

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AYAM GEPREK DI WARUNG 88 KUBANG PUTIAH BUKITTINGGI

Ella Febrissa & Tartila Devy

UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

febrissaella@gmail.com; tartiladevy@uinbukittinggi.ac.id

### Abstract

This study investigates the influence of price, product quality, and customer loyalty on the repurchase interest of 3 kg LPG gas in Pekanbaru City. Employing an explanatory research design, the sample comprised 100 individuals selected through proportional random sampling who had purchased 3 kg LPG gas. A structured questionnaire served as the primary research instrument, and hypotheses were tested using multiple linear regression analysis. The findings reveal that while price significantly affects repurchase interest, product quality does not demonstrate a statistically significant impact. Conversely, loyalty exhibits a significant positive correlation with repurchase interest. These results suggest that repurchase interest in 3 kg LPG gas in Pekanbaru City is primarily driven by pricing strategies and customer loyalty rather than product quality. Consequently, it is recommended that consumers prioritize product quality, particularly concerning safety factors associated with LPG gas cylinders, when making purchasing decisions. This study contributes to the broader understanding of consumer behavior in the energy sector, highlighting the critical role of pricing and loyalty in fostering repeat purchases, which has implications for marketers and policymakers aiming to enhance consumer safety and satisfaction.

**Keywords:** Price, Product Quality, Loyalty, Repurchase Interest, Consumer Behavior.

**Abstrak:** This research aims to determine the influence of price and service quality on purchasing decisions for fried chicken products at Warung 88. The method used in this research is an online field research method by distributing online questionnaires to 100 people or respondents who are none other than Warung 88 consumers. The data analysis carried out was correlational analysis, validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, coefficient of determination test (R<sup>2</sup>), statistical T test, and statistical F test to determine the size. The influence and significance of price and service quality on purchasing decisions for fried chicken products at

Warung 88. Based on the analysis results, it was found that (1) price had a significant influence on purchasing decisions where the value of  $T_{count} (8.579) > T_{table} (1.984)$  and the significance level was  $0.000 > 0.05$ . (2) service quality has a significant effect on purchasing decisions where  $T_{count} (3.694) > T_{table} (1.984)$  with a significance level of  $0.000 > 0.05$ . (3) price and service quality with a value of  $F_{count} 137.257 > F_{table} 2.70$  with a significance level of  $0.000 > 0.05$  and the coefficient of determination test results obtained were 0.739 or 73.9% so it can be concluded that the price and service quality variables have an influence on decisions purchases amounted to 73.9% and the remaining 26.1% was influenced by other variables.

**Keyword:** Price; Service Quality; Buying Decision

## PENDAHULUAN

Bisnis di bidang kuliner saat ini semakin berkembang dengan pesat. Hal ini dapat ditunjukkan dengan semakin maraknya berdiri usaha-usaha kuliner (Sodikin, Arifin Rois, 2022). Industri kuliner merupakan salah satu kawasan industri yang persaingannya cukup ketat, disertai dengan konsep kreatif dan inovatif yang membantu membangun dan menyempurnakan strategi pemasaran (Arya Duta & Fauzi Arif Lubis, 2023). Perkembangan dunia saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang, baik produksi maupun jasa. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan dituntut mempunyai strategi yang tepat untuk memenuhi target penjualan. Hal ini dapat memicu perusahaan memperbaiki bisnisnya menjadi lebih maju. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan harus mengikuti perkembangan zaman supaya tidak tertinggal dengan pesaingnya. Dengan memperhatikan harga dan kualitas pelayanan yang baik membuat konsumen tertarik untuk membeli (Wahyuningtyas & Habib, 2024).

Keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber, seleksi terhadap *alternative* pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat kepuasan kepada konsumen untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai suatu nilai yang lebih yang dapat diharapkan (Gabriella & Roeky, 2024).

