JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BENGKEL KAMAL MOTOR GUNUNG SINDUR

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS AT KAMAL MOTOR GUNUNG SINDUR WORKSHOP

Edwin Agung Prakoso[1], Ahyani[2]
[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email : Edwinagungprks@gmail.com[1], dosen02444@unpam.ac.id[2]*

Article Info

Article history :
Received : 24-04-2025
Revised : 26-04-2025
Accepted : 28-04-2025
Pulished : 01-05-2025

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at the Kamal Motor Workshop, Gunung Sindur. The method used is quantitative. The population in this study were customers who used the services of the Kamal Motor Workshop, amounting to 7,089 customers based on the number of customers in 2023. The sampling technique used the Slovin formula and a sample of 99 respondents was obtained. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, determination coefficients and hypothesis tests. The results of this study are that service quality has a significant effect on purchasing decisions at the Kamal Motor Workshop, Gunung Sindur with the regression equation Y = 3.027 + 0.885X1. The correlation value is 0.814 (very strong). The coefficient of determination value is 66.2%. The t-count value is 13,787> t-table 1.984 with a significance of 0.001 <0.05. Price has a significant effect on Purchasing Decisions at Kamal Motor Workshop Gunung Sindur with the regression equation Y = 6.557 + 0.769X2. The correlation value is 0.755 (strong). The coefficient of determination is 57%. The t-count value is 11.345 > t-table 1.984 with a significance of 0.001 < 0.05. Service quality and price simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions at Kamal Motor Workshop Gunung Sindur with the regression equation Y = 0.916 + 0.623X1 + 0.315X2. The correlation value is 0.837 (very strong). The coefficient of determination is 70%. The F-count value is 112.020 > F-table 3.091 with a significance level of 0.001 < 0.05.

Keywords: Service Quality, Promotion, Purchasing Decision

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengunakan jasa Bengkel Kamal Motor sebesar 7.089 pelanggan berdasarkan jumlah pelanggan pada tahun 2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 99 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur dengan persamaan regresi Y=3.027+0.885X1. Nilai korelasi sebesar 0,814 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 66,2%. Nilai thitung 13.787 > ttabel 1,984 dengan

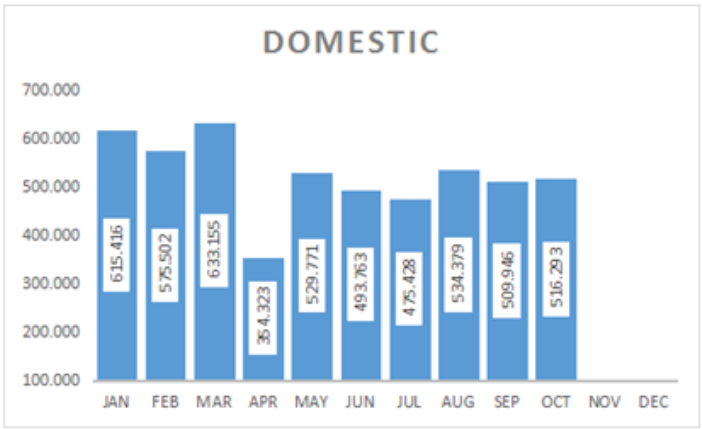
JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

signifikan 0,001 < 0,05. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur dengan persamaan regresi Y=6.557+0.769X2. Nilai korelasi sebesar 0,755 (kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 57%. Nilai thitung 11.345 > ttabel 1,984 dengan signifikan 0,001 < 0,05. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur dengan persamaan regresi Y=0.916+0,623X1+0,315X2. Nilai korelasi sebesar 0,837 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 70%. Nilai Fhitung 112.020 > Ftabel 3,091 dengan tingkat siginifikan 0,001 < 0,05

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman, kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi semakin meningkat dan menjadi faktor penting dalam mendukung aktivitas sehari-hari. Jenis-jenis transportasi pun semakin beragam, baik transportasi darat, laut, maupun udara. Dari ketiga jenis tersebut, transportasi darat merupakan yang paling diminati karena lebih terjangkau oleh masyarakat umum. Di antara berbagai pilihan transportasi darat, sepeda motor menjadi yang paling populer di Indonesia. Alasannya sederhana: sepeda motor dianggap memiliki harga yang relatif terjangkau dan sangat cocok untuk kondisi jalanan di Indonesia yang belum sepenuhnya berkembang, dengan banyak wilayah yang belum memiliki akses jalan yang memadai. Sepeda motor juga mampu menjangkau daerah-daerah terpencil, menjadikannya pilihan transportasi yang efektif



