

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Profil dan Sejarah Toko Ponsel Anggi Pranata**

Counter Handphone Anggi Pranata adalah sebuah badan usaha di bidang perdagangan handphone yang mulai dirintis oleh seseorang yang bernama Eko Yudi pada sekitar tahun Mei 2010. Pada tanggal 10 Mei 2010 secara resmi Counter Handphone Anggi Pranata membuka counter pertamanya di Besar Selata Besar Kecamatan Bilah Hilir. Counter Handphone Anggi Pranata mulai beroperasi dari pukul 10.00 pagi sampai dengan pukul 20.00. Counter Handphone Anggi Pranata menjual handphone baru / bekas, service handphone dan berbagai macam aksesoris

##### **2. Visi dan Misi**

###### **a. Visi**

Menyediakan dan memenuhi kebutuhan pelanggan di bidang telepon genggam dengan memberikan pelayanan terbaik khususnya untuk kalangan masyarakat setempat, dan dapat dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat di Bilah Hilir dan sekitarnya.

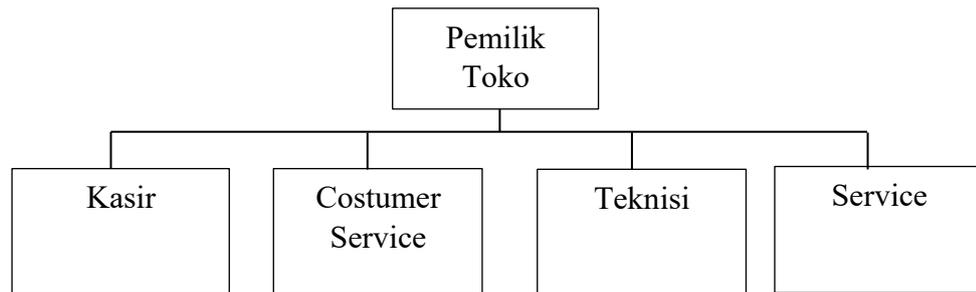
###### **b. Misi**

- 1) Menjaga mutu dan kualitas handphone dengan harga yang terjangkau.
- 2) Memberikan kenyamanan dan keamanan yang bersahabat untuk menjalin kebersamaan antara pembeli dan penjual.

- 3) Memberikan akses mudah dan perbaikan terus-menerus guna melayani kebutuhan pelanggan.

### 3. Struktur Organisasi

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Anggi Pranata**



#### 3.1 Deskripsi Tugas

##### a. Direktur / Pemilik Toko

Pemilik Toko merupakan pengurus perusahaan yang bertanggung jawab penuh dalam segala hal yang mengenai perusahaan, yang mewakili perusahaan terhadap pihak luar, yang berhak menandatangani atas nama perusahaan, menghubungkan perusahaan dengan pihak luar dan sebaliknya serta melakukan segala tindakan baik mengenai pengurusan maupun mengenai pemilikan. Pemilik Toko bertugas mengkoordinasikan tugas harian kepada semua personel dan juga melakukan evaluasi keluar dan masuknya barang, menetapkan harga, dan juga pengambil keputusan bilamana diperlukan.

##### b. Kasir / Bagian Keuangan

Bertugas untuk mengatur keuangan dalam toko Anggi Pranata . Baik itu pendapatan dari hasil penjualan, dan juga pengeluaran toko Anggi Pranata,

baik itu tentang sewa gedung, listrik, kebersihan dan juga perihal tentang beban dan biaya.

c. Customer Service

Bertugas melayani konsumen yang datang secara langsung ke Counter Handphone Anggi Pranata.

d. Teknisi

Bertugas melakukan pengecekan handphone dari awal sampai akhir, melakukan pengecekan dan review barang agar semua barang mempunyai kualitas yang bagus.

e. Service

Melakukan service terhadap hardware yang rusak secara langsung, baik penggantian komponen sebagian ataupun keseluruhan. Bertugas pula mengelola barang service dari konsumen.

#### **4. Hasil Deskriptif Responden**

Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada toko Anggi Pranata sebanyak 100 lembar kuesioner. Dalam pemilihan responden, peneliti terlebih dahulu menanyakan kepada konsumen apa mereka bersedia untuk mengisi kuesioner di saat pembelian Handphone Samsung, selain itu untuk mendapatkan hasil yang baik penulis mengambil waktu sore hari dan malam hari pada konsumen Toko Anggi Pranata. Penulis membagi kuesioner pada tanggal 1- 20 Maret dengan pembagian sore hari dari pukul 15.00-18.00 WIB dan pada malam hari dari pukul 19.00-21.00 WIB. Pada akhirnya penulis pun memperoleh 100 kuesioner yang terisi dan dapat diolah semuanya. Dalam

karakteristik responden yang akan dipaparkan meliputi jenis kelamin usia, pekerjaan, intensitas kedatangan, dan jumlah pendapatan perbulan.

**Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuisisioner**

Jumlah kuisisioner yang disebar	100
Jumlah kuisisioner yang kembali	100
Tingkat Pengembalian kuisisioner yang dapat digunakan	100%

Sumber :Data primer diolah 2022

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini disebarakan 100 kuisisioner pada 100 responden, hasil penyebaran kuisisioner sebanyak 100 dan hasil terkumpul 100 kuisisioner (100%). Kuisisioner yang terjawab lengkap dengan baik dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuisisioner. Metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan purposive sampling.

#### **a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Informasi mengenai jenis kelamin dalam penelitian ini merupakan salah satu hal yang penting juga karena dapat mempengaruhi kebutuhan sehingga akan berpengaruh pada pilihan dalam kepuasan konsumen. Tabel berikut menyajikan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	45	45,0
Perempuan	55	55,0
Jumlah	100	100

*Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dengan jumlah seluruh responden 100 orang. Dapat dilihat bahwa

jumlah perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah laki-laki yang menjadi Toko Anggi Pranata yaitu 55 orang dan persentase 55%. Sedangkan perempuan dengan jumlah 45, dan persentase sebesar 45%. Keadaan ini menunjukkan bahwa laki-laki memiliki aktivitas dan keinginan membeli Handphone samsung yang lebih bagus dibanding perempuan.

#### **b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Dalam penelitian ini informasi mengenai umur adalah informasi yang sangat penting. Hal ini dikarenakan perbedaan umur pada setiap konsumen atau secara khususnya masing-masing responden akan mempengaruhi pengetahuan dan sikap dalam melakukan kepuasan konsumen dan kepatasan dalam melakukan pembelian

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

<b>Umur Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
18 – 20 Tahun	13	13,0
21 – 30 Tahun	53	53,0
31 – 40 tahun	24	24,0
41- 50 tahun	10	10,0
Jumlah	100	100

*Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik umur dapat diketahui bahwa untuk yang terbanyak adalah yang berumur 21-30 tahun 53 responden (53%), diikuti dengan umur responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 24 responden (24%). Proporsi demikian menunjukkan adanya distribusi umur yang mencolok adalah pada umur relatif muda. Hal ini disebabkan karena pada umur tersebut biasanya seseorang memiliki kesenangan membeli handphone Samsung yang cukup banyak dibandingkan pada umur tua.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

Salah satu informasi yang tidak kalah penting dalam penggolongan responden ini adalah pekerjaan. Pekerjaan mempunyai kaitan erat dengan penghasilan, sedangkan penghasilan sendiri mempunyai hubungan dengan konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian. Deskripsi responden berdasarkan jenis pekerjaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Mahasiswa	25	25,0
Karyawan Swasta	29	29,0
PNS/Polri/TNI	18	18,0
Wiraswasta	14	14,0
Guru	11	11,0
Lainnya	3	3,00
Jumlah	100	100

*Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21*

Tabel 4.4 karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar adalah pekerja mahasiswa yaitu sebanyak 25 responden (25%). Diikuti oleh pekerja karyawan swasta sebanyak 29 responden (29%). Keadaan ini juga menunjukkan bahwa target pasar dari Toko Anggi Pranata yaitu mahasiswa sudah benar dan tepat sasaran, karena konsumen dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta adalah yang paling banyak.

### d. Pendapatan Responden

Pola pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh pendapatan konsumen. Semakin tinggi pendapatan dapat dimungkinkan mempunyai kemampuan untuk melakukan pembelian yang tinggi pula sesuai dengan kemampuan. Oleh karena itu perusahaan harus mampu mengetahui

kemampuan konsumen dalam melakukan pembelian dengan cara menerapkan strategi yang tepat terutama dalam menciptakan produk yang berkualitas dan manfaatnya sesuai dengan pendapatan konsumen. Dalam penelitian ini deskripsi berdasarkan pendapatan merupakan hal yang penting untuk diketahui. Berikut ini adalah deskripsi berdasarkan tingkat pendapatan per bulan.

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Lama nya berlangganan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
< Rp 500.00	12	12,0
Rp 1000.000 – Rp 2.500.000	32	32,0
Rp.2.501.000 – Rp 4.000.000	21	21,0
>Rp 4.001.0000	35	35,0
Jumlah	100	100

Sumber : Data penelitian yang diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan uang saku perbulan, dapat dilihat bahwa uang saku per bulan >Rp 4.001.000 adalah yang paling banyak yaitu 35 orang dengan persentase 35%. Kemudian yang kedua ialah uang Rp 1000.000 – Rp 2.500.000 per bulan sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 32 %. Hal ini menunjukkan kalangan orang yang memiliki pendapatan yang sedang salah satu kelompok konsumen Toko Anggi Pranata

## **5. Hasil Analisis Deskriptif variabel Penelitian**

### **a. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Toko Anggita Pranata peneliti memberikan kuesioner kepada pelanggan atau pembeli, kuesioner terdiri dari 5 indikator dengan 7 butir pernyataan, serta masing-masing pernyataan

diberikan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih dan dianggap sesuai menurut responden.

