998	0,520149	4,571036	0,007575	0,081927	
Scale Value	-3,46867	-2,77774	-8,19709	-7,63908	-2,20417	
Transformasi	1	1,75	2,6	3,39	3,4	

Hasil Data Transformasi Data Ordinal ke Interval Kualitas Pelayanan

NO	KP1	KP2	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP11	Total
1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
2	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
3	3,1	3,1	3,3	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	2,9	27,9
4	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	28,1
5	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	2,9	2,9	2,9	2,9	27,1
6	3,1	3,2	3,1	3,1	3,2	3,1	3,1	3,2	3,2	28,3
7	3,2	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	28
8	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
9	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	28,1
10	3,1	3,2	3,1	3,2	3,1	3,2	3,1	3,1	3,1	28,2
11	2,9	2,9	3,1	2,9	3,1	2,9	3,1	2,9	2,9	26,7
12	3,1	3,1	2,9	3,1	3,1	3,1	2,9	2,9	2,9	27,1
13	3,2	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,7
14	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
15	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
16	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
17	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	28,1
18	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	2,9	3,1	3,2	2,9	27,7
19	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,8
20	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,8
21	3,1	2,9	3,1	3,1	3,1	2,9	3,1	3,1	3,1	27,5
22	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	2,9	3,1	3,1	27,8
23	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,1	5	29,9
24	2,9	3,1	3,1	3,2	3,1	3,2	2,9	2,9	2,9	27,3
25	3,1	2,9	3,1	3,1	2,9	3,1	3,1	3,1	2,9	27,3
26	3,2	3,1	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	28,6
27	3,2	3,1	3,1	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2	28,5
28	3,1	3,1	3,1	2,9	3,1	3,1	3,1	3,1	3	27,6
29	3,2	3,2	3,2	3,1	3,2	3,1	3,1	3,2	3,2	28,5

63	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
64	3,1	3,1	3,1	2,9	3,1	3,1	3,1	3,1	2,9	27,5
65	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	28,5
66	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1	28,1
67	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
68	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,1	3,2	28,2
69	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,5
70	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	28,5
71	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,8
72	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	28,7
73	3,1	3,1	2,9	2,9	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,5
74	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	28,7
75	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	28,7
76	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	28,6
77	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
78	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	3,1	3,2	3,2	3,1	28,5
79	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,1	28,2
80	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,7
81	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,8
82	3,2	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	28,2
83	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	28,8
84	3,1	3,1	2,9	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,7
85	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	27,9
86	3,1	3,1	3,1	3,2	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2	28,3

Hasil Data Transformasi Harga Data Ordinal ke Interval

NO	H1	H2	H3	H5	H6	H7	total
1	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
2	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
3	3,8	4,2	3,8	3,8	3,8	3,8	23,2

4	3,8	4,2	3,8	3,8	3,8	3,8	23,2
5	3,8	4,2	3,8	3,8	3,8	3,8	23,2
6	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	4,2	23,6
7	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	21,3
8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
9	2,3	3,8	3,8	3,8	4,2	4,2	22,1
10	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	2,3	19,8
11	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	4,2	23,6
12	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	4,2	23,6
13	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	25,2
14	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
15	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
16	3,8	3,8	4,2	3,8	3,8	3,8	23,2
17	3,8	3,8	4,2	3,8	4,2	4,2	24
18	3,8	3,8	4,2	3,8	3,8	3,8	23,2
19	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
20	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	25,2
21	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
22	3,8	3,8	2,3	3,8	3,8	3,8	21,3
23	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
24	3,8	4,2	4,2	3,8	2,3	3,8	22,1
25	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	4,2	23,6
26	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	3,8	21,3
27	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
28	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	3,8	23,2
29	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	25,2
30	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
31	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
32	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	24,8
33	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	21,3
34	3,8	3,8	3,8	2,3	3,8	3,8	21,3
35	3,8	3,8	3,8	2,3	4,2	3,8	21,7
36	2,3	2,3	2,3	1,5	2,3	2,3	13

37	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
38	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
39	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
40	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
41	4,2	4,2	4,2	4,2	2,3	3,8	22,9
42	4,2	4,2	4,2	3,8	4,2	3,8	24,4
43	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
44	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	25,2
45	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	25,2
46	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	4,2	24,8
47	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
48	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	4,2	24,8
49	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
50	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
51	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
52	3,8	4,2	4,2	3,8	2,3	2,3	20,6
53	4,2	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	23,2
54	2,3	3,8	3,8	2,3	2,3	3,8	18,3
55	3,8	3,8	3,8	2,3	3,8	4,2	21,7
56	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
57	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	21,3
58	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
59	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	3,8	21,3
60	3,8	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	24,4
61	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	22,8
62	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	21,3
63	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	3,8	23,2
64	3,8	4,2	3,8	4,2	3,8	3,8	23,6
65	4,2	3,8	4,2	3,8	3,8	3,8	23,6
66	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
67	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	23,2
68	4,2	4,2	3,8	4,2	4,2	4,2	24,8
69	4,2	3,8	4,2	4,2	2,3	2,3	21

70	4,2	3,8	4,2	4,2	2,3	2,3	21
71	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
72	4,2	4,2	4,2	4,2	2,3	2,3	21,4
73	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	2,3	19,8
74	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	1,5	22,1
75	4,2	3,8	3,8	4,2	3,8	3,8	23,6
76	4,2	4,2	4,2	4,2	2,3	3,8	22,9
77	3,8	3,8	3,8	3,8	4,2	3,8	23,2
78	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	2,3	22,9
79	4,2	4,2	3,8	4,2	2,3	3,8	22,5
80	4,2	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	21,7
81	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
82	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	1,5	22,1
83	4,2	4,2	4,2	4,2	3,8	3,8	24,4
84	3,8	2,3	3,8	3,8	2,3	3,8	19,8
85	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	2,3	21,3
86	4,2	3,8	4,2	3,8	2,3	2,3	20,6