Sumber: https://www.aripitstop.com (2023)

Gambar 1.1
Penjualan Motor Dalam Negeri Pada Januari Hingga Oktober 2023

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) melaporkan bahwa volume penjualan sepeda motor dalam negeri pada Juli 2023 mengalami penurunan. Pada bulan tersebut, tercatat penjualan sebanyak 475.428 unit, menurun sebesar 3,71% dibandingkan Juni 2023 yang mencapai 493.763 unit. Namun, jika dibandingkan dengan Juli 2022, di mana penjualan mencapai 326.452 unit, terjadi peningkatan signifikan pada Juli 2023 sebesar 45,63%. Secara kumulatif, penjualan sepeda motor dalam negeri dari Januari hingga Juli 2023 mencapai 3,6 juta unit, meningkat 42,9% dibandingkan periode yang sama tahun 2022 yang tercatat sebanyak 2,57 juta unit

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

Sumber: Dokumentasi (2024)

Gambar 1.2
Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur

Bengkel Kamal Motor ini selalu melakukan evaluasi dan terus membenahi bengkel tersebut agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Hal ini dilakukan agar dapat menarik pelanggan dan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan data jumlah pelanggan yang Mengunakan jasa pada Bengkel Kamal Motor

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan yang Mengunakan Jasa Bengkel Kamal Motor
Tahun 2021-2023

Bulan	Jumlah Pelanggan		
	2021	2022	2023
Januari	580	742	608
Februari	320	688	560
Maret	480	632	589
April	530	677	536
Mei	604	643	597
Juni	590	631	778
Juli	345	710	586
Agustus	321	688	569
September	678	610	558
Oktober	351	615	587
November	300	670	545
Desember	209	688	576
Total	**5.308**	**7.994**	**7.089**

Sumber: Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan yang mengunakan jasa bengkel Kamal Motor tahun 2021-2023 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2021, jumlah total pelanggan mencapai 5.308 orang. Terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2022, dengan total 7.994 pelanggan, menunjukkan kenaikan sebesar 50,6%. Namun, pada tahun 2023, jumlah pelanggan sedikit menurun menjadi 7.089, turun sekitar 11,3% dari tahun 2022. Dari data tersebut peneliti menemukan masalah pada pelanggan yang mengalami penurunan di tahun 2023 sehingga dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

Tabel 1.2
Pra Survey Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
1	Bukti fisik	Peralatan yang digunakan di bengkel terlihat berkualitas dan terawat	6	20%	24	80%
2	Kehandalan	Bengkel selalu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	11	37%	19	63%
3	Responsif	Staf bengkel dengan cepat merespons permintaan dan keluhan pelanggan	8	27%	22	73%
4	Jaminan	Bengkel memberikan jaminan atas hasil perbaikan yang dilakukan	10	33%	20	67%
5	Empati	Staf bengkel memberikan perhatian yang tulus kepada kebutuhan pelanggan	7	23%	23	77%
Rata-Rata			8.4	28%	21.6	72%

Sumber: Pra Survey (2023)

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat banwa pada indikator Bukti Fisik: Hanya 6 responden (20%) yang merasa bahwa peralatan di bengkel terlihat berkualitas dan terawat, sementara mayoritas, 24 responden (80%), menyatakan tidak setuju, menunjukkan bahwa aspek ini memerlukan perhatian serius. Pada indikator Kehandalan: Sebanyak 11 responden (37%) setuju bahwa bengkel menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, sedangkan 19 responden (63%) tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa banyak pelanggan yang merasa waktu penyelesaian pekerjaan tidak sesuai harapan. Pada indikator Responsif: Hanya 8 responden (27%) yang menilai staf bengkel responsif terhadap permintaan dan keluhan pelanggan, sementara 22 responden (73%) menyatakan staf kurang tanggap. Ini menyoroti kebutuhan peningkatan dalam hal responsivitas. Selanjutnya indikator Jaminan: Sebanyak 10 responden (33%) merasa bahwa bengkel memberikan jaminan atas hasil perbaikan, sementara 20 responden (67%) tidak merasakan adanya jaminan yang memadai. Ini mengindikasikan perlunya kejelasan dalam jaminan perbaikan. Kemudian indikator Empati: Hanya 7 responden (23%) yang merasakan staf bengkel memberikan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan pelanggan, sementara 23 responden (77%) tidak merasakan hal tersebut. Hal ini menunjukkan kurangnya empati dari staf bengkel.