**Tabel 4.6 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Kualitas Produk**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	JLH
1	Menurut saya smartphone merek samsung mempunyai banyak toko yang representatif	25	64	11	0	0	100
		25%	64%	11%	0%	0%	100 %
2	Menurut saya smartphone samsung mampu membuktikan janji terhadap konsumen	22	57	21	0	0	100
		22%	57%	21%	0%	0%	100 %
3	Menurut saya smartphone samsung cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan	17	57	23	3	0	100
		17%	57%	23%	3%	0%	100 %
4.	Menurut saya smartphone merek samsung dalam mengklaim garansi sangat mudah	23	60	17	0	0	100
		23%	60%	17%	0%	0%	100 %
5	Menurut saya smartphone merek samsung mempunyai pelayanan sangat ramah	21	67	12	0	0	100
		21%	67%	12%	0%	0%	100 %
6	Pegawai smartphone merek Samsung memberikan perhatian kepada para konsumen	22	63	15	0	0	100
		22%	63%	15%	0%	0%	100 %
7	Pegawai memberi informasi atau menawarkan promo-promo Smartphone merek Samsung	32	55	13	0	0	100
		32%	55%	13%	0%	0%	100 %

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap data yang ada maka didapat hasil distribusi frekuensi untuk variabel kualitas pelayanan pada tabel 4.6 di atas. Hasil pada tabel menunjukkan bahwa item yang mempunyai jawaban responden sangat baik paling tinggi adalah item kualitas pelayanan pada point

7 “Pegawai menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada Smartphone merek Samsung” dan item kualitas pelayanan dengan responden paling kecil pada point 3 “Menurut Saya Smartphone Samsung Cepat Dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan” dengan persentase masing-masing adalah 32% dan 17% sangat setuju jawabannya .

#### b. Analisis Statistik Deskripsi Variabel Promosi

Untuk mengetahui promosi di toko Anggi Pranata, peneliti memberikan kuesioner kepada pelanggan dan pembeli, kuesioner terdiri dari 5 indikator dengan 7 butir pertanyaan, serta masing-masing pernyataan diberikan 5 alternatif jawaban dipilih dan dianggap sesuai menurut responden.

**Tabel 4.7 Jawaban Responden Atas Kuisiener Promosi**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	JLH
1	Smartphone Samsung mampu tersebar secara luas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang produk Samsung	23	65	11	1	0	100
		23,0 %	65,0 %	11,0 %	1,0 %	0	100 %
2	Penggunaan bintang iklan pada iklan Smartphone Samsung membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk Samsung	26	54	19	1	0	100
		26%	54%	19%	1%	0	100 %
3	Pemberian hadiah pada masa kegiatan promosi smartphone akan lebih menarik saya untuk membeli produk Samsung	16	67	15	2	0	100
		16%	67%	15%	2%	0	100 %
4	Iklan yang disampaikan mampu memberi saya keyakinan terhadap kualitas smartphone Samsung	27	61	12	0	0	100
		27%	61%	12%	0%	0	100 %
5	Smartphone Samsung sekali-kali mengadakan potongan harga dari biasanya diwaktu yang tepat	18	52	27	3	0	100
		18%	52%	27%	3%	0	100 %

6	Anda tahu mengenai spesifikasi handphone Samsung	24	62	13	1	0	100
		24%	62%	13%	1%	0	100%
7	Iklan Smartphone Samsung mampu mengkomunikasikan pesan yang disampaikan	29	65	6	0	0	100
		29	65%	6%	0	0	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap data yang ada maka didapat hasil distribusi frekuensi untuk variabel promosi pada tabel 4.7 di atas. Hasil pada tabel menunjukkan bahwa item yang mempunyai jawaban responden sangat baik adalah item pada point 7 “Iklan Smartphone Samsung mampu mengkomunikasikan pesan yang disampaikan” dan responden yang paling kecil item pada point 3 “Pemberian hadiah pada masa kegiatan promosi smartphone akan lebih menarik saya untuk membeli produk Samsung” dengan persentase masing-masing adalah 29% dan 16% sangat setuju jawabanya.

### c. Analisis Statistik Deskripsi Variabel Harga

Untuk mengetahui tingkat harga pada toko Anggi Pranata, peneliti memberikan kuesioner kepada pelanggan atau pembeli, kuesioner terdiri dari 5 indikator dengan 7 butir pertanyaan, serta masing-masing pernyataan diberikan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih dan dianggap sesuai menurut pendapat responden.