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KUALITAS_PELAYANAN	HARGA	KEPUTUSAN_PEMBELIAN
N		86	86	86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	50.99	33.65	42.91
	Std. Deviation	5.500	.3.028	4.370
Most Extreme Differences	Absolute	.160	.137	.192
	Positive	.160	.137	.192
	Negative	-.098	-.086	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		1.484	1.275	1.780
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024	.078	.004

Lampiran 2

Hasil Angket Validitas Kualitas Pelayanan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

VAR00001	46.72	25.733	.736	.918
VAR00002	46.74	25.746	.718	.919
VAR00003	46.80	26.866	.608	.923
VAR00004	46.73	26.316	.634	.922
VAR00005	46.74	25.910	.660	.921
VAR00006	46.63	26.378	.660	.921
VAR00007	46.66	25.991	.659	.921
VAR00008	46.74	25.016	.765	.916
VAR00009	46.70	24.872	.821	.914
VAR00010	46.65	26.018	.602	.923
VAR00011	46.93	23.995	.669	.923
VAR00012	46.81	24.200	.777	.916

Hasil Angket Validitas Harga

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	29.27	7.186	.561	.722
VAR00002	29.27	7.022	.657	.708
VAR00003	29.24	7.104	.617	.714
VAR00004	29.36	7.127	.563	.721
VAR00005	29.34	6.697	.653	.702
VAR00006	29.60	7.724	.284	.770
VAR00007	29.71	7.550	.314	.766
VAR00008	29.77	7.663	.222	.790

Hasil Angket Validitas Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	38.55	15.404	.821	.907
VAR00002	38.59	15.750	.685	.914
VAR00003	38.56	15.967	.646	.916
VAR00004	38.63	15.672	.692	.914
VAR00005	38.69	15.441	.725	.912
VAR00006	38.56	15.520	.725	.912
VAR00007	38.64	15.669	.700	.913
VAR00008	38.64	16.069	.602	.919
VAR00009	38.69	15.159	.708	.913
VAR00010	38.63	15.389	.730	.912

Lampiran 3

Hasil Uji Reabilitas

Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	12

Hasil Uji Reabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	8

Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	10

Lampiran 4

1. Hasil Asumsi Dasar

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KUALITAS_PELAYANAN	HARGA	KEPUTUSAN_PEMBELIAN
N		86	86	86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	50.99	33.65	42.91
	Std. Deviation	5.500	3.028	4.370
Most Extreme Differences	Absolute	.160	.137	.192
	Positive	.160	.137	.192
	Negative	-.098	-.086	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		1.484	1.275	1.780
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024	.078	.004

Uji Lineritas kualitas pelayanan X_1

ANOVA Table

		Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN_PEMBELIAN * KUALITAS_PELAYANAN	Between Groups	(Combined)	982.256	20	49.113	4.980	.000
		Linearity	790.828	1	790.828	80.193	.000
		Deviation from Linearity	191.427	19	10.075	1.022	.450
	Within Groups	641.000		65	9.862		
	Total	1623.256		85			

Uji Linearitas Harga X_2

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN_PEMBELIAN * HARGA	Between Groups	(Combined)	765.321	13	58.871	4.941	.000
		Linearity	623.578	1	623.578	52.332	.000
		Deviation from Linearity	141.743	12	11.812	.991	.466
	Within Groups	857.935		72	11.916		
	Total	1623.256		85			

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.998	3.738		1.872	.065		
Kualitas_Pelayanan	.405	.073	.510	5.542	.000	.641	1.561
Harga	.454	.133	.314	3.419	.001	.641	1.561

b.Heteroskedastisitas

			Unstandardized Residual	kualitas pelayanan	Harga
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation coefficient		,148	,057
		Sig.(2-tailed)	1,000	,174	,603
		N	86	86	86
		Correlation coefficient	,148	1,000	,565**

.742 ^a	.550	.540	2.965	.550	50.823	2	83	.000
-------------------	------	------	-------	------	--------	---	----	------

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b.Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.998	3.738		1.872	.065
Kualitas_ Pelayanan	.405	.073	.510	5.542	.000
Harga	.454	.133	.314	3.419	.001

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

c.Uji Simultan Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	893.587	2	446.793	50.823	.000 ^b
	Residual	729.669	83	8.791		
	Total	1623.256	85			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PELAYANAN

Sumber: Hasil output SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Tabel Harga Kritis dari r Product-Moment

N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan
---	----------	-------------	---	----------	-------------	---	----------	-------------

	95%	99%		95%	99%		95%	99%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,4906	49	0,281	0,364
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	50	0,297	0,361
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	55	0,266	0,345
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	60	0,254	0,380
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	65	0,244	0,317
8	0,707	0,874	31	0,355	0,456	70	0,235	0,306
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	75	0,227	0,296
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	80	0,220	0,286
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	85	0,213	0,278
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	95	0,202	0,263
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	125	0,176	0,230
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
18	0,468	0,590	41	0,308	0,396	200	0,138	0,181
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
20	0,444	0,561	43	0,301	0,398	400	0,098	0,128
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
23	0,413	0,526	46	0,291	0,276	700	0,074	0,097
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086

N= Jumlah pasangan yang digunakan untuk menghitung r.

LAMPIRAN 4

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544

89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 5

Dokumentasi Pengisian Angket oleh Pembeli di Swalayan 88 Kota Padangsidempuan





