

PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT. MITRA BUANA PROPERTINDO

Wanda Septiawan^{1*}, Alum Kusumah², Rahayu Setianingsih³
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau
*e-mail: wandaseptiawan97@gmail.com

Article history

Received: 7/2/2023
Revised: 10/3/2023
Accepted: 17/3/2023
Published: 18/3/2023

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Mitra Buana Propertindo. Sebanyak 80 konsumen berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Dan analisis data analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25. Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif tetapi tidak responden. Jenis data signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk juga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka secara simultan atau bersamaan pelayanan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo. Kebaruan penelitian ini memberikan kontribusi kepada literatur akademi terutama terkait dengan pembahasan variabel keputusan pembelian, pelayanan, harga dan kualitas pembelian.

Kata Kunci: Pelayanan, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

PT. Mitra Buana Propertindo merupakan salah satu pengembang perumahan yang memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya, salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT. Mitra Buana Propertindo kepada konsumennya dalam bentuk pelayanan kelengkapan berkas, yang dimana pihak petugas dari PT. Mitra Buana Propertindo selalu membantu konsumennya dalam hal pengurusan berkas-berkas yang harus dilengkapi, seperti surat keterangan belum memiliki rumah, slip gaji konsumen dan pengurusan berkas di pihak Bank yang membantu mendanai dalam pengambilan kredit rumah di PT. Mitra Buana Propertindo.

Selain pelayanan, harga juga merupakan sebagai salah satu penentu dalam keputusan pembelian konsumen. Tujuan Penetapan Harga Menurut Nirwandani (2015 :37) Dalam Kencana (2019) menyatakan tujuan penetapan harga jual terdiri dari : (1) Memaksimalkan Laba atau Keuntungan, (2) Memaksimalkan Pendapatan, (3) Memaksimalkan Pangsa Pasar dan kepemimpinan mutu.

Adapun kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Lupiyoadi (2013) kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan kepercayaan, ketahanan, dan kinerja. Permasalahan mengenai kualitas menjadi penting bagi konsumen

dan perusahaan. Terdapat beberapa konsep yang saling berhubungan mengenai kualitas, yaitu : 1) Kualitas objektif atau kualitas yang sebenarnya, 2) Kualitas berdasarkan kepada produk yang menyangkut sifat dan jumlah dari bahan-bahan penampilan fisik produk, 3) Kualitas dari sudut pandang konsumen (kualitas yang diterima oleh konsumen) merupakan persepsi konsumen mengenai keseluruhan kualitas atau keunggulan produk, 4) Kualitas daya tahan yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.

KAJIAN PUSTAKA

Grand Theory dalam penelitian ini adalah pendapat menurut Kotler dan Keller (2021) yang menyatakan keputusan pembelian adalah langkah dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli, dan rangsangan yang diberikan oleh keputusan pembelian dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi dan promosi.

Pemasaran adalah salah satu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi (Stanton & Futrel, 2018).

Menurut Kotler & Philip (2018) 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.

Handoko (2002) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan sekunder (Sugiyono, 2018) Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dimana data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden atau objek penelitian yang meliputi tanggapan nasabah mengenai pelayanan, harga dan kualitas yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan dari perusahaan PT. Mitra Buana Propertindo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Pengujian untuk menentukan valid atau tidaknya dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, untuk *degree of freedom* (df) = 80 -2 maka didapat angka 78 dan tingkat signifikan untuk uji dua arah = 0,05 , sehingga di dapat r tabel 0,2199. Apabila nilai r hitung lebih besar dibanding r tabel maka indikator/kuesioner adalah valid. Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Y1	0,452	0,2199	Valid
2	Y2	0,588	0,2199	Valid

3	Y3	0,423	0,2199	Valid
4	Y4	0,711	0,2199	Valid
5	Y5	0,510	0,2199	Valid
6	Y6	0,499	0,2199	Valid
7	Y7	0,495	0,2199	Valid
8	Y8	0,520	0,2199	Valid
9	Y9	0,711	0,2199	Valid
10	Y10	0,445	0,2199	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Pelayanan (X1)