**Tabel 4.8 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Harga**

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS	JLH
1	Harga smartphone Samsung jenis android sesuai dengan kualitas yang diberikan	16	58	20	3	3	100
		16%	58%	20%	3%	3%	100%
2	Harga smartphone Samsung jenis android sangat dapat dijangkau oleh siapa saja	23	65	12	0	0	100
		23%	65%	12%	0%	0	100%
3	Harga smathphone Samsung	6	51	38	4	1	100

	sesuai dengan manfaat yang diberikan	6%	51 %	38 %	4%	1%	100%
4	Smarthphone Samsung memberikan potongan harga atau discount kepada konsumen	11	64	21	2	2	100
		11 %	64 %	21 %	2%	2%	100%
5	Smartphone Samsung jenis android bervariasi sesuai harga dan tipe smartpho nya.	18	68	21	2	0	100
		18 %	68 %	21 %	2%	0%	100%
6	Harga yang ditawarkan Smartphone Samsung sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen	14	52	29	1	4	100
		14 %	52 %	29 %	1%	4%	100%
7	Harga produk yang ada ditawarkan Smartphone Samsung wajar dibandingkan dengan hasil yang didapatkan oleh konsumen	8	56	30	3	3	100
		8%	56 %	30 %	3%	3%	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap data yang ada maka didapat hasil distribusi frekuensi untuk variabel harga pada tabel 4.9 di atas. Hasil pada tabel menunjukkan bahwa item yang mempunyai jawaban responden baik dan sangat baik paling tinggi untuk harga adalah item point 2 “Harga smartphone Samsung jenis android sangat dapat dijangkau oleh siapa saja” dan responden paling kecil item point 7 “Harga produk yang ada ditawarkan Smartphone Samsung wajar dibandingkan dengan hasil yang didapatkan oleh konsumen” dengan persentase masing-masing adalah 23% dan 8% sangat setuju jawabannya.

#### **d. Analisis Statistik Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian**

Untuk mengetahui pelaksanaan keputusan pembelian di Toko Anggi Pranata, peneliti memberikan kuesioner kepada pelanggan atau pembeli, kuesioner terdiri dari 5 indikator dengan 9 butir pertanyaan, serta masing-

masing pernyataan diberikan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih dan dianggap sesuai menurut pendapat responden.

**Tabel 4.9 Jawaban Responden Atas Kuisisioner Keputusan Pembelian**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	JLH
1	Saya membutuhkan smartphone Samsung sebagai alat komunikasi	12	58	25	3	2	100
		12%	58%	25%	3%	2%	100%
2	Saya mengetahui produk Smartphone Samsung dari teman atau keluarga	11	74	15	0	0	100
		11%	74%	15%	0%	0%	100%
3	Saya mengetahui produk smartphone Samsung setelah melihat iklan di media sosial	33	58	8	1	0	100
		33%	58%	8%	1%	0%	100%
4	Saya memutuskan membeli Smartphone setelah mengetahui kelebihan segi kualitas dan harga dari produk tersebut	25	62	12	1	0	100
		25%	62%	12%	1,0%	0%	100%
5	Saya merasa yakin membeli produk smartphone Samsung sebagai keputusan yang tepat	17	65	17	1	0	100
		17%	65%	17%	1%	0%	100%
6	Saya yakin dengan kualitas yang dimiliki smartphone Samsung	25	63	12	0	0	100
		25%	63%	12%	0%	0%	100%
7	Saya memilih smartphone Samsung karena mereknya yang terkenal	14	67	17	2	0	100
		14%	67%	17%	2%	0%	100%
8	Saya merasa puas menggunakan smartphone Samsung	18	67	13	2	0	100
		18%	67%	13%	2%	0%	100%
9	Saya akan membeli kembali smartphone Samsung jika membutuhkannya	14	75	10	1	0	100
		14%	75%	10%	1%	0%	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap data yang ada maka didapat hasil distribusi frekuensi untuk variabel keputusan pembelian pada tabel 4.10 di atas. Hasil pada tabel menunjukkan bahwa item yang mempunyai jawaban responden baik dan sangat baik paling tinggi untuk volume penjualan adalah item pada point 3 “Saya mengetahui produk smartphone Samsung setelah

melihat iklan di media sosial” dan item mempunyai jawaban paling kecil pada item point 2 “Saya mengetahui produk Smartphone Samsung dari teman atau keluarga” dengan persentase masing-masing adalah 33% dan 11% sangat setuju jawabannya

## **6. Instrumen Penelitian**

### **a. Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorealsikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan kumputer menggunakan program SPSS Versi 21.0. Dalam penelitian ini pengujian valditas hanya dilakukan terhadap 100 responden. Pengambilan keputusan pada nilai rhitung (corrected item-Total correlation)  $> r_{\text{tabel}}$  sebesar 0.1654, untuk  $df\ 100-20 = 98$ ,  $\alpha = 0,05$  maka item tersebut valid dan sebaliknya.