Tabel 1.3
Perbandingan Harga

Jenis Biaya jasa/produk	Bengkel Kamal Motor (Rp)	Bengkel Garuda Motor 2 (Rp)	Bengkel Saroha Motor (Rp)
Service Mesin	35.000	25.000	25.000
Ganti Oli	65.000	55.000	50.000
Kampas Rem	40.000	37.000	25.000
Tambal Ban	15.000	10.000	15.000
Service CVT	35.000	25.000	28.000

Sumber: Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur (2023)

Berdasarkan tabel ini, Bengkel Kamal Motor memiliki harga yang lebih tinggi untuk hampir semua layanan dibandingkan dengan Bengkel Garuda Motor 2 dan Bengkel Saroha Motor. Pelanggan yang sensitif terhadap harga cenderung memilih bengkel yang menawarkan harga lebih rendah, terutama jika kualitas layanan dianggap serupa. Dengan demikian, harga yang lebih tinggi

di Bengkel Kamal Motor bisa menjadi alasan penurunan jumlah pelanggan, karena pesaing menawarkan layanan yang sama dengan biaya lebih rendah. Pelanggan mungkin akan lebih mempertimbangkan bengkel lain, terutama untuk layanan-layanan yang memiliki selisih harga cukup besar seperti service mesin, kampas rem, dan service CVT. Untuk menarik lebih banyak pelanggan, Bengkel Kamal Motor mungkin perlu mempertimbangkan untuk menyesuaikan harga atau meningkatkan persepsi kualitas layanan agar sebanding dengan biaya yang lebih tinggi

METODE PENELITIAN

1. **Uji Instrumen Data**
   Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Valid atau tidaknya data sangat menentukan kualitas dari data tersebut. Hal ini tergantung instrumen yang digunakan apakah sudah memenuhi asas validitas dan reliabilitas

2. **Uji Asumsi Klasik**
   Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan sebuah data. Menurut Santoso (2019:342) berpendapat "sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik". Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Auto korelasi dan Uji Heteroskedastisitas

3. **Analisis Regresi Linier**
   Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen dan dependen. Analisis regresi liner berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan variabel independen secara bersama-sama

4. **Analisis Koefisien Korelasi**
   Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen baik secara parsial maupun simultan

5. **Analisis Koefisien Determinasi**
   Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan

6. **Pengujian Hipotesis**
   Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menentukan apakah suatu hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2019:213) berpendapat "hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan." Dengan demikian hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Tabel 4.8
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
P1	0.631	0,197	Valid
P2	0.897	0,197	Valid
P3	0.896	0,197	Valid
P4	0.900	0,197	Valid
P5	0.928	0,197	Valid
P6	0.804	0,197	Valid
P7	0.898	0,197	Valid
P8	0.838	0,197	Valid
P9	0.881	0,197	Valid
P10	0.891	0,197	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,197, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian

Tabel 4.9
Uji Validitas Harga (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
P1	0.786	0,197	Valid
P2	0.908	0,197	Valid
P3	0.855	0,197	Valid
P4	0.862	0,197	Valid
P5	0.889	0,197	Valid
P6	0.900	0,197	Valid
P7	0.922	0,197	Valid
P8	0.917	0,197	Valid
P9	0.882	0,197	Valid
P10	0.909	0,197	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,197, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Harga adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

Tabel 4.10
Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
P1	0.915	0,197	Valid
P2	0.954	0,197	Valid
P3	0.914	0,197	Valid
P4	0.958	0,197	Valid
P5	0.940	0,197	Valid
P6	0.960	0,197	Valid
P7	0.931	0,197	Valid
P8	0.959	0,197	Valid
P9	0.897	0,197	Valid
P10	0.936	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,197, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel keputusan pembelian adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:460), reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu variabel yang mengukur suatu konsep untuk mengakses dari suatu pengukuran