Salah satu menu makanan yang banyak dijual belakangan ini ialah ayam geprek. Ayam geprek menjadi salah satu makanan khas dengan cita rasa yang unik, penyajian ayam pun berbeda dengan ayam goreng pada umumnya, sebab ayam digeprek sehingga hasil ayam hancur. Sehingga makanan ini terlihat unik dan menarik ditambahi dengan sambal diatasnya.

Salah satu usaha kuliner yang menyediakan menu makanan ayam geprek yaitu Warung 88 yang terletak tidak jauh dari kampus UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, berlokasi di Jl. Gurun Aua, No. 255, Kubang Putih, Kec Banuhampu, Kabupaten Agam, Sumatera. Selain Warung 88 di lokasi sekitar kampus UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi terdapat warung-warung yang menjual dengan menu utamanya yaitu ayam geprek. Harga ayam geprek yang dijual di warung tersebut sebagai berikut :

**Tabel 1.** Data Perbandingan Harga Ayam Geprek di Warung 88 Dengan Tempat Lain

| No | Nama Usaha        | Harga  |
|----|-------------------|--------|
| 1  | Warung 88         | 14.000 |
| 2  | Pecel Lele 99     | 15.000 |
| 3  | Sambal Rawit Hoki | 15.000 |
| 4  | Geprekkin         | 15.000 |
| 5  | Ayam Kampus       | 13.000 |
| 6  | Kopmil            | 13.000 |

Dengan banyaknya warung yang menjual menu yang sama, ayam geprek di Warung 88 menghadapi persaingan. Dalam hal ini Warung 88 selama sepanjang tahun 2023 sampai 2024 memiliki target penjualan yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.** Data Omset Ayam Geprek Warung 88 Tahun 2023

| No | Bulan    | Omset Penjualan | Target Penjualan Perhari | Target Penjualan Perbulan |
|----|----------|-----------------|--------------------------|---------------------------|
| 1  | Januari  | 140.400.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 2  | Februari | 117.650.000,00  | 6.500.000,00             | 182.000.000,00            |
| 3  | Maret    | 143.416.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 4  | April    | 117.741.000,00  | 6.500.000,00             | 195.000.000,00            |
| 5  | Mei      | 194.571.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 6  | Juni     | 171.860.000,00  | 6.500.000,00             | 195.000.000,00            |
| 7  | Juli     | 136.500.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 8  | Agustus  | 202.800.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |

|    |           |                |              |                |
|----|-----------|----------------|--------------|----------------|
| 9  | September | 199.550.000,00 | 6.500.000,00 | 195.000.000,00 |
| 10 | Oktober   | 207.610.000,00 | 6.500.000,00 | 201.500.000,00 |
| 11 | November  | 193.570.000,00 | 6.500.000,00 | 195.000.000,00 |
| 12 | Desember  | 178.880.000,00 | 6.500.000,00 | 201.500.000,00 |

**Tabel 3.** Data Omset Ayam Geprek Warung 88 Tahun 2024

| No | Bulan     | Omset Penjualan | Target Penjualan Perhari | Target Penjualan Perbulan |
|----|-----------|-----------------|--------------------------|---------------------------|
| 1  | Januari   | 130.000.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 2  | Februari  | 113.100.000,00  | 6.500.000,00             | 188.500.000,00            |
| 3  | Maret     | 139.100.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 4  | April     | 104.000.000,00  | 6.500.000,00             | 195.000.000,00            |
| 5  | Mei       | 204.750.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 6  | Juni      | 162.890.000,00  | 6.500.000,00             | 195.000.000,00            |
| 7  | Juli      | 139.750.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 8  | Agustus   | 187.200.000,00  | 6.500.000,00             | 201.500.000,00            |
| 9  | September | 193.700.000,00  | 6.500.000,00             | 195.000.000,00            |

Berdasarkan tabel omset penjualan tersebut terdapat penjualan yang mengalami penurunan, mengakibatkan omset penjualan yang tidak bisa mencapai target penjualan.