#### **1) Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan hasil perhitungan uji valditas variabel kualitas pelayanan dengan 7 item pernyataan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

	Corrected Item-Total Correlation	r_tabel	Keterangan
X1.1	0.554	0.1654	Valid
X1.2	0.595	0.1654	Valid
X1.3	0.580	0.1654	Valid
X1.4	0.570	0.1654	Valid
X1.5	0.492	0.1654	Valid
X1.6	0.595	0.1654	Valid
X1.7	0.471	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan memiliki status valid, karena  $r_{hitung}$  (Corrected Item-Total Correlation)  $>$   $r_{tabel}$  sebesar 0,1954

## 2) Uji Validitas Kuesioner Variabel Promosi

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel promosi dengan 7 item pernyataan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)**

	Corrected Item-Total Correlation	r_tabel	Keterangan
X2.1	0.555	0.1654	Valid
X2.2	0.473	0.1654	Valid
X2.3	0.410	0.1654	Valid
X2.4	0.689	0.1654	Valid
X2.5	0.583	0.1654	Valid
X2.6	0.568	0.1654	Valid
X2.7	0.663	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.12 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel harga memiliki status valid, karena  $r_{hitung}$  (Corrected Item-Total Correlation)  $>$   $r_{tabel}$  sebesar 0,1954

## 3) Uji Validitas Kuesioner Variabel Harga

Berdasarkan hasil perhitungan uji valditas variabel harga dengan 7 item pernyataan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)**

	Corrected Item-Total Correlation	r_tabel	Keterangan
X3.1	0.640	0.1654	Valid
X3.2	0.567	0.1654	Valid
X3.3	0.619	0.1654	Valid
X3.4	0.629	0.1654	Valid
X3.5	0.619	0.1654	Valid
X3.6	0.782	0.1654	Valid
X3.7	0.787	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel harga memiliki status valid, karena  $r_{hitung}$  (Corrected Item-Total Correlation)  $> r_{tabel}$  sebesar 0,1954

#### 4) Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan uji valditas variabel keputusan pembelian dengan 7 item pernyataan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

	Corrected Item-Total Correlation	r_tabel	Keterangan
Y.1	0.458	0.1654	Valid
Y.2	0.571	0.1654	Valid
Y.3	0.548	0.1654	Valid
Y.4	0.622	0.1654	Valid
Y.5	0.627	0.1654	Valid
Y.6	0.676	0.1654	Valid
Y.7	0.597	0.1654	Valid
Y.8	0.638	0.1654	Valid
Y.9	0.580	0.1654	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel keputusan pembelian memiliki status valid, karena  $r_{hitung}$  (Corrected Item-Total Correlation)  $> r_{tabel}$  sebesar 0,1954

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliable atau handal jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten.

Koefisien reliabilitas instrument dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Adapun alat analisisnya menggunakan metode belah dua (split half) dengan mengkorelasikan total skor ganjil lawan genap, selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan rumus “alpha Cronbach”. Perhitungan dilakukan dengan dibantu computer program SPSS. Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	$r_{\alpha}$	$r_{kritis}$	Kriteria
1	Kualitas pelayanan	0.812	0.600	Reliabel
2	Promosi	0.815	0.600	Reliabel
3	Harga	0.877	0.600	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0.858	0.600	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.15 uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas instrument kualitas pelayanan sebesar  $r_{\alpha} = 0.812$ , instrument promosi adalah sebesar  $r_{\alpha} = 0.815775$ , instrument harga adalah sebesar  $r_{\alpha} = 0.877$ ,

instrument keputusan pembelian adalah sebesar  $r_{\alpha} = 0.858$ , ternyata memiliki nilai “Alpha Cronbach” lebih besar dari 0.600 yang berarti keempat instrument dinyatakan reliable atau memenuhi persyaratan.

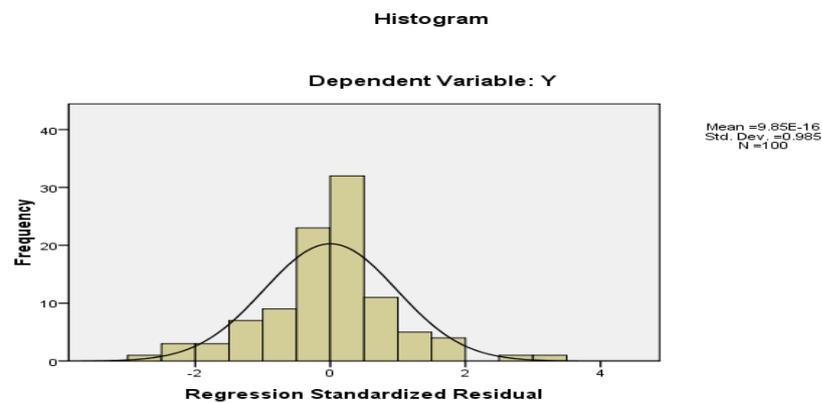
## 7. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis pada penelitian ini digunakan model regresi linear berganda. Sebelum model regresi linear berganda ini di gunakan sebagai alat analisa, maka terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi klasik. Dimana pengujian asumsi klasik bertujuan untuk melihat apakah model yang digunakan dalam menganalisa data dan pengujian hipotesis pada penelitian ini sudah layak atau belum. Model yang baik adalah model yang memenuhi asumsi klasik. Adapun asumsi yang harus dipenuhi tersebut adalah data berdistribusi normal, tidak terjadi hubungan sempurna antar sesama variabel bebas (bebas dari masalah multikolinieritas) dan data harus homogen (bebas dari masalah heterokedastisitas). Hasil pengujian asumsi klaksi masing-masingnya dapat dilihat sebagai berikut :

### a. Uji Normalitas

Uji. normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak.