No	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X1.1	0,338	0,2199	Valid
2	X1.2	0,420	0,2199	Valid
3	X1.3	0,370	0,2199	Valid
4	X1.4	0,416	0,2199	Valid
5	X1.5	0,610	0,2199	Valid
6	X1.6	0,461	0,2199	Valid
7	X1.7	0,573	0,2199	Valid
8	X1.8	0,597	0,2199	Valid
9	X1.9	0,615	0,2199	Valid
10	X1.10	0,527	0,2199	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Harga (X2)

No	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X2.1	0,476	0,2199	Valid
2	X2.2	0,461	0,2199	Valid
3	X2.3	0,604	0,2199	Valid
4	X2.4	0,728	0,2199	Valid
5	X2.5	0,694	0,2199	Valid
6	X2.6	0,626	0,2199	Valid
7	X2.7	0,628	0,2199	Valid
8	X2.8	0,531	0,2199	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)

No	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X3.1	0,355	0,2199	Valid
2	X3.2	0,388	0,2199	Valid
3	X3.3	0,500	0,2199	Valid
4	X3.4	0,718	0,2199	Valid
5	X3.5	0,693	0,2199	Valid
6	X3.6	0,517	0,2199	Valid
7	X3.7	0,708	0,2199	Valid
8	X3.8	0,529	0,2199	Valid
9	X3.9	0,293	0,2199	Valid
10	X3.10	0,678	0,2199	Valid
11	X3.11	0,581	0,2199	Valid
12	X3.12	0,611	0,2199	Valid
13	X3.13	0,547	0,2199	Valid
14	X3.14	0,268	0,2199	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4 tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian, pelayanan, harga, dan kualitas produksi telah dinyatakan valid karena seluruh variabel telah memperoleh hasil pengujian nilai r hitung seluruh pernyataan > r tabel (0,2199). Artinya adalah alat ukur yang digunakan valid dan layak untuk digunakan sebagai data penelitian, yang berarti tiap instrumen masing-masing kuesioner dapat mengukur variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

(Sugiyono, 2018) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Cara menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan *Cronbach alpha*. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Pelayanan	0,653	0,60	Reliabel
Harga	0,732	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,797	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,729	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 pelayanan menghasilkan *cronbach's alpha* sebesar 0,653, harga sebesar 0,732, kualitas produk sebesar 0,797, dan keputusan pembelian sebesar 0,729. Pada masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,60, maka kondisi ini memberikan arti bahwa seluruh variabel tersebut adalah reliabel dan dapat digunakan pada analisis berikutnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2011) Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat *histogram* dan grafik *probably plots*.

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{ab}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,40707438
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,062
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,198

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022.

Uji normalitas juga dilakukan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 0,05 maka data berdistribusi normal. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikansi dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Dari hasil tabel One Sample Kolmogorov Smirnov diatas, menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,198 atau lebih besar dari 0,05 artinya bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel independen atau tidak (Umar, 2011) Model regresi yang baik adalah regresi yang variabel independennya tidak memiliki hubungan yang erat atau dengan kata lain tidak terjadi multikolinearitas.

