

PENGARUH PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT TRI MANDIRI SELARAS CABANG SINTANG

Arjeti^{1*}, Lin Magdalena^{2*}

^{1*} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas, Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Indonesia, email: jetiarjeti18@gmail.com

^{2*} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas, Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Indonesia, email: linmagdalena@gmail.com

Abstract: *This study uses quantitative research methods. In this study, the population is consumers who buy cars in 2023, totaling 420 people. The number of samples is 81 people. The variables in this study are two independent variables, namely X1 (Service), X2 (Price), and the dependent variable, namely Y (Purchase Decision). The measurement instrument in this study uses a Likert scale. Data collection techniques use questionnaires, observation and documentation. The data in this study will be processed and calculated using the SPSS program. In this study, validity tests, reliability tests, multiple linear regression hypothesis tests, partial tests (t tests), simultaneous tests (F tests), determination coefficient tests (r²) will be carried out. The results of this study indicate that the instruments used in variables X1, X2, Y are declared valid because $r_{count} > r_{table}$ and are declared reliable because Cronbach Alpha (α) variables X1 = 0.815, X2 = 0.765 and Y = 0.615 are greater than 0.6. The multiple linear regression hypothesis test obtained the regression equation results, namely $Y = 3.655 + 0.007 + 0.825$. The F test results of the hypothesis of variable X1 are H_0 rejected and H_a accepted because $f_{Count} 522.157 > f_{Table} 3.114$ meaning that Service and Price together influence the Decision to Purchase a car at PT Tri Mandiri Selaras Sintang Branch. The T test produces variable X1 has a significance value of $0.627 > 0.05$ and a t Count value of $0.488 < t_{Table} 1.99085$. So the hypothesis is H_0 accepted and H_a rejected meaning that X1 does not affect Y (Purchase Decision) of cars at PT Tri Mandiri Selaras Sintang Branch. Variable X2 has a significance value of $0.001 < 0.05$ and a t Count value of $31.58 > t_{Table} 1.99085$. So the hypothesis is H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning X2 (Price) has an effect on Y (Purchase Decision) of cars at PT Tri Mandiri Selaras Sintang Branch. The analysis of the determinant coefficient results in the R Square value = 0.931, meaning that the variables X1 (Service) and X2 (Price) have an effect on the variable Y (Purchase Decision) of 0.931 or 93.1% while the remaining 6.9% is influenced by other variables not examined in this study.*

Keywords: *Service; Price; Purchasing Decision.*

Abstrak: Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang membeli mobil pada tahun 2023 yang berjumlah 420 orang. Jumlah sampel adalah 81 orang. Variabel dalam penelitian ini ada dua variabel bebas yaitu X1 (Pelayanan), X2 (Harga), dan variabel terikat yaitu Y (Keputusan Pembelian). Pengukuran instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Data-data dalam penelitian ini akan diolah dan dihitung menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini akan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), uji koefisien determinasi (r^2). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada variabel X1, X2, Y dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dinyatakan

reliabel karena *Cronbach Alpha* (α) variabel $X_1=0,815$, $X_2=0,765$ dan $Y=0,615$ lebih besar dari 0,6. Uji hipotesis regresi linear berganda mendapatkan hasil persamaan regresinya yaitu $Y=3,655+0,007+0,825$. Uji F hasil hipotesis variabel X_1 adalah H_0 ditolak dan H_a diterima karena $f_{Hitung} 522,157 > f_{Tabel} 3,114$ artinya Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang. Uji T hasilnya variabel X_1 memiliki nilai signifikansi $0,627 > 0,05$ dan nilai $t_{Hitung} 0,488 < t_{Tabel} 1,99085$. Jadi hipotesisnya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak artinya X_1 tidak berpengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian) mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang. Variabel X_2 memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{Hitung} 31,58 > t_{Tabel} 1,99085$. Jadi hipotesisnya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima artinya X_2 (Harga) berpengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian) mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang. Analisis koefisien determinan hasil nilai $R^2 = 0,931$ artinya bahwa variabel X_1 (Pelayanan) dan X_2 (Harga) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,931 atau 93,1% sedangkan sisanya sebesar 6,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pelayanan; Harga; Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat modern jika dilihat dari kegiatan sehari-hari dituntut serba cepat terutama bagi masyarakat yang bekerja. Mobilitas yang tinggi tentu perlu didukung dengan fasilitas memadai supaya efektif dan efisien seperti menggunakan kendaraan pribadi untuk mempercepat sampai ke tempat tujuan. Pilihan untuk kendaraan sangat beragam sesuai dengan selera dan daya beli konsumen.