### **Gambar 4.2 Histogram Display Normal Curve Volume Penjualan**

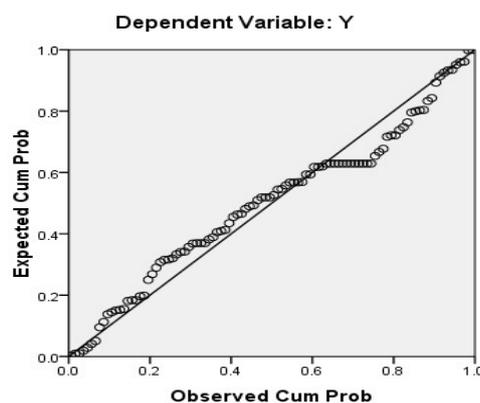


Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan gambar histogram diatas, dapat dilihat bahwa kurva keputusan pembelian handphone Samsung pada Toko Anggi Pratama memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri, serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya kualitas produk, harga dan promosi memiliki kecenderungan berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat disisi output kurva normal P-Plot. Data pada variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

**Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Pada prinsipnya Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik mendekati garis diagonal, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik nya menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari gambar 4.2, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

Cara lain pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov. Pedoman yang digunakan untuk melihat data normal adalah jika nilai P-value pada kolom Asimp.Sig (2-tailed) > level of significant( $\alpha= 0,05$ ) maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai p-value pada kolom Asimp.Sig (2-tailed) < level of significant ( $\alpha= 0,05$ ) berarti data tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah table hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 4.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

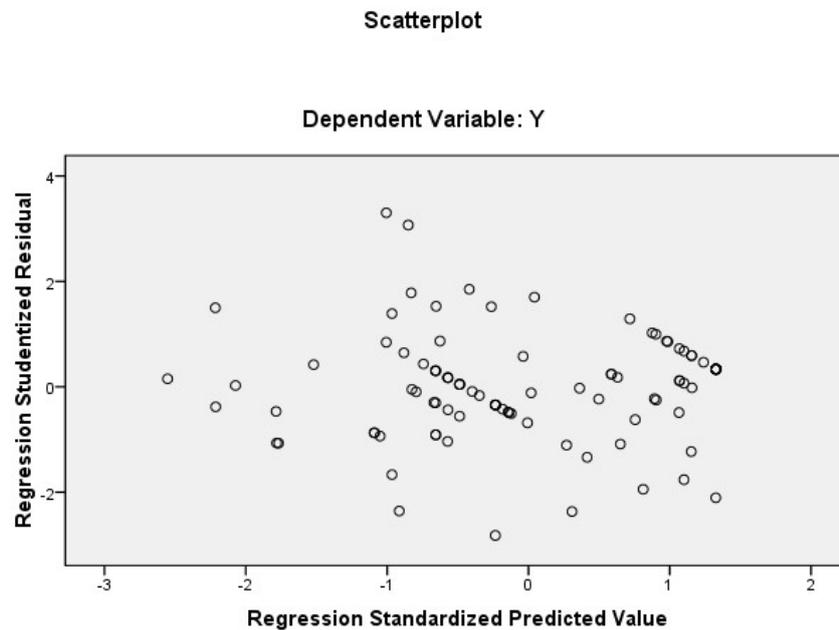
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.63893561
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		1.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.117
a. Test distribution is Normal.		

Dari hasil output SPSS pada tabel 4.15 pada uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov signifikan pada  $0,117 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas .

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lainnya. Untuk mendeteksinya dilihat dari titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik Scatterplot.

**Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Dari gambar 4.4 hasil pengujian dengan metode graik output Scatterplot diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel Coefficient, yaitu pada kolom Tolerance dan kolom VIF (Variance Inflated Factors). Tolerance adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Antara variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai tolerance lebih dari 10 persen ( $\text{tolerance} > 0,01$ ) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 ( $\text{VIF} < 10$ ). Cara umum untuk mendeteksi adanya multukolinearitas adalah dengan melihat adanya  $R^2$  yang tinggi dalam model

tetapi tingkat signifikan yang sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan

**Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	-0.308	1.619			
1 X1	0.211	0.098	0.167	0.525	1.905
X2	0.217	0.064	0.249	0.586	1.708
X3	0.562	0.089	0.530	0.443	2.257

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas nilai tolerance semua variabel bebas (kualitas pelayanan : 0.525, promosi : 0.586, promosi : 0.443) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 (kualitas pelayanan : 1.905, promosi : 1,708 dan harga : 2,257). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

## 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat program SPSS 21 diperoleh hasil seperti tabel 4.17

**Tabel 4.17 Hasil Estimasi Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	-0.308	1.619		-0.19	0.849
1	X1	0.211	0.098	0.167	2.160	0.033
	X2	0.217	0.064	0.249	3.399	0.001
	X3	0.562	0.089	0.53	6.301	0