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Cronbach Alpha*	Keputusan
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0.960	Sangat Reliabel
2	Harga (X_2)	0.969	Sangat Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0.984	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keputusan Pembelian, memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah sangat reliabel, sehingga semua butir pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			99
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		7.04518117
Most Extreme Differences	Absolute		.067
	Positive		.058
	Negative		-.067
Test Statistic			.067
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.335
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.323
		Upper Bound	.348

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

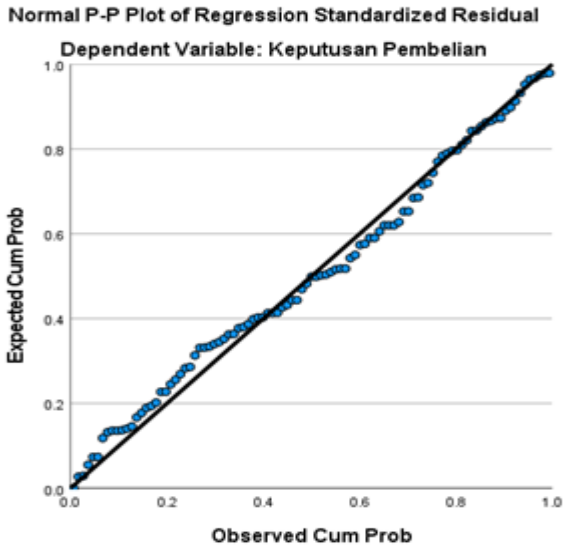
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.13 diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig*. (2-*tailed*) sebesar 0,200 > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data dari populasi berdistribusi secara normal dan dapat dilakukan ke tahap analisis selanjutnya. Secara visual gambar grafik normal *probability plot* dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Gambar 4.2
Uji Normalitas P-P Plot

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

Dari gambar Uji Normalitas *Probability Plot* dapat dilihat bahwa persebaran data mengikuti garis diagonal yang ada dan menyebar disekitar garis diagonal. Dari hasil pengujian histogram dan *probability plot*, dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi secara normal

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.916	2.338		.392	.696	-3.725	5.556					
	Kualitas Pelayanan	.623	.097	.573	6.445	<.001	.431	.815	.814	.550	.360	.395	2.529
	Harga	.315	.090	.310	3.483	<.001	.136	.495	.755	.335	.195	.395	2.529

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.14 tersebut maka dapat diketahui nilai *tolerance* variabel Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar 0,395 > 0,10 dan nilai VIF variabel Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar 2.529 < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga tidak terjadi gejala multikolinieritas

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini untuk mengukurnya dengan menggunakan uji glejser. Metode *gletser-test* dilakukan dengan mengabsolutkan nilai residual. Setelah dilakukan pengabsolutan maka nilai *absolut* tersebut diregres untuk mengetahui seberapa besar signifkan yang ditimbulkan oleh variabel-variabel yang diuji. Aturan yang dipakai dalam metode glejser harus > 0.05 maka data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari Tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients[a]

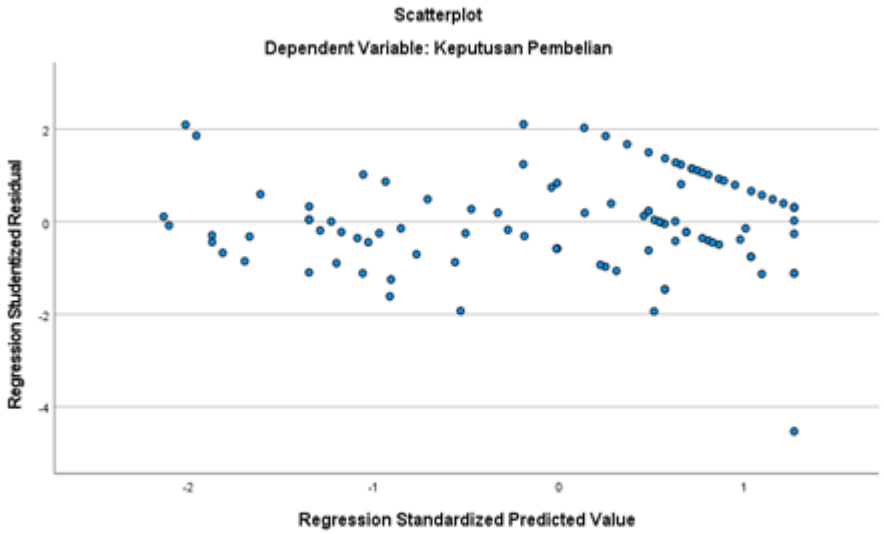
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.905	1.553		2.515	.014
	Kualitas Pelayanan	.010	.064	.026	.159	.874
	Harga	.027	.060	.072	.444	.658