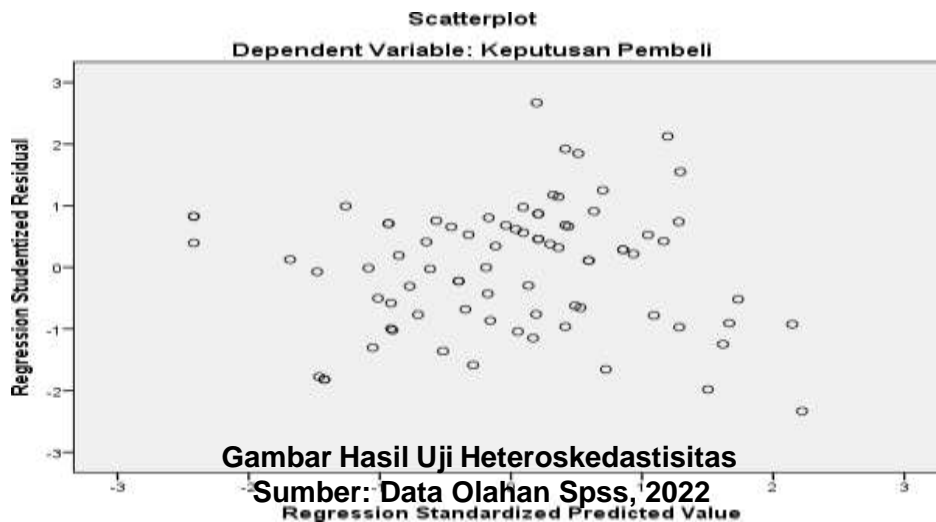
Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

	Tolerance	<i>Collinearity Statistic</i> Vif
Model (Constant)		
Pelayanan	,602	1,662
Harga	,143	7,011
Kualitas Produk	,125	7,972

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas bahwa nilai pelayanan (X1) , harga (X2) dan kualitas produk (X3) menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan multikolinearitas, sehingga semua variabel independen yang terdiri dari pelayanan, harga dan kualitas produk serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian adalah berdistribusi normal.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya maka disebut Homoskedastisitas, jika sebaliknya maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Umar, 2011). Adapun uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser.



Berdasarkan gambar di atas tampilan pada scatterplot terlihat bahwa plot menyebar secara acak maupun di bawah angka nol pada sumbu Regression Studentized Residual. Oleh karena itu maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada metode regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan variabel independen pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo.

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-,476	2,093		-,227	,821
Pelayanan	,117	,060	,270	1,937	,056
Harga	,332	,136	,699	2,444	,017
Kualitas Produk	-,230	,097	-,725	-2,377	,020

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada tabel 4.14 diperoleh nilai signifikansi antara variabel independen dengan *absolute residual* > 0,05. Dapat diartikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih besar.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan data yang dikumpulkan berjumlah 80 responden, maka hasil analisis regresi linier berganda dapat disajikan melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	10,285	3,952	
Pelayanan	,253	,114	,243
Harga	,455	,257	,397
Kualitas Produk	,088	,183	,114

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.15. dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,285 + 0,253X_1 + 0,455X_2 + 0,088X_3 + e$$

Angka-angka dalam persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 10,285 artinya adalah apabila pelayanan, harga dan kualitas produk pada PT. Mitra Buana Propertindo diasumsikan bernilai (0), maka keputusan pembelian pada PT. Mitra Buana Propertindo memiliki nilai sebesar 10,285.
2. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan (X1) sebesar 0,253 dan bernilai positif. Menyatakan pelayanan pada PT. Mitra Buana Propertindo mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian pada PT. Mitra Buana Propertindo mengalami peningkatan sebesar 0,253.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,455 dan bernilai positif. Menyatakan harga pada PT. Mitra Buana Propertindo mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian pada PT. Mitra Buana Propertindo akan meningkat sebesar 0,455.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,088 dan bernilai positif. Menyatakan kualitas produk pada PT. Mitra Buana Propertindo mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian pada PT. Mitra Buana Propertindo akan meningkat sebesar 0,088.

Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Sugiyono (2018) bahwa uji statistik t memperlihatkan pengaruh satu variabel penjelasan/independen menjelaskan variabel dependen. Dapat diartikan pengujian ini dilakukan dengan tujuan melihat seberapa jauh variabel independen mempunyai pengaruh signifikan secara parsial atau individu terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengujianya adalah jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis akan diterima dan sebaliknya jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis akan ditolak. Adapun rumus t tabel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (a/2 ; n - k - 1) \\ &= (0,05/2 ; 80 - 3 - 1) \\ &= (0,025 ; 76) \\ &= 1.991 \end{aligned}$$

Keterangan :

n: sampel

k: jumlah variabel bebas

a: (0,05) tingkat kepercayaan

Hasil pengujian parsial (Uji t) adalah sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Unstandardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10,285	3,952		2,602	,011
	Pelayanan	,253	,114	,243	2,225	,029
	Harga	,455	,257	,397	1,772	,080
	Kualitas Produk	,088	,183	,114	,479	,633

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 diatas maka dapat diketahui sebagai berikut:

1. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo menunjukkan nilai t hitung (2,225) > t tabel (1.991) dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,029 masih berada di bawah 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo menunjukkan nilai t hitung (1.772) < t tabel (1.991) dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,80 melebihi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo maka hipotesis (H_2) ditolak.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo menunjukkan nilai t hitung (0,479) < t tabel (1.991) dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,633 melebihi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo maka hipotesis (H_3) ditolak.

Uji F (Uji Simultan)

Menurut Sugiyono (2018) guna membuktikan kebenaran dari hipotesis tersebut apakah secara bersama-sama variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak nyata terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka dapat diketahui $F\text{-Tabel } (n-k-1) = (80-3-1) = F\text{-Tabel } 76 = 2,72$.

Tabel 11 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	383,823	3	127,941	21,243	,000 ^b
	Residual	457,727	76	6,023		
	Total	841,550	79			

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 21,243 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), sedangkan F tabel dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 2,72. Dengan demikian diketahui F hitung (21,243) > Ftabel (2,72) dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Maka secara simultan atau bersamaan pelayanan, harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2018) koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011)

Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,456	,435	2,454

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari tabel 4.18 diatas dapat diketahui nilai R menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dimana diketahui nilai R sebesar 0,675 artinya bahwa korelasi ganda antara variabel independen (pelayanan, harga, dan kualitas produk) dengan variabel dependen (keputusan pembelian) memiliki hubungan yang kuat.

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai R *Square* sebesar 0,435 atau 43,5% berarti pelayanan, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo sebesar 43,5% sementara sisanya sebesar 0,544 atau 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Perusahaan menganggap konsumen adalah sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan sehingga dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya. Menurut kotler (2019) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai t hitung dari pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai karena t hitung $>$ t tabel sebesar $2,225 > 1,991$ dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,029 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian artinya hipotesis (H_1) diterima. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Asrida, 2014) juga menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan harga harus mencerminkan nilai konsumen bersedia membayar harga dibandingkan harus mencerminkan hanya biaya pembuatan produk atau memberikan layanan. Artinya harga dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2015) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai t hitung dari variabel harga berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

karena t hitung $< t$ tabel sebesar $1,772 < 1.991$ dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,80 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya hipotesis (H2) ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrina (2016) menyatakan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai yang signifikan. Hal ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Metro, 2019) yang menyimpulkan bahwa harga dapat secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Lupiyoadi (2013) kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan kepercayaan, ketahanan, dan kinerja. Definisi kualitas produk sendiri menurut Kotler dan Armstrong dalam Suryani & Batu (2021) kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai t hitung dari variabel kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena t hitung $< t$ tabel sebesar $0,479 < 1.991$ dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,633 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya hipotesis (H3) ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspita et al. (2016) dikemukakan bahwa kualitas produk memang berdampak secara langsung terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk membeli. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2021) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Lupiyoadi, 2013) pelayanan merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan/nasabah. Dengan bentuk pelayanan yang baik yang diberikan kepada nasabah, maka akan dapat meningkatkan suatu keputusan nasabah untuk membeli suatu produk.

Menurut Guntur (2010) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel.