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran output SPSS

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = -0,308 + 0,211 X_1 + 0,217 X_2 + 0,562X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Konstanta sebesar -0,308 menyatakan bahwa jika nilai variabel independen dianggap nol kualitas pelayanan ( $X_1$ ) = 0, promosi ( $X_2$ ) = 0, dan harga ( $X_3$ ) maka nilai keputusan pembelian nilai mengalami penurunan sebesar 0,308
- b. Koefisien kualitas pelayanan memberikan nilai sebesar 0,211 yang berarti bahwa jika kualitas pelayanan semakin meningkat dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,211.
- c. Koefisien promosi memberikan nilai sebesar 0,217 yang berarti bahwa jika promosi semakin meningkat dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan penjualan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,217
- d. Koefisien harga memberikan nilai sebesar 0,562 yang berarti bahwa jika harga semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,562

#### a. Pengujian Hipotesis

##### 1). Uji F ( Pengujian Hipotesis Secara Simultan)

Selanjutnya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pelayanan, promisi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan

pembelian maka perlu dilakukan pengujian hipotesis secara simultan yang dapat dilihat dari tabel ANOVA hasil pengolahan SPSS,21. Langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  : Menunjukkan variabel kualitas pelayanan, promosi dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$  : Menunjukkan variabel kualitas pelayanan, promosi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Menentukan tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar  $\alpha = 0,05$  atau 5 % dengan derajat kebebasan (k; n-k-1)  $df= 4; 100-3-1=96$ . Pada tabel F untuk  $df_1 = 3, df_2 = 96$ , maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,47. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Secara Simultan**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	618.115	3	206.038	74.381	.000 <sup>a</sup>
	Residual	265.925	96	2.770		
	Total	884.040	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil yang diperoleh dari perbandingan F-hitung dengan F tabel adalah  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  ( $74,381 > 2,47$ ), maka pada tingkat kekeliruan 5%  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kedua variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, promosi dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu peneliti juga melakukan pengujian dengan cara melihat tingkat signifikansi yang dapat dilihat pada tabel 4.20.

Dari tabel ANOVA diatas diperoleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hasil yang diperoleh dengan tingkat signifikansi adalah  $H_0$  ditolak dan kesimpulannya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian handphone Samsung pada Toko Anggi Pranata.

## 2). Uji t ( Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Statistik uji yang digunakan pada pengujian parsial adalah uji t. Nilai tabel yang digunakan sebagai nilai kritis pada uji parsial (uji t) sebesar 1.906 yang diperoleh dari tabel t pada  $\alpha = 0.05$  dan derajat bebas untuk pengujian dua pihak. Nilai statistik uji t yang digunakan pada pengujian secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Secara Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	-0.19	0.849
X1	2.160	0.033
X2	3.399	0.001
X3	6.301	0.000

---

a. Dependent Variable: Y

Nilai statistik uji t yang terdapat pada tabel 4.21 selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  untuk menentukan apakah variabel yang sedang diuji berpengaruh signifikan atau tidak.

a) Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian

Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian maka diperlukan pengujian statistik secara parsial dengan langkah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1 = 0$  : Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta_1 \neq 0$  : Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar  $\alpha = 0,05$  atau 5 % dengan derajat kebebasan ( $df = n - k - 1$ )  $df = 100 - 3 - 1 = 96$ , dimana nilai  $t_{tabel}$  pengujian dua arah sebesar 1.906.

(a) Mencari nilai t-hitung

Dengan bantuan software SPSS.21, seperti terlihat pada tabel 4.20 diperoleh nilai t-hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 2.160

Menentukan daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel dengan ketentuan :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak (signifikan)

Jika  $t_{tabel} \leq t_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima (tidak signifikan)

Maka hasil yang diperoleh dari perbandingan thitung dengan t-tabel adalah  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  ( $2.160 > 1,906$ ), sehingga pada tingkat kekeliruan 5%  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

b) Pengaruh Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian maka diperlukan pengujian statistik secara parsial dengan langkah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_2 = 0$  : Menunjukkan bahwa promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_2 \neq 0$  : Menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar  $\alpha = 0,05$  atau 5 % dengan derajat kebebasan ( $df = n - k - 1$ )  $df = 100 - 3 - 1 = 96$ , dimana nilai ttabel pengujian dua arah sebesar 1.906.

(a) Mencari nilai t-hitung

Dengan bantuan software SPSS.21, seperti terlihat pada tabel 4.20 diperoleh nilai t-hitung variabel promosi sebesar 3.399

Menentukan daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel dengan ketentuan :

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak (signifikan)

Jika  $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung}$ , maka  $H_0$  diterima (tidak signifikan)

(b) Maka hasil yang diperoleh dari perbandingan thitung dengan ttabel adalah  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  ( $3.399 > 1,906$ ), sehingga pada tingkat kekeliruan 5%  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

c) Pengaruh tingkat Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian maka diperlukan pengujian statistik secara parsial sebagai berikut:

Untuk menguji pengaruh tingkat harga terhadap volume keputusan pembelian maka diperlukan pengujian statistik secara parsial dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_3 = 0$  : Menunjukkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta_3 \neq 0$  : Menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi tersebut adalah sebesar  $\alpha = 0,05$  atau 5 % dengan derajat kebebasan ( $df = n - k - 1$ )  $df = 100 - 3 - 1 = 95$ , dimana nilai ttabel pengujian dua arah sebesar 1.906.