Kendaraan bagi masyarakat sekarang bukan hanya sebagai gaya hidup saja tetapi sudah menjadi kebutuhan utama untuk mendukung aktivitas. Berbagai pilihan kendaraan merek, model, warna, tipe dan harga yang tersedia di pasaran salah satunya yaitu mobil merek Daihatsu yang berasal dari negara Jepang. Salah satu perusahaan yang menjual mobil Daihatsu di Indonesia adalah PT Tri Mandiri Selaras di bawah naungan perusahaan Tri Mandiri Group yang merupakan dealer resmi Astra Internasional (Isuzu, Daihatsu, dan Honda Motor) kantor pusat ada di Jakarta. Seluruh perusahaan dibawah naungan Tri Mandiri Group bergerak di industri otomotif,

utamanya aktivitas bisnis berupa penjualan kendaraan bermotor (dealer resmi) dan layanan purna jual. Kegiatan penjualan grup perusahaan mencakup kendaraan roda dua, roda empat dan niaga yang didukung dengan ketersediaan unit di dealer demi memberikan kemudahan pelanggan memiliki kendaraan impiannya (<https://trimandirigroup.com/tentang-kami>).

PT Tri Mandiri Selaras berkantor pusat di Jakarta memiliki cabang di berbagai kota ataupun daerah di Indonesia salah satunya yaitu di jalan Lintas Melawi kota Sintang, yang dibuka mulai tahun 2013. Dealer di Sintang hanya menjual mobil Daihatsu dengan berbagai jenis atau tipe kendaraan yang ditawarkan seperti Ayla, Sigra, All New Xenia, Terios, Rocky, Sirion, Gran Max PU, Luxio, Gran Max Blind Van, dan Gran Max Minibus. Untuk menarik minat konsumen, perusahaan menawarkan harga produk yang bersaing dengan mobil-mobil merek lainnya. Harga mobil Daihatsu per unit tipe terendah sampai tipe tertinggi pada bulan Mei 2024 di PT Tri Mandiri Cabang Selaras

dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Daftar Jenis Dan Harga Mobil Daihatsu Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang Tahun 2024

Sumber: PT Tri Mandiri Selaras Sintang, 2024.

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa mobil Daihatsu menawarkan banyak pilihan tipe dan harga yang menyesuaikan dengan selera konsumen. Harga tersebut dapat berbeda-beda yang akan dipengaruhi oleh jenis dan tipe mobil serta promo-promo yang diadakan oleh perusahaan. Promo tersebut dilakukan perusahaan sebagai upaya meningkatkan penjualan mobil. Adapun jumlah penjualan mobil Daihatsu Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 Jumlah Penjualan Mobil Daihatsu Di PT Tri Mandiri Selaras Sintang Tahun 2021, 2022 dan 2023

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2021	276 Unit
2	2022	360 Unit
3	2023	420 Unit

Sumber: PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang, Tahun 2024.

Berdasarkan jumlah penjualan mobil di atas bahwa setiap tahun mengalami peningkatan jumlah penjualan. Berdasarkan hasil pra penelitian bahwa penjualan mobil belum mampu mencapai target minimal penjualan sebanyak 450 unit per tahun. Upaya penjualan mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang sudah dilakukan maksimal dengan merekrut 25

orang karyawan untuk mendukung perusahaan dalam memasarkan produk, namun jumlah penjualan masih belum mencapai target. Permasalahan tersebut disebabkan karena unit yang tersedia di

NO	MOBIL	RENTANG HARGA
1	New Ayla	Rp 180,900,000 - Rp 216,800,000
2	Sigra	Rp 188,350,000 - Rp 216.700.000
3	All New Xenia	Rp 269,450,000 - Rp 297,750,000
4	New Terios	Rp 288,650,000 - Rp 343,850,000
5	Sirion	Rp 243,950,000 - Rp 253,150,000
6	Gran Max Pick Up	Rp 199,450,000 - Rp 212,050,000
7	Luxio	Rp 246,750,000 - Rp 265,950,000
8	Gran Max Blindvan	Rp 200,650,000
9	Gran Max Minibus	Rp 243,950,000 - Rp 253,150,000

PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang sangat terbatas sementara permintaan cukup banyak. Keterbatasan unit disebabkan oleh belum ada showroom dan gudang yang memadai untuk menyimpan kendaraan.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pelayanan

Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang".