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.15 tersebut nampak bahwa semua variabel bebas menunjukkan hasil yang tidak signifikan, karena nilai signifikan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga lebih dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas dalam varian kesalahan

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824



Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar 4.3 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t -1). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Menurut Algifari (2015:88) konsekuensi dari adanya autokorelasi dalam suatu model regresi adalah varian sampel tidak dapat menjelaskan varian populasinya, untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi, dapat dilakukan pengujian Durbin-Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837[a]	.700	.694	7.118	1.744

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.17, pengujian autokorelasi dengan menggunakan Uji durbin watson dapat dilihat bahwa nilai durbin watson sebesar 1,744 masuk dalam interval 1,55 – 2,46

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel penelitian ini tidak terdapat autokorelasi

3. Analisis Regresi Linier

Tabel 4.20
Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.916	2.338		.392	.696
	Kualitas Pelayanan	.623	.097	.573	6.445	<.001
	Harga	.315	.090	.310	3.483	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:
$Y = 0.916+0{,}623X_1+0{,}315X_2$

a. Konstanta sebesar 0.916 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Harga, bernilai nol atau tidak meningkat maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 0.916.
b. Nilai regresi $0{,}623X_1$ (positif) koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dengan keputusan pembelian dengan demikian apabila variabel Kualitas Pelayanan (X_1) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel Harga (X_2) dalam keadaan tetap, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,623 satuan.
c. Nilai regresi $0{,}315X_2$ (positif) koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Harga dengan keputusan pembelian dengan demikian apabila variabel Harga (X_2) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) tetap, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,315 satuan

4. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4.24
Koefisien Korelasi (X_1) dan (X_2) Terhadap (Y)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837[a]	.700	.694	7.118	1.744

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) sebesar 0,837, masuk pada interval 0,80 – 1,00 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki tingkat hubungan sangat kuat

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

5. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.27
Koefisien Determinasi (X_1) dan (X_2) Terhadap (Y)
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837[a]	.700	.694	7.118	1.744

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.27, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,700 yang artinya variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 70%, sedangkan sisanya sebesar 30% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

6. Pengujian Hipotesis

Tabel 4.28
Uji t Parsial (X_1) Terhadap (Y)
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.027	2.384		1.270	.207
	Kualitas Pelayanan	.885	.064	.814	13.787	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olahan data SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.28 tersebut dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 13.787 > t_{tabel} 1,984 dengan signifikan 0,001 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur

Tabel 4.29
Uji t Parsial (X_2) Terhadap (Y)
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.557	2.581		2.540	.013
	Harga	.769	.068	.755	11.345	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 26 (2024)

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 2 No: 5, Mei 2025
E-ISSN : 3047-7824

Berdasarkan tabel 4.29 tersebut dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 11.345 > t_{tabel} 1,984 dengan signifikan 0,001 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap keputusan pembelian pada Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur

Tabel 4.30
Uji F hitung

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11351.771	2	5675.885	112.020	<.001[b]
	Residual	4864.189	96	50.669		
	Total	16215.960	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.30 diperoleh nilai F_{hitung} 112.020 > F_{tabel} 3,091 dengan tingkat siginifikan 0,001 < 0,05 dengan demikian H_o ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur dengan persamaan regresi $Y=3.027+0.885X_1$. Nilai korelasi sebesar 0,814 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 66,2%. Nilai t_{hitung} 13.787 > t_{tabel} 1,984 dengan signifikan 0,001 < 0,05.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur dengan persamaan regresi $Y=6.557+0.769X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,755 (kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 57%. Nilai t_{hitung} 11.345 > t_{tabel} 1,984 dengan signifikan 0,001 < 0,05.
3. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor Gunung Sindur dengan persamaan regresi $Y=0.916+0,623X_1+0,315X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,837 (sangat kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar 70%. Nilai F_{hitung} 112.020 > F_{tabel} 3,091 dengan tingkat siginifikan 0,001 < 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T. & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.