(a) Mencari nilai t-hitung

Dengan bantuan software SPSS.21, seperti terlihat pada tabel 4.20 diperoleh nilai t-hitung variabel tingkat kepercayaan sebesar 6.301

Menentukan daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel dengan ketentuan :

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak (signifikan)

Jika  $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung}$ , maka  $H_0$  diterima (tidak signifikan)

Maka hasil yang diperoleh dari perbandingan  $t\text{-hitung}$  dengan  $t\text{-tabel}$  adalah  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  ( $6.301 > 1,906$ ), sehingga pada tingkat kekeliruan 5%  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian .

#### b. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur sebesar besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai  $R^2$  kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi sangat terbatas.

Kelemahan penggunaan  $R^2$  adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, maka dianjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2016: 97). Hasil estimasi dengan menggunakan SPSS versi 21.0 didapat hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.20 Hasil Uji Determinasi Variabel**

Model Summary <sup>b</sup>										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.836 <sup>a</sup>	.699	.690	1.66435	.699	74.381	3	96	.000	1.927

a. Predictors: (Constant), X3,

X2, X1

b. Dependent

Variable: Y

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variabel kualitas pelayanan, promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.22 tepatnya dilihat dari nilai R Square yaitu sebesar 0,836 atau 83,6%, artinya pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sebesar 83,6% sedangkan sisanya yaitu 16,4% merupakan pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yaitu kualitas produk dan suasana toko, loyalitas pelanggan dll.

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga mempengaruhi keputusan pembelian handphone Samsung pada Toko Anggi Pranata Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir. Pembahasan penelitian sebagai berikut.

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,160 dan t tabel 1,906 ( $df=96$ ) dengan tingkat signifikansi 0,05 karena  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,160 > 1,906$ ), signifikansi lebih besar dari 0,005 ( $0,033 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,211, dengan demikian penelitian ini menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian sesuai teori Kotler (2015:56) menyebutkan bahwa produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar

untuk mendapatkan perhatian, keahlian, kegunaan atau konsumsi yang memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismayanti (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk dan harga berpengaruh terhadap volume penjualan. persamaan penelitian terletak pada variabel harga dan kualitas produk sedangkan perbedaan penelitian terletak pada variabel promosi. Penelitian yang sejenis ditunjukkan oleh Partina et al (2017) hasil menunjukkan bahwa harga dan produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan. peneliti menganggap dengan menganalisis faktor yang mempengaruhi volume penjualan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan target penjualan suatu perusahaan.

## **2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,399 dan t-tabel 1,906 (df=96) dengan tingkat signifikansi 0,05 karena  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,399 > 1,906$ ), signifikansi lebih kecil dari 0,005 ( $0,001 < 0,005$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,217 dengan demikian penelitian ini menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian didukung oleh teori Rudianto (2013:127) yang menyatakan bahwa apabila harga jual terlalu tinggi, maka konsumen akan mengurangi jumlah pembelian produk atau bahkan tidak membeli produk yang dijual. Begitu pun sebaliknya apabila harga jual menurun akan meningkatkan volume penjualan

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Achmad Tjachja Nugraha dan Dwi Risky (2015) yang menyebutkan bahwa ada pengaruh antara variabel harga jual produk terhadap volume penjualan dalam penelitian ini. Selain itu, dari penelitian yang dilakukan oleh Melvin Pristyo (2013) menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. dengan kata lain harga yang dapat dijangkau oleh konsumen menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut dan hal ini mengakibatkan peningkatan pada volume penjualan

### **3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai  $t$  hitung sebesar 6,301 dan  $t$  tabel 1,906 ( $df=96$ ) dengan tingkat signifikansi 0,000 karena  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $6,301 > 1,906$ ), signifikansi lebih besar dari 0,005 ( $0,00 < 0,005$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,562 dengan demikian penelitian ini menyatakan bahwa “ terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian”.

Penelitian ini didukung oleh teori Kotler dan Amstrong (2014:77) yang menyatakan promosi merupakan salah satu langkah yang harus dilakukan untuk terus dapat bersaing dan berkembang dalam dunia bisnis.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Mira Marnis (2018) yang menyatakan biaya promosi terhadap penjualan produk berpengaruh positif dan signifikan. Promosi penjualan timbul dikarenakan adanya persaingan pasar yang semakin meluas di era ini. Maka Bakery Barokah harus menangani persaingan pasar

dengan memfokuskan kegiatan promosi penjualan untuk mempengaruhi volume penjualan dan keuntungan perusahaan.

#### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 74.381 dengan nilai signifikansi 0,00. Hal ini menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $74,381 > 2,337$ ) dan nilai  $Sig < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ). Hipotesis dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa kualitas pelayanan, promosi dan harga secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir .