

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO BANGUNAN PAPAN AGUNG
WANGI SILABERANTI PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Amirudin

NIM : 2I2016300

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO BANGUNAN PAPAN AGUNG
WANGI SILABERANTI PALEMBANG**

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Amirudin

Nim : 212016300

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amirudin

Nim : 212016300

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu (1) baik di universitas muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan bimbingan.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini

Palembang, april 2020

A 6000 Rupiah stamp with a signature over it. The stamp is yellow and green, with the text 'METERAI KEPOLISIAN' and '6000 RUPIAH' visible. The signature is in black ink.

Amirudin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang

Nama : Amirudin
NIM : 212016300
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Juni 2020

Pembimbing I,



Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN: 0216057001

Pembimbing II,



Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN: 0217108803

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen




Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

ABSTRACT

Amirudin/212016300/2020/ The Influence of price and service quality on the purchase decision of building store Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang/Marketing management.

The formulation of problem in the research were price and service quality on the purchase decision of Building store Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang? The purpose of the study were measure the influence of prices and service quality on purchase decision of Building Store Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang. The research used in this study was associative research. The sample used 100 respondents with proposive sampling technique. The data used in this study was secondary. The method for collecting data was questionnaires. The analysis techniques were Multiple linear regression analysis, coefficient determination, f - test and t- test. The data analysis techniques in the study used SPSS Version 16.0 for windows. The result of this study showed that price had a significant impact on the Purchase decision of building store Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang. The service quality had a significant impact on the purchase decision of building store papan Agung Wangi Silaberanti Palembang. The price and quality of service together had significant impact on the Purchase decision of Building store Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang.

Keywords: *Price, service quality, the purchase Decision of Building store Papan Agung Wangi silaberanti Palembang.*

FINGESAHAN
NO. 204/Abstract/BR/LMP/2020/10/30
Telah di Kerakal oleh
Lembaga Pustaka
Universitas Muhammadiyah Palembang *kel*

ABSTRAK

Amirudin/212016300/2020/ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang/ Manajemen Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang ? Tujuan dalam Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan proposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data Skunder . Metode pengumpulan data yang digunakan melalui Kuesioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan analisis Regresi linier berganda, Koefisien Determinasi, Uji f dan Uji t, Teknik Analisis data dalam penelitian ini dibantu oleh SPSS Versi 16.0 For Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang.

PRAKATA

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbilalamiin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi nikmat hidup dan segala karunianya. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Atas rahmad dan hidayahnya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang sarjana Strata 1 pada jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penyusun skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada Allah SWT yang selalu memberikan rezeki dan nikmat baik keehatan jasmani dan rohani kepada penulis dan kedua orang tuaku yang selalu mencurahkan kasih sayang, perhatian dan senantiasa memberikan semangat, dan dukungan serta doa yang tiada hentinya bagi penulis. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada ibu Maftuhah Nurrahmi, SE,M.Si dan Gumar Herudiansyah, SE,M.Si yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran dengan tulus dan ikhlas. Dan teman-teman serta para sahabatku yang selalu membantuku selain itu, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.

2. Bapak Fauzi Ridwan SE., MM selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, SE,M.Si selaku Ketua Jurusan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Mister Candra, S,pd, M.Si selaku Wakil Jurusan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak dan ibu dosen beserta staf dan pengajar program Study Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pimpinan dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Seluruh pihak yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, Aamiin.

Palembang, Februari 2020

Penulis

Amirudin

DAFTAR ISI

Halaman depan.....	i
Halaman judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman pengesahan Skripsi	iv
Halaman persembahan motto	v
Halaman Prakata	vi
Halaman Daftar Isi	vii
Halaman Daftar Tabel	viii
Halaman Daftar Gambar	x
Halaman Daftar Lampiran	xi
Abstrack	xii
Abstrak	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	11
1. Loyalitas	11
2. Kepercayaan	14
3. Persepsi	24
4. pengalaman	28
B. Penelitian Sebelumnya	30
C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel	39
E. Data yang Diperlukan	41
F. Metode Pengumpulan Data.....	41
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	42
1. Analisis Data	42
2. Teknik Analisis	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	54
1. Gambaran Umum Penelitian	54
2. Gambaran Indikator	58
3. Gambaran Karakteristik Responden	62
4. Gambaran Jawaban Responden	65
5. Analisis Faktor Konfirmatori	78
6. Analisis Full Model.....	84
7. Model Goodness-Fit.....	87
8. Pengujian Hipotesis.....	90

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	98
B. Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA	101
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumen yang didasari atas perkembangan pasar saat sekarang ini membuat konsumen ingin terus dimanja, hal ini mendorong terciptanya Perusahaan dengan model tertentu sesuai dengan model tertentu sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pada zaman sekarang ini banyak sekali bermunculan dan menjadi idola konsumen ditengah-tengah kesibukannya sehari-hari, konsumen yang dahulunya berbelanja ke pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhannya, harus rela dengan suasana pasar yang berbau dan panas, namun kini konsumen bisa berbelanja di pasar modern dengan suasana yang jauh lebih aman, nyaman dan dapat memilih sendiri produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, kondisi pasar yang semakin variatif ini membuat konsumen selektif dalam melakukan pembelian dan semakin kritis dalam perilaku pembeliannya.

Semakin ketatnya persaingan pasar yang ada, terutama persaingan yang berasal dari pasar modern sejenis, membuat Perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya, dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta

memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Persaingan bisnis yang berkembang di Indonesia saat ini sangat pesat, hal ini sangat dipengaruhi oleh perubahan-perubahan yang ada dalam bisnis modern dengan munculnya produk barang maupun jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk maupun jasa tersebut. Perusahaan harus mampu menciptakan unsur pembeda produk dan tawarannya di pasar. Masing-masing tawaran perusahaan mempresentasikan ide yang besar dan berbeda dibenak konsumen yang menjadi sasarannya.

Perusahaan harus siap menghadapi pesaing yang siap merebut pangsa pasar, mereka harus selalu berusaha untuk memenuhi kepentingan konsumen agar produk yang dimilikinya lebih unggul dari produk pesaingnya, salah satu strategi menghadapi masalah tersebut adalah dengan pemberian harga yang berbeda dengan perusahaan pesaing agar konsumsi tidak berpindah ke perusahaan lain. Pemberian harga berbeda diberikan kepada konsumen untuk menarik pembeli dan menjadikan pembeli lebih puas dengan produk tersebut.

Pemberian harga berbeda akan menjadikan konsumen lebih tertarik dan akan lebih percaya dengan kualitas produk yang telah dipilihnya. Harga adalah salah satu factor penting dalam kegiatan pemasaran karena memperkenalkan dan menawarkan produk tidak terlepas dari suatu harga yang ditawarkan serta diberikan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen. Harga juga merupakan aset penting dalam suatu perusahaan agar dapat dikenal dan menjadikan pilihan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Harga merupakan jumlah uang

yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2008).

Selain pemberian harga yang berbeda dengan perusahaan pesaing, sebuah perusahaan juga harus melihat bagaimana kualitas pelayanan yang dimiliki oleh karyawan (Tjiptono & Chandra 2011:164). kualitas pelayanan. Kotler (2009) mengemukakan bahwa kualitas layanan adalah Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Banyak perusahaan yang memiliki perencanaan tujuan yang matang agar dapat menarik konsumen dan dapat mempertahankan posisi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dengan berbagai pengembangan ide-ide yang bervariasi dengan jaminan kualitasnya yang membuat harapan terhadap minat konsumen.

Harga dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan sangat berperan penting dengan keputusan pembelian konsumen. Konsumen juga mengambil keputusan pembelian dengan membandingkan harga dengan perusahaan lainnya dengan harapan mendapatkan produk berkualitas baik sesuai dengan harganya (Kotler 2009).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010: 96) keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif, Tindakan pengambilan keputusan produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualannya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya, semakin menarik harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan, semakin tinggi pula minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut dan

begitu sebaliknya, jika harga dan kualitas pelayanan tidak sesuai dengan keinginan maka minat konsumen akan menurun. Sehingga harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Perusahaan sangat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian.

Persaingan antar perusahaan juga dialami oleh Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang, sebuah Toko Bangunan yang menyediakan berbagai kebutuhan bangunan Yang beralamat di Silaberanti Palembang, Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian di Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang.