Menurut (Kotler & Keller, 2016) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk di dalam keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya

Menurut Firmansyah (2019) keputusan pembelian merupakan tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan produk atau jasa yang ingin dibeli. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian. Dalam pembelian, terdapat tahapan yang menghasilkan suatu keputusan pembelian ulang jika konsumen puas dengan pembelian pertama dan seterusnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F hitung sebesar 21,243 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), sedangkan F tabel dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 2,72. Dengan demikian diketahui F hitung ($21,243 >$

F tabel (2,72) dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Maka secara simultan atau bersamaan pelayanan, harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2014) yang menyatakan kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dengan judul pengaruh pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo. Jadi apabila pelayanan tinggi atau meningkat maka keputusan pembelian dapat meningkat, sebaliknya apabila pelayanan rendah atau menurun maka keputusan pembelian juga akan menurun.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo.
3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo.
4. Secara simultan atau bersamaan pelayanan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo. Adapun besar pengaruh pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo sebesar 45,6% sementara sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini yang berupa pengaruh pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo adalah :

1. Bagi instansi

- Berdasarkan pada penelitian ini diharapkan petugas atau karyawan PT. Mitra Buana Propertindo agar dapat meningkatkan daya tanggap yang lebih baik lagi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah agar dapat meningkatkan keputusan pembelian nasabah.
- Disarankan juga untuk lebih memperhatikan lagi harga pasaran, agar dapat terjangkau oleh seluruh masyarakat.
- Disarankan agar pihak PT Mitra Buana Propertindo dapat memperhatikan spek-spek rumah yang di bangun agar harga rumah nya sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen
- Diharapkan pihak untuk PT. Mitra Buana Propertindo dapat menampilkan unit rumah yang lebih menarik lagi agar dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.
- Diharapkan pihak dari PT Mitra Buana Propertindo agar lebih mempermudah konsumen dalam perihal klaim perbaikan rumah sebelum ditempati konsumen.
- Bagi konsumen yang ingin membeli rumah pada PT. Mitra Buana Propertindo, diharapkan agar dapat secara langsung mencari informasi nya langsung kepada karyawan PT. Mitra Buana Propertindo agar informasi yang didapat valid.
- Disarankan agar PT Mitra Buana Propertindo dapat memperhatikan lagi lokasi tempat yang akan dibangun perumahan, agar konsumen merasa lebih nyaman lagi menepatinya.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dan juga mengingat variabel bebas dalam pengujian data ini merupakan hal yang sangat penting. Dan diharapkan hasil skripsi ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya dan memberikan manfaat untuk orang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrida. (2014). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis Pada PT. Skripsi STIE Persada Bunda.*
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. CV. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guntur, E. M. (2010). *Transformasi manajemen pemasaran + membangun citra negara*. Sagung Seto.
- Handoko. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Badan Penerbit IPWI.
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2).
- Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Marketing management. 15th edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, & Philip. (2018). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Indeks kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi, Edisi III*. Salemba Empat.
- Metro. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo di Sahabat Ponsel Pekanbaru*. STIE RIAU.
- Puspita, D. L., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 34(1), 79–85.
- Stanton, & Futtrel. (2018). *Prinsip Pemasaran*. Yohanes Lamarto, Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Statistik Untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *Jurnal of Management*, 4(2), 254–272.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Ahyaruddin, M. and Akbar, R. (2016) 'the Relationship Between the Use of a Performance Measurement System, Organizational Factors, Accountability, and the Performance of Public Sector Organizations', *Journal of Indonesian Economy and Business*, 31(1), pp. 1–21. Available at: <https://doi.org/10.22146/jieb.10317>.
- Azmi, Z. and Aprayuda, R. (2021) 'Apakah Kompensasi Eksekutif Bank dapat Mempengaruhi Manajemen Laba?', *Jurnal Kajian Akuntansi*, 5(2), pp. 193–211. Available at: <https://doi.org/10.33603/jka.v5i2.4871>.
- Darwin, R., Sari, D.W. and Heriqbaldi, U. (2022) 'Dynamic Linkages between Energy Consumption, Foreign Direct Investment, and Economic Growth: A New Insight from Developing Countries in Asia', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(6), pp. 30–36. Available at: <https://doi.org/10.32479/ijeep.13552>.
- Fikri, K. et al. (2021) 'Mediation and moderation models on the effect of empowering leadership and professionalism toward lecturer performance', *Quality - Access to Success*, 22(184), pp. 192–202. Available at: <https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.25>.
- Fikri, K. et al. (2023) 'The Influence Of Empowering Leadership And Professionalism On Lecturer Performance With Motivation As A Moderating Variables', *Quality - Access to Success*, 24(196), pp. 175–182. Available at: <https://doi.org/10.47750/QAS/24.196.23>.
- Hadi, M.F. et al. (2021) 'The role of electricity and energy consumption influences industrial development between regions in Indonesia', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(3), pp. 403–408.
- Hardilawati, W.L., Farhanidhya, N. and Hinggo, H.T. (2023) 'The Effect of Market Orientation, E-Commerce, and Product Innovation on Marketing Performance in MSMEs Culinary Sector', *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(2), pp. 168–181.

- Haris, A. and Amalia, A. (2018) 'MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi)', *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(1), pp. 16–19. Available at: <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>.
- Hidayat, M. et al. (2022) 'Does Investment and Energy Infrastructure InfluencConvergence in Sumatra Island, Indonesia?', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(4), pp. 274–281. Available at: <https://doi.org/10.32479/ijeep.13214>.
- Hidayat, M. et al. (2023) 'The Influence of Investment, Energy Infrastructure, and Human Capital Towards Convergence of Regional Disparities in Sumatra Island, Indonesia; Using Oil and Gas Data and Without Oil and Gas', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 13(4), pp. 139–149.
- Hidayat, M., Darwin, R. and Hadi, M.F. (2018) 'Inequality of Interregional Development in Riau Indonesia; Panel Data Regression Approach', *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(5), pp. 184–189.
- Hidayat, M., Darwin, R. and Hadi, M.F. (2020) 'Does energy infrastructure reduce inequality inter-regional in riau province, indonesia?', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), pp. 160–164. Available at: <https://doi.org/10.32479/ijeep.8658>.
- Marlina, E., Tjahjadi, B. and Ningsih, S. (2021) 'Factors Affecting Student Performance in E-Learning: A Case Study of Higher Educational Institutions in Indonesia', *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), pp. 993–1001. Available at: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0993>.
- Rangkuty, D.M. and Hidayat, M. (2021) 'Does Foreign Debt have an Impact on Indonesia's Foreign Exchange Reserves?', *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 16(1), p. 85.
- Samsiah, S., Marlina, E. and Ardi, H.A. (2018) 'The Influence of Knowledge Management and Information Technology on Competitive Advantage and University Performance', *Jurnal Manajemen*, 22(2), pp. 154–167.
- Siregar, D.I. and Binangkit, I.D. (2021) 'Business Value-Added Within the Circular Business Model: a Multiple Case Analysis', *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 7(1), pp. 231–239. Available at: <https://doi.org/10.17358/jabm.7.1.231>.
- Siregar, D.I., Binangkit, I.D. and Wibowo, A.P. (2021) 'Exploring the internationalisation strategy of higher education: A case of Muhammadiyah Higher Institution', *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 15(1), pp. 55–63. Available at: <https://doi.org/10.11591/edulearn.v15i1.17436>.
- Widiarsih, D., Darwin, R. and Murdy, K. (2021) 'Efektivitas Fiskal - Moneter: Strategi Pemulihan Ekonomi Provinsi Riau Dalam Menghadapi Era New Normal', *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 11(1), p. 67. Available at: <https://doi.org/10.24036/011122490>.
- Yulisman et al. (2022) 'Implementation of Iot-Based Hydroponics for Slb Pembina Pekanbaru Students', *Journal of Applied Engineering and Technological Science*, 4(1), pp. 312–317. Available at: <https://doi.org/10.37385/jaets.v4i1.1074>.