Dari wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa konsumen, mereka berpendapat bahwa pelayanan pada Warung 88 berkurang disaat banyak konsumen yang membeli, hal itu yang menyebabkan konsumen yang tidak sabar akan berpindah untuk membeli ayam geprek ditempat lain.

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan diatas, sehingga tujuan penelitian yang ingi dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Ayam Geprek di Warung 88 Kota Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Geprek di Warung 88 Kota Bukittinggi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Geprek di Warung 88 Kota Bukittinggi.

## **Kajian Pustaka**

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Amstrong, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Tjiptono keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Malonda et al., 2021).

### **Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Armstrong indikator dari keputusan pembelian dalam hal ini disebutkan:

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

### **Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian**

Adapun tahapan-tahapan yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan membeli yaitu sebagai berikut :

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Tingkah Laku Pasca Pembelian (Zusrony, 2021)

### **Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu sebagai berikut :

- a. Ciri khas makanan
- b. Penampilan
- c. Harga
- d. Harga dan produk

- e. Pelayanan
- f. Kualitas produk (Agustin, 2021)

### **Teori Perilaku Pembelian**

- 1. Teori Ekonomi Mikro
- 2. Teori Psikologis
- 3. Teori Antropologis (Zusrony, 2021)

### **Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong, mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Kotler harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa (Husna, 2021).

### **Indikator Harga**

Kotler dan Armstrong menjelaskan ada empat ukuran indikator yang mencirikan harga yaitu :

- 1. Keterjangkauan harga
- 2. Kesesuaian harga dengan kualitas
- 3. Daya saing harga
- 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Denni Mochamad Faisal et al., 2023)

### **Faktor Yang Mempengaruhi Harga**

Faktor-faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga ialah :

- a. Tujuan Pemasaran
- b. Strategi Bauran Pemasaran
- c. Biaya
- d. Pertimbangan Keorganisasian Suatu Perusahaan

Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga antara lain :

- a. Pasar dan Permintaan
- b. Biaya, Harga dan Tawaran Pesaing
- c. Faktor-Faktor Eksternal Lain (Armstrong, 2003)

### **Harga dalam Perspektif Islam**

Di konsep Islam prinsip yang paling utama yaitu harga karena ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Keseimbangan tersebut terjadi jika penjual dan pembeli saling merelakan dalam transaksi jual beli. Jadi, dapat dikatakan harga ditentukan oleh kemampuan bagi penjual dalam menyediakan harga dan barang yang ditawarkan kepada pembeli serta kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang yang sesuai dari penjual .

Penetapan harga menurut pandangan hukum Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Prinsip ridha
2. Prinsip Keterbukaan
3. Prinsip Kejujuran
4. Prinsip keadilan (Kamariah, 2022)

### **Kualitas Pelayanan**

Kotler mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik (Afif et al., 2022).

### **Indikator Kualitas Pelayanan**

1. Ketanggapan (*Responsiveness*)
2. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)
3. Bukti Fisik (*Tangible*)
4. Perhatian (*Empathy*)
5. Keandalan (*Reability*) (Chandra et al., 2020)

### **Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Menurut The Lang Gie menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu :

- a. Motivasi kerja karyawan
- b. Sistem kerja dan sistem pelayanan di perusahaan tersebut
- c. Suasana kerja di perusahaan
- d. Kemampuan kerja karyawan
- e. Lingkungan fisik tempat kerja
- f. Perlengkapan dan fasilitas
- g. Prosedur kerja di perusahaan tersebut (Mahmudin, 2022)

### **Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam**

Pelayanan dalam Islam adalah suatu hal yang harus dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Muhammad, pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan barang atau jasa harus lebih terarah dan mempunyai pedoman serta prinsip-prinsip yang di ajarkan dalam agama islam. Dimana agama islam menekankan pada suatu pelayanan yang sesuai ajaran islam dengan harapan konsumen merasakan kepuasan yang maksimal (Rosi, 2023).

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional yang bertujuan memberikan penjelasan dengan mendeskripsikan arah dan kekuatan hubungan antara variabel-variabel dalam suatu kelompok.

Populasi dari penelitian ini ialah seluruh konsumen ayam geprek Warung 88 yang diambil dari rata-rata jumlah pengunjung perhari adalah 400 sehingga dalam satu bulan rata-rata transaksi pengunjung adalah  $400 \times 30 = 12.000$  populasi. Sampel yang digunakan dengan menggunakan metode Purposive Sampling. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan dapat menggunakan rumus Slovin dengan derajat 10% sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Ukuran sampel



N : Populasi

e : Presentase kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan ( $e=0,1$ )

Jadi, sampel pada penelitian yang akan dilakukan yaitu :

$$n = \frac{12.000}{1 + (12.000 \times 0,1^2)} = 99,173$$

99,173 sampel dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu sumber data yang dipakai data primer dengan cara menyebar kuesioner kepada konsumen yang memutuskan melakukan pembelian di ayam geprek Warung 88 dengan mengumpulkan data melalui sebar kuesioner menggunakan skala likert SPSS dan menggunakan teknik analisis korelasional. Pengujian model yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji parsial ( $T$ ), dan uji simultan ( $F$ ).

## HASIL

### Uji Validitas

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas X1 (Harga)

| No | Variabel | Nama Item | R Hitung | R Tabel          | Keterangan |
|----|----------|-----------|----------|------------------|------------|
|    |          |           |          | (n-2)= 100-2= 98 |            |
| 1  | HARGA    | X1.1      | 0,7899   | 0,1654           | Valid      |
| 2  |          | X1.2      | 0,8224   | 0,1654           | Valid      |
| 3  |          | X1.3      | 0,8127   | 0,1654           | Valid      |
| 4  |          | X1.4      | 0,8252   | 0,1654           | Valid      |
| 5  |          | X1.5      | 0,7354   | 0,1654           | Valid      |
| 6  |          | X1.6      | 0,7127   | 0,1654           | Valid      |
| 7  |          | X1.7      | 0,7222   | 0,1654           | Valid      |
| 8  |          | X1.8      | 0,8170   | 0,1654           | Valid      |
| 9  |          | X1.9      | 0,7735   | 0,1654           | Valid      |
| 10 |          | X1.10     | 0,7552   | 0,1654           | Valid      |
| 11 |          | X1.11     | 0,7367   | 0,1654           | Valid      |
| 12 |          | X1.12     | 0,7329   | 0,1654           | Valid      |
| 13 |          | X1.13     | 0,7772   | 0,1654           | Valid      |
| 14 |          | X1.14     | 0,8115   | 0,1654           | Valid      |

|    |  |       |        |        |       |
|----|--|-------|--------|--------|-------|
| 15 |  | X1.15 | 0,8101 | 0,1654 | Valid |
| 16 |  | X1.16 | 0,8093 | 0,1654 | Valid |

Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan item variabel x1 yang digunakan valid. Dimana jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 dan r tabel diperoleh sebesar 0,1654, dengan mengikuti acuan pada rumus df.

**Tabel 5.** Hasil Uji Validitas X2 (Kualitas Pelayanan)

| No | Variabel           | Nama Item | R Hitung | R Tabel          | Keterangan |
|----|--------------------|-----------|----------|------------------|------------|
|    |                    |           |          | (n-2)= 100-2= 98 |            |
| 1  | KUALITAS PELAYANAN | X2.1      | 0,8438   | 0,1654           | Valid      |
| 2  |                    | X2.2      | 0,8896   | 0,1654           | Valid      |
| 3  |                    | X2.3      | 0,8462   | 0,1654           | Valid      |
| 4  |                    | X2.4      | 0,8361   | 0,1654           | Valid      |
| 5  |                    | X2.5      | 0,8583   | 0,1654           | Valid      |
| 6  |                    | X2.6      | 0,8880   | 0,1654           | Valid      |
| 7  |                    | X2.7      | 0,7655   | 0,1654           | Valid      |
| 8  |                    | X2.8      | 0,8442   | 0,1654           | Valid      |
| 9  |                    | X2.9      | 0,8932   | 0,1654           | Valid      |
| 10 |                    | X2.10     | 0,8188   | 0,1654           | Valid      |

Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan item variabel X2 yang digunakan valid. Dimana jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 dan r tabel diperoleh sebesar 0,1654, dengan mengikuti acuan pada rumus df.

**Tabel 6.** Hasil Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian)

| No | Variabel            | Nama Item | R Hitung | R Tabel          | Keterangan |
|----|---------------------|-----------|----------|------------------|------------|
|    |                     |           |          | (n-2)= 100-2= 98 |            |
| 1  | KEPUTUSAN PEMBELIAN | Y1        | 0,7655   | 0,1654           | Valid      |
| 2  |                     | Y2        | 0,7665   | 0,1654           | Valid      |
| 3  |                     | Y3        | 0,8148   | 0,1654           | Valid      |
| 4  |                     | Y4        | 0,6306   | 0,1654           | Valid      |
| 5  |                     | Y5        | 0,8605   | 0,1654           | Valid      |

|   |  |    |        |        |       |
|---|--|----|--------|--------|-------|
| 6 |  | Y6 | 0,7982 | 0,1654 | Valid |
| 7 |  | Y7 | 0,8694 | 0,1654 | Valid |
| 8 |  | Y8 | 0,7258 | 0,1654 | Valid |

*Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)*

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan item variabel Y yang digunakan valid. Dimana jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 dan r tabel diperoleh sebesar 0,1654, dengan mengikuti acuan pada rumus df.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 7.** Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel            | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----|---------------------|------------------|------------|
| 1. | Harga               | 0,954            | Reliabel   |
| 2. | Kualitas Pelayanan  | 0,956            | Reliabel   |
| 3. | Keputusan Pembelian | 0,905            | Reliabel   |

*Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)*

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa pada variabel (x1) harga, (x2) kualitas pelayanan, (y) keputusan pembelian memiliki nilai crinbach's alpha > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel penelitian tersebut reliabel.

### Uji Normalitas

**Tabel 8.** Hasil Uji Normalitas

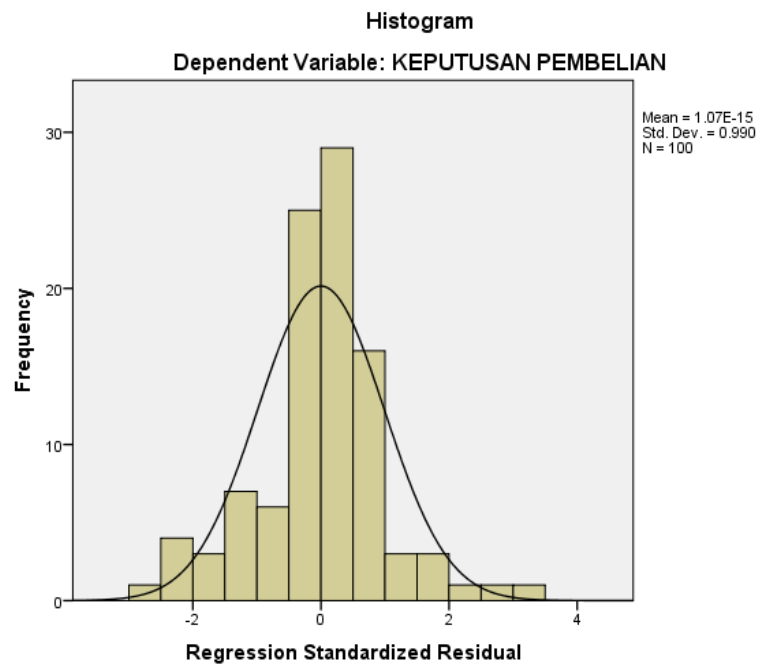
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 2.30684836              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .114                    |
|                                  | Positive       | .082                    |
|                                  | Negative       | -.114                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | 1.141                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .148                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa dari hasil uji kolmogorov-smirnov dengan ketentuan nilai signifikansi  $> 0,05 = 0,148 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa uji normalitas ini terdistribusi normal atau memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 1.** Histogram

*Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)*

Berdasarkan gambar 1, grafik histogram diatas dapat disimpulkan bahwa pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 9.** Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |           |                         |       |
|---------------------------|-----------|-------------------------|-------|
| Model                     |           | Collinearity Statistics |       |
|                           |           | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | HARGA     | .484                    | 2.067 |
|                           | KUALITAS  | .484                    | 2.067 |
|                           | PELAYANAN | .484                    | 2.067 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa dari hasil nilai VIF pada variabel X1 dan X2 sebesar 2,067, dan nilai kedua variabel dalam penelitian memiliki hasil nilai *tolerance* 0,484. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji multikolineritas tersebut tidak terjadi multikolineritas.

### Uji Heterokedastisitas

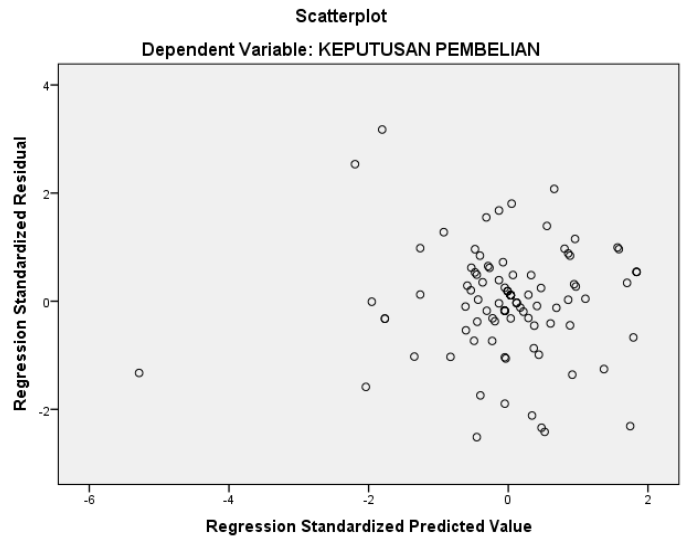
**Tabel 10.** Hasil Uji Heterokedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |       |      |      |                         |      |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|-------|------|------|-------------------------|------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            |       | T    | Sig. | Collinearity Statistics |      |       |
|                           | B                           | Std. Error | Beta  |      |      | Tolerance               | VIF  |       |
| 1                         | (Constant)                  | 1.286      | 2.519 | .511 | .611 |                         |      |       |
|                           | HARGA                       | .009       | .055  | .023 | .159 | .874                    | .484 | 2.067 |
|                           | KUALITAS PELAYANAN          | .026       | .069  | .056 | .382 | .704                    | .484 | 2.067 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)

Berdasarkan tabel 10 diatas diketahui bahwa hasil nilai signifikansi pada variabel harga sebesar 0,874, pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,704 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan pada kedua variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Sumber : data yang diolah SPSS (2025)

Berdasarkan gambar grafik scatterplot diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Grafik tersebut juga tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas. Maka penelitian ini dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)         | 3.773                       | 1.732      |                           | 2.178 | .032 |
|                           | HARGA              | .327                        | .038       | .640                      | 8.579 | .000 |
|                           | KUALITAS PELAYANAN | .176                        | .048       | .276                      | 3.694 | .000 |
|                           |                    |                             |            |                           |       |      |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = 3,773 + 0,327X_1 + 0,176x_2 + e$$

Dari persamaan diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta dari variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 3,773. Hal ini dapat diartikan bahwa jika nilai variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2) tidak mempengaruhi perubahan maka nilai variabel keputusan pembelian sebesar 3,773.
2. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,327. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu poin maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,327. Hal ini berarti bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,176. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu poin maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,176. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif.