Kemudian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang menawarkan berbagai keperluan konsumen dengan memberikan harga yang terjangkau. Dilihat dari harga yang dimiliki, Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang merupakan salah satu perusahaan yang tidak kalah dalam bersaing dengan perusahaan lainnya. Produk yang ditawarkan dari Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang tersebut sangat diketahui oleh masyarakat. Produk yang dimiliki Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang menawarkan keunikan tersendiri dan memberikan pelayanan yang baik. Pihak Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen karena hal tersebut sangat berpengaruh bagi konsumen untuk memilih produk Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang.

Berdasarkan survey awal yang telah dilakukan pada 20 konsumen di Silaberanti, maka penulis menyimpulkan aspek-aspek yang menjadi pertimbangan dalam memilih belanja di Toko Bangunan Papan Agung Wangi di Silaberanti Palembang.

Tabel I.1
Hasil Riset Pendahuluan

No	Indikator	Jumlah setuju
1	Karyawan cepat tanggap	7
2	Karyawan yang baik	6
3	Harga yang sesuai dengan produk	6
4	Banyak produk	8
5	Harga terjangkau	7
6	Banyak Ukuran	5
	Jumlah	39

Sumber: Hasil wawancara pendahuluan 2020

Berdasarkan Tabel I.1 diatas dapat dijelaskan bahwa data Harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang harga yang didapatkan pada konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan menunjukkan bahwa dari 20 Konsumen yang dibagikan kuesioner yaitu:

1. Berdasarkan tabel diatas tampak pengaruh konsumen terhadap Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang cukup Variatif ketika diajukan pertanyaan indikator tentang karyawan (3,5%).
2. Karyawan yang baik (30%) menjadi prioritas kedua yang mempengaruhi konsumen, karena konsumen juga memperhatikan perilaku karyawan.

3. Harga (30%) menjadi prioritas ketiga yang mempengaruhi konsumen, karena konsumen juga memperhatikan kesesuaian harga..
4. Banyak Produk (40%) menjadi prioritas keempat yang mempengaruhi konsumen, karena konsumen juga memperhatikan apabila banyak produk bisa lebih luas untuk membeli keperluan.
5. Harga terjangkau (3,5%) menjadi prioritas kelima yang mempengaruhi konsumen, karena konsumen juga memperhatikan harga yang sesuai dengan kehendaknya.
6. Banyak Ukuran (2,5%) konsumen juga memperhatikan ukuran yang sesuai dengan ukurannya.

Dengan menyadari adanya informasi dan data yang ada, maka dalam penelitian ini penulis memilih Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang sebagai Obyek penelitian, dengan maksud untuk mengetahui seperti apa harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis membahas dan menganalisis masalah tersebut dengan judul "**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi penulis

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan masalah-masalah yang dihadapi oleh Perusahaan dan pemasar dilapangan.

2. Bagi Almamater

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain dimasa yang akan datang.

3. Bagi Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Toko Bangunan Papan Agung Wangi Silaberanti Palembang dalam upaya meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gummesson (2011). Pemasaran jasa (*Seventh ed*). Erlangga
- Indriyo Gitosudarma (2014) *Manajemen Pemasaran*, Penerbit BPFE :
Yogyakarta
- Kotler Phillip dan Keller (2013) *Marketing Management*, Pearson Education
Limited: 14 th Edition
- Kotler (2013) *Marketing management*, , Petice hall : 14 Edition New Jersey,
- Kotler dan Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta: Edisi 12
Jilid satu
- Philip Kotler (2012) *Marketing Management*, petice hal: 14 Edition New Jersey
- Rahayu(2017:1) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pelayanan tambah daya
terhadap kepuasan pelanggan*, PT. PLN (Persero) Area Cijawaruna,
Bandung.
- Suharno (2010:96), *Marketing In Practice*, Graha Ilmu: Yogyakarta
- Tjiptono (2011:59) *Service management mewujudkan layanan prima*, Edisi 2,
Yogyakarta: Andi
- Tjiptono & Chandra (2011) *Service Quality & Satisfaction*, Yogyakarta : Andi
- Ujang suwarman (2011), *.Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. PT Ghalia
Indonesia: Halaman 357
- Vargo & Lusch dalam Tjiptono (2011) *Service Management mewujudkan
layanan prima*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi
- Wijaya (2011) *Management kualitas jasa*, Cetakan ke-1 kembangan-jakart barat:
PT Indeks.

Yudi Sutarso (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) *Marketing In practice*,
Yogyakarta, Graha Ilmu