Agrasadya, F. R. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Ciputat 1Agrasadya*. *Jurnal Ekonomi Efektif, 3*(2), 176–184.

Ahmad, K. (2017). *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambil Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Algifari (2022). *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE. 72-73.
Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
Apt, S., & Asmoro, L. G. W. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Giant Ekstra CBD Bintaro)*. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, *3*(1), 70. https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.70-76.9332
Arianto, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 1(2), 83–101. https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856
Arianto, N., & Setiawan, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)*, *2*(1), 27. https://doi.org/10.32493/fb.v2i1.2020.27-37.4121
Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
Dharmmesta, B, S. & Handoko, T.H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
Dharmmesta, B, S. & Irawan (2019). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta
Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
Hamali, A. Y (2019) *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Gorup.
Hamali, A. Y. (2018). *Pemahaman Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
Hartuti, E. T. K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Delivery Gandul Cinere*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *2*(2), 333–341. https://doi.org/10.32493/jee.v2i2.4176
Hasibuan, M. S.P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
Istijanto (2017) *Riset Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT. Gramdia Pustaka.
Kamaruddin. (2017). Akuntansi Manajemen: *Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Rajawali Pers
Kanuk & Schiffman. (2019). *Keputusan pembelian*. (Alih Bahasa Rio, Yulihar, dan Reni). Francis.
Kolter dalam Tjiptono, F. (2017), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset*, Yogyakarta.
Komarudin, H., Sulaeman, A., & Jasmani, J. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Wilayah Tangerang Selatan*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *2*(3), 354–363. https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6798
Kotler & Amstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
Kristiawan, Muhammad dkk, Manajemen Pendidikan, Yogyakarta: Deeplubish, (2017)
Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAl Fath Zumar.
Larasati, Sri. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish
Lupiyoadi, R., (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, Jakarta: Salamba Empat.
Machfoedz. (2018) *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UUP AMP YKPN.

Maghfirani, T. A., & Sulistyawati, L. (2021). *Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen (Studi pada Starbucks Coffee Galaxy Mall)*. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, *4*(4), 354. https://doi.org/10.32493/drb.v4i4.11070

Malau Herman, (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14.

Moenir. (2017), *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Nugroho. (2017). Manajemen Sumber Daya (Human Resource Management). Edisi keempat belas. Jakarta: Salemba Empat

Pambudi, R., Annida, N. B., Yusuf, S., & Masriah, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada J . Co Donuts & Coffee Di Bintaro Tangerang Selatan*. *2*.

Panjaitan dalam Handini. S. (2018:19-20). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Grand Cempaka*. Jurnal Manajemen.

Pujiasri. (2020). *Mengembangkan Sdm*. Jakarta: Laksana

Purba, T. P. & Limakrisna, N. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Rohana, A. F., Syafitri, C. D., & Sudrajat, A. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus pada Masyarakat di Karawang)*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *5*(3), 259–269.

Santoso, S. (2019). Mastering SPSS Versi 19. Jakarta : Elex Media.

Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan*. *3*(1), 30–36.

Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV Pustaka Abadi.

Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI

Sugiyono (2018).*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*, Bandung*:* Alfabeta.

Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*, Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. (2019), *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus*, Jakarta: Center of Academics Publishing service.

Supomo, R. & Nurhayati, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Kencana.

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta*. Manajemen Pemasaran, 9(021), 113–123.

Terry dalam R.Supomo dan Eti Nurhayati. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Kencana.

Thompson, A. J. et al. Diagnosis of multiple sclerosis. (2017) *revisions of the McDonald criteria*. Lancet Neurol.

Tjiptono, F. & Diana, A. (2020) *Pemasaran :* Penerbit Andi Yogyakarta

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa, Karakteristik Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi

Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Budi Utama, Cetakan Ketiga

Wardana, W. (2018), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deeppublish.

Wibowo & Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Cetakan ke- 1. Bandung: Alfabeta, cv.

Widodo, S., Efendi, C., & Kusjono, G. (2021). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kalkulator Merek Casio Pada Toko Citra Pasar Senen di Jakarta Pusat*. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, *3*(1), 62. https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.62-69.9249

Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Penerbit : Ekonisia. Yogyakarta.

Yusuf, A. (2021). *The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal*, 2(1), 472–481.