## Uji Hipotesis

### Uji T (Uji Parsial)

**Tabel 12.** Uji T (Uji Parsial)

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)         | 3.773                       | 1.732      |                           | 2.178 | .032 |
|                           | HARGA              | .327                        | .038       | .640                      | 8.579 | .000 |
|                           | KUALITAS PELAYANAN | .176                        | .048       | .276                      | 3.694 | .000 |
|                           |                    |                             |            |                           |       |      |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)

Berdasarkan tabel 12 diatas di peroleh kesimpulan bahwa untuk nilai  $T_{hitung}$  dicari pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$  dimana  $n$  adalah jenis sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen jadi  $df = 100-2-1 = 97$ . Dengan pengujian pada sisi (signifikansi = 0,05) maka di peroleh  $T_{tabel}$  sebesar 1,984, Berdasarkan uji t diatas dapat dilihat bahwa :

- Variabel harga dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 8,579 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1,984 atau  $T_{hitung}$  (8,579) >  $T_{tabel}$  (1,984) maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Variabel kualitas pelayanan dengan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,694 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1,984 atau  $T_{hitung}$  (3,694) >  $T_{tabel}$  (1,984) maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 13.** Hasil Uji F (Uji Simultan)

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                  | Regression | 1490.957       | 2  | 745.478     | 137.257 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 526.833        | 97 | 5.431       |         |                   |
|                    | Total      | 2017.790       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)

Berdasarkan pada tabel 13 diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,000 maka nilai Sig. (0,000) < 0,05 dapat dilihat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 137,257 dan  $F_{tabel}$  (2,70) dalam hal ini  $H_a$  diterima. Maka dapat diimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.



### Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

**Tabel 14.** Hasil Uji Koefisien Determinan R<sup>2</sup>

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .860 <sup>a</sup> | .739     | .734              | 2.33051                    |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

*Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)*

Berdasarkan tabel 14 diatas diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,739 hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga adalah sebesar 73,9%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y yaitu dengan nilai 73,9% sedangkan sisanya 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Korelasional

**Tabel 15.** Hasil Uji Korelasional

#### Correlations

|                    |                     | HARGA  | KUALITAS PELAYANAN | KEPUTUSAN PEMBELIAN |
|--------------------|---------------------|--------|--------------------|---------------------|
| HARGA              | Pearson Correlation | 1      | .719**             | .838**              |
|                    | Sig. (2-tailed)     |        | .000               | .000                |
|                    | N                   | 100    | 100                | 100                 |
| KUALITAS PELAYANAN | Pearson Correlation | .719** | 1                  | .735**              |
|                    | Sig. (2-tailed)     | .000   |                    | .000                |
|                    | N                   | 100    | 100                | 100                 |

|                     |                     |        |        |     |
|---------------------|---------------------|--------|--------|-----|
| KEPUTUSAN PEMBELIAN | Pearson Correlation | .838** | .735** | 1   |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |     |
|                     | N                   | 100    | 100    | 100 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Sumber : data yang diolah SPSS 21 (2025)*

Berdasarkan tabel 15 hasil uji korelasi, diperoleh bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel x terhadap variabel y, dimana tingkat hubungan antara variabel x terhadap variabel y berada pada tingkat hubungan yang kuat. Hal ini dibuktikan bahwa nilai koefisien berada pada interval koefisien 0,60-0,779. Dengan demikian maka hipotesis  $H_1$  dalam penelitian ini diterima, yakni terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di peroleh nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang dibuktikan dengan uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,579 > 1,985$ ) artinya penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian produk ayam geprek, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dimana variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan hipotesis ini diterima sesuai dengan hasil penelitian.

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang dibuktikan dengan uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,694 > 1,985$ ) artinya penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian produk ayam geprek. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan hipotesis ini diterima sesuai dengan hasil penelitian.

### 3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa hipotesis ini membuktikan bahwa variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dilihat dari hasil uji F dimana nilai yang diperoleh untuk  $F_{hitung}$  sebesar 137,257 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $137.257 > 2,70$ ) dan  $Sig. 0,000 < 0,05$ .

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi bahwa nilai R square yang didapat yaitu sebesar 0,739, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan dengan nilai sebesar 73,9% dan sisanya 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga dapat dikatakan bahwa yang mempengaruhi keputusan pembelian produk ayam geprek lebih dominan pada harga dan kualitas pelayanan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek di warung 88 maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian produk ayam geprek. Dimana nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sehingga dalam penelitian ini  $H_1$  diterima. Pada dasarnya apabila konsumen akan membeli suatu produk ayam geprek yang diinginkan maka harga menjadi hal utama apabila terdapat selisih harga antar pesaing.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian produk ayam geprek. Dimana nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sehingga dalam penelitian ini  $H_2$  diterima. Dengan hasil ini diharapkan penjual untuk tetap dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan menimbulkan keputusan pembelian dalam membeli produk ayam geprek.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian produk ayam geprek. Hal ini berarti keputusan pembelian konsumen lebih dominan pada harga dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk ayam geprek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. F., Saryadi, S., & Werdani, R. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Ayam Gepuk Eco Raos Cabang Pleburan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 370–380. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34750>
- Agustin, L. (2021). Pengaruh Produk Kfc Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Diponegoro Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1202–1208.
- Armstrong, K. &. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1 Satu*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Arya Duta, & Fauzi Arif Lubis. (2023). Analysis Of The Influence Of Price, Product Quality And Service Quality On Consumer Satisfaction (Case Study Of Pekanbaru's Geprek Dower Chicken). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 484–493. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Chandra, T., Stefani, C., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. CV IRDH.
- Denni Mochamad Faisal, Rita Tri Yusnita, & Mila Karmila. (2023). The Influence Of Product Quality, Price And Location On Consumer Purchasing Decisions (Survey On Alle'chantre Tasikmalaya Store Consumers). *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 2(1), 45–54. <https://doi.org/10.37676/jmea.v2i1.65>
- Gabriella, T., & Roeky, A. (2024). *Jurnal Manner Program Studi Manajemen Kuliner , Politeknik Parivisata Batam Jurnal Manner*. 3.
- Husna, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(2), 1–23.
- Kamariah. (2022). Ekonomi Mikro: Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Ibnu Khaldun. *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 2, 17–33. <https://e-journal.stishid.ac.id/index.php/ats-tsarwah/article/view/151%0A>
- Mahmudin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Qudwah Mart di Lebak. *Aksioma Al-Musaqob: Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 5(1), 22.
- Malonda, E. K., Massie, J. D. D., Gunawan, E., Malonda, E. K., Massie, J. D. D., Gunawan, E., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). PEMBELIAN GEPREK BENSU DI KOTA MANADO PADA MASA PANDEMI COVID-19 THE INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON THE PURCHASE DECISION OF GEPREK BENSU IN MANADO CITY DURING THE COVID-19 PANDEMIC Oleh : Jurnal EMBA Vol . 9 No . 4 Oktober 2021 , Hal . 1198. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1198–1207.
- Rosi, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Mutawaz'in (Jurnal Ekonomi Syariah LAIN Sultan Gorontalo)*, 4(2), 72–79.
- Sodikin, Arifin Rois, N. A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Prodi*, 11(07), 53–69.
- Wahyuningtyas, S. Z., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh lokasi, promosi dan kualitas

pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada ayam Geprekku Bandung Tulungagung. *Journal Of Social Science Research*, 4(2), 4248–4362.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.