Supaya fokus dalam melakukan penelitian maka penulis menetapkan rumusan masalah yang menyesuaikan dengan permasalahan yang ada yaitu:

1. Bagaimanakah Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang?
2. Bagaimanakah Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang?
3. Bagaimanakah Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan

Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang?

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.
2. Menganalisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.
3. Menganalisis Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

Penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan teori-teori perilaku konsumen terutama dalam meningkatkan minat konsumen.

2. Secara Praktis

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan referensi maupun salah satu bahan pertimbangan, masukan dan saran kepada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang untuk meningkatkan minat konsumen terhadap mobil merek Mitsubishi.

LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS

Proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk dipengaruhi oleh berbagai faktor yang melatarbelakangi. Menurut Anoraga dan

Lamb (Sawlani, 2021:20) faktor-faktor tersebut yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor individu/pribadi dan faktor psikologis, yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Budaya menjadi penentu yang mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Faktor budaya adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi suatu sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial yaitu sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga dan status. Yang dimaksud dengan kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seseorang dalam membeli dipengaruhi Oleh karakteristik pribadi yang unik dari masing-masing individu, seperti jenis kelamin, usia, dan tahapan dalam siklus hidup,

kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat juga mengambil tindakan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dikatakan bahwa kebiasaan individu atau kelompok, faktor sosial yaitu dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga dan status, faktor pribadi yaitu dipengaruhi oleh lingkungan terdekat seperti keluarga, dan faktor psikologis dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan.

Pelayanan

Kualitas layanan (*service quality*) sangat bergantung pada tiga hal, yaitu: sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Salah satu konsep kualitas layanan yang populer adalah *ServQual*. Berdasarkan konsep ini, kualitas layanan diyakini memiliki lima dimensi, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*.

1. Dimensi *reliability*

Adalah dimensi yang mengukur kehandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dibandingkan dengan empat dimensi kualitas layanan yang lain, dimensi ini dianggap paling penting dari berbagai industri jasa. Dimensi ini memiliki dua aspek, yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan

seberapa jauh perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat.

2. Dimensi *responsiveness*

Adalah harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan yang tidak dapat dipastikan akan berubah sesuai kecenderungannya dari waktu ke waktu. Harga pada suatu waktu berbeda antara satu pelanggan dan pelanggan yang lain.

3. Dimensi *assurance*

Adalah dimensi kualitas layanan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front line staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan. Berdasarkan riset, terdapat empat aspek dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan.

4. Dimensi *empathy*

Dapat dijelaskan dengan gambaran bahwa pelanggan dari kelompok menengah atas mempunyai harapan yang tinggi agar perusahaan penyedia jasa mengenal mereka secara pribadi. Perusahaan harus tahu nama mereka, kebutuhan mereka secara spesifik, dan bila perlu mengetahui apa yang menjadi hobi dan karakter orang lainnya.

5. Dimensi *tangible*

Dengan mempertimbangkan bahwa *service* tidak bisa dilihat, dicium, dan diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Sebagai gambaran, pelanggan penilaian yang baik apabila bengkel mobil dilengkapi dengan peralatan canggih. Selain gedung dan peralatan, pelanggan akan menilai tampilan fisik

karyawannya. Dimensi ini umumnya lebih penting bagi pelanggan baru.

Berdasarkan teori diatas dapat dikatakan bahwa layanan berkualitas apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan janji perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat dan akurat, kecepatan dalam pelayanan, mampu membangun kepercayaan dan rasa aman konsumen terhadap perusahaan, memahami dan mengenal konsumen secara individu, dan didukung dengan fasilitas yang memadai untuk mendukung pelayanan terbaik perusahaan.

Harga

Perusahaan memiliki tujuan tertentu dalam menetapkan harga seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (Rahmawati, 2022:17) tujuan utama perusahaan dalam penetapan harga diantaranya adalah: Kemampuan Bertahan Dalam hal ini perusahaan berupaya mempertahankan posisinya di pasar apabila terjadi persaingan yang ketat, mengalami kelebihan kapasitas dan berubahnya selera pasar. Namun tujuan ini adalah tujuan jangka pendek perusahaan, dalam jangka panjang perusahaan harus mampu menambah nilai untuk menghindari kegagalan dalam pasar.

a. Laba maksimum

Perusahaan memperkirakan jumlah permintaan pasar terhadap produk perusahaan dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan laba maksimum.

b. Pangsa pasar maksimum

Beberapa perusahaan meyakini bahwa semakin tinggi penjualan maka biaya unit semakin rendah dan laba jangka panjang akan semakin tinggi. Dalam meraih pangsa pasar secara maksimum perusahaan bisa menetapkan harga terendah. Pasar sangat sensitif terhadap harga sehingga dengan menetapkan harga rendah akan merangsang pertumbuhan pasar.

c. Pemerahan pasar maksimum (Market Skimming Pricing)

Pemerahan pasar maksimum atau market skimming pricing adalah dimana perusahaan menetapkan harga tinggi pada produk baru dan menurunkan harga produk tersebut seiring berjalannya waktu. Strategi semacam ini bisa menjadi sangat fatal ketika pesaing utama memutuskan untuk menurunkan harga. Strategi skimming pricing ini cocok untuk kondisi banyaknya permintaan terhadap produk tersebut, dengan menetapkan harga awal yang tinggi perusahaan bisa memberikan citra produk yang unggul.

d. Kepemimpinan kualitas produk

Perusahaan mencoba menjadi pemimpin kualitas produk di pasar. Produk atau jasa yang ditentukan karakternya oleh tingkat kualitas anggapan, selera dan status yang tinggi dengan harga yang cukup tinggi agar tidak berada diluar jangkauan konsumen.

Berdasarkan pendapat di atas bahwa perusahaan menetapkan harga produk memiliki berbagai tujuan seperti kemampuan bertahan dalam

menghadapi persaingan, untuk mencapai laba maksimum, mencapai pangsa pasar maksimum dengan menetapkan harga terendah untuk meningkatkan kuantitas penjualan produk, menetapkan harga tinggi pada produk baru, bertujuan menjadi pemimpin kualitas produk di pasar untuk menunjukkan produk tersebut memiliki kualitas bagus. Selain mempunyai tujuan-tujuan tertentu, penetapan harga juga perlu memperhatikan beberapa hal seperti konsumen yang dituju, kualitas produk, harga pesaing, dan keseimbangan antara harga dengan manfaat produk. Menurut Kotler dan Keller (Rahmawati, 2022:61), ada 4 indikator penetapan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
3. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh penjual lain pada satu jenis produk yang sama.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Indikator dalam menetapkan harga perlu diperhatikan supaya harga produk tepat dan mencapai tujuannya. Harga yang terjangkau, harga sesuai

kualitas produk, harga bersaing, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk, merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan membeli.

Keputusan Pembelian

Konsumen melakukan pembelian produk dengan pertimbangan-pertimbangan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keputusan membeli dilakukan apabila konsumen merasa sudah cukup melakukan berbagai pertimbangan. Menurut Kotler (Nurhayati, 2023:42) terdapat indikator dari keputusan pembelian yaitu:

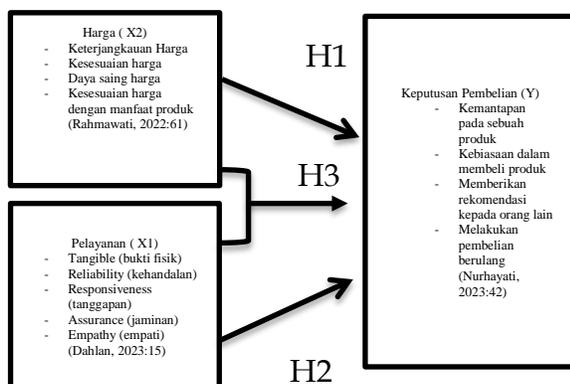
1. Kemantapan pada sebuah produk.
Kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga kemantapan pada sebuah produk merupakan penunjang kepuasan konsumen.
2. Kebiasaan dalam membeli produk.
Kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
Memberikan rekomendasi bahwa suatu produk dapat dipercaya kepada satu orang atau lebih. Merekomendasikan juga dapat diartikan menyarankan mengajak seseorang atau lebih untuk menggunakan suatu barang.
4. Melakukan pembelian ulang.
Pengertian pembelian ulang adalah melakukan pembelian produk atau jasa dan berencana atau bahkan sudah melakukan pembelian untuk kesekian kalinya.

Berdasarkan teori-teori di atas dapat dikatakan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian dapat dilihat dari kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang. Perusahaan dapat mengamati konsumen untuk melihat apakah konsumen merasa puas atau tidak dengan produk yang ditawarkan dengan melihat tindakan-tindakan konsumen setelah membeli sebuah produk. Konsumen cenderung melakukan tindakan-tindakan positif seperti yang dinyatakan pada teori di atas apabila merasa puas.

Kerangka Berpikir

Penelitian kuantitatif selalu dilengkapi dengan kerangka berpikir yang memuat variabel-variabel penelitian yang akan diteliti. Menurut Sugiono (Nizamuddin et al, 2021:90) “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi”. Adapun gambaran kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Gambar 1 Gambar Kerangka Berpikir



Hipotesis

Hipotesis berkaitan dengan rumusan masalah sebuah penelitian yang berupa pernyataan sementara yaitu variabel X berpengaruh atau tidak terhadap variabel Y. Menurut Riduwan (Nizamuddin et al, 2021:90) “hipotesis berasal dari dua kata hypo artinya sementara dan thesis artinya pernyataan atau persangkaan, dari bahasa Yunani. Disebabkan hipotesa adalah pernyataan sementara yang kebenarannya masih diragukan, maka perlu dilakukan pengujian”.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0 = Tidak Terdapat Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

H1 = Terdapat Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

H0 = Tidak Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

H2 = Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

H0 = Tidak Terdapat Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

H3 = Terdapat Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ditentukan oleh penulis sebagai tempat untuk melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (Albar dan Kulsum, 2021:57) objek penelitian adalah "suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Penelitian ini dilakukan di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang yang terletak di jalan Lintas Melawi Sintang.

Rancangan Penelitian

Menurut Kerlinger (Solimun et al, 2020:84) rancangan penelitian adalah "rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti akan memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penelitiannya". Metode penelitian merupakan langkah-langkah penelitian yang akan digunakan saat melakukan penelitian. Menurut Ramdhan (2021:1) "metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini maka penulis akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan program SPSS (Statistical Production and Service Solution) versi 29.

Populasi

Menurut Sugiyono (Riyanto at al, 2020:11) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya". Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang membeli mobil pada tahun 2023 yang berjumlah 420 orang.

Sampel

Menurut Sugiyono (Riyanto at al, 2020:12) sampel adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Total populasi

E = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

$$n = 420 / ((1 + 420 ([0,10]^2)))$$

$$n = 420 / ((1 + 420 \times 0,01))$$

$$n = 420 / (1 + 4,2)$$

$$n = 80,769 \text{ (dibulatkan menjadi 81)}$$

Berdasarkan perhitungan sampel di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 81 orang.

Variabel Penelitian

Menurut Bohnstedts (Nurdin dan Hartati, 2019:110) "variabel adalah karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu". Penelitian ini menggunakan variabel bebas (X) atau variabel independent dan variabel terikat (Y) atau variabel dependent. Variabel lain yang dimaksud adalah variabel terikat (Y) atau variabel dependent. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari

variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dapat dirinci sebagai berikut.

Tabel 3. Variabel Penelitian

A	PELAYANAN (X1)
X1.1	<i>Tangible (bukti fisik)</i>
X1.1.1	PT Tri Mandiri Selaras Sintang terletak di lokasi strategis
X1.1.2	Ruang pelayanan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang terasa nyaman
X1.1.3	Tersedia brosur penawaran mobil yang dijual di PT Tri Mandiri Selaras Sintang
X1.2	<i>Reliability (kehandalan)</i>
X1.2.1	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang selalu siap memberikan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen
X1.2.2	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang memberikan informasi yang jelas tentang mobil yang ditawarkan
X1.2.3	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang selalu menginformasikan kepada konsumen kalau ada harga promo
X1.3	<i>Responsiveness (tanggap)</i>
X1.3.1	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang memberikan pilihan mobil sesuai dengan keinginan konsumen (harga, tipe, warna)
X1.3.2	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang memberikan jawaban secepatnya kepada konsumen berkaitan dengan informasi mobil yang diinginkan konsumen
X1.3.3	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang bertindak cepat tanggap dan memberikan solusi terhadap keluhan konsumen
X1.4	<i>Assurance (jaminan)</i>
X1.4.1	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang memiliki kemampuan menjelaskan dengan rinci tentang mobil yang dijual
X1.4.2	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang sangat memahami kebutuhan konsumen terhadap jenis mobil yang diinginkan
X1.4.3	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang bersikap ramah dan sopan
X1.5	<i>Empathy (empati)</i>
X1.5.1	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang memberikan pelayanan yang sama kepada setiap konsumen
X1.5.2	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang mencari tahu kebutuhan konsumen dan merekomendasikan jenis mobil yang diinginkan
X1.5.3	Karyawan PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang memberikan jawaban dengan tulus kepada konsumen terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan
B	HARGA (X2)
X2.1	Harga mobil terjangkau
X2.2	Harga mobil sesuai dengan kualitas yang ditawarkan
X2.3	Harga bersaing dengan merek mobil lain yang sejenis bahkan lebih murah
X2.4	Harga mobil sesuai dengan manfaat yang diinginkan
X2.5	Ada potongan harga untuk pembelian tunai (<i>cash</i>)
X2.6	Ada potongan harga pada acara-acara khusus
C	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)
Y.1	Konsumen sudah merasa nyaman menggunakan mobil yang ditawarkan oleh PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang
Y.2	Mobil yang ditawarkan oleh PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang sesuai dengan harapan konsumen
Y.3	PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang menawarkan mobil yang terjangkau
Y.4	PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang menawarkan mobil yang berkualitas
Y.5	Konsumen akan membeli kembali mobil di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang
Y.6	Konsumen memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli mobil di PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang

Keterangan	Skor	Keterangan
Sangat setuju (SS)	5	Tujuan pemberian skor data kualitatif adalah untuk kepentingan analisis statistik, dengan menggunakan software SPSS atau jenis alat lainnya
Setuju (S)	4	
Ragu-Ragu (R)	3	
Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

Sumber: Data Olahan, Tahun 2024

Instrumen Penelitian

Pengukuran instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Seran (2020:109): Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, pandangan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Bentuk instrumen untuk mengukur masalah-masalah persepsi dapat bersifat tertutup dan atau terbuka. Tertutup artinya setiap item pertanyaan telah disiapkan alternatif jawaban, sehingga setiap responden dipersilahkan untuk memilih salah satu jawaban yang telah disiapkan. Adapun secara rinci skor setiap jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4 Skala Likert

Sumber: Seran (2020:110)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Menurut Riyanto at al (2020:28) ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian, diantaranya:

- a. Kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat dibuat dalam bentuk konvensional (cetak) atau dalam bentuk online (misalnya google form).
- b. Observasi. Observasi adalah pengumpulan data secara langsung di

objek yang diteliti. Observasi ini tidak hanya dalam bentuk angket atau kuesioner, akan tetapi dapat juga berbentuk lembar ceklist, buku catatan, foto atau video dan sejenisnya. Data yang dihasilkan dari kegiatan observasi kebanyakan berupa data primer dan memerlukan pengolahan data lebih lanjut.

c. Dokumentasi. Dokumentasi adalah data yang terkumpul atau dikumpulkan dari peristiwa masa lalu. Data dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, karya, hasil observasi atau wawancara dan sebagainya. Data yang diperoleh dari dokumentasi kebanyakan berupa data sekunder dan data tersebut telah memiliki makna untuk diinterpretasikan.

Daftar pertanyaan berupa kuesioner diberikan kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya. Penulis juga melakukan observasi untuk mendapatkan data secara langsung di lokasi penelitian dengan cara memberikan ceklis pada pedoman observasi. Untuk melengkapi data, penulis mengambil data dari dokumen-dokumen perusahaan yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Noor (2017:163) adalah "cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian". Penelitian ini menggunakan jenis analisis data kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan teknik statistik yaitu melakukan uji validitas, uji

reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji r². Data-data dalam penelitian ini akan diolah dan dihitung menggunakan program SPSS (Statistical Production and Service Solution) versi 29.

1. Uji Validitas

Menurut Riyanto et al (2020:63) "validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur". Untuk menghitung uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment atau dikenal juga dengan *korelasi pearson*.

$$r = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total

N = Jumlah subyek penelitian

$\sum x$ = Jumlah skor butir

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Pengujian validitas menurut Firdaus (2021:27) dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan ketentuan untuk pengambilan keputusan sebagai berikut:

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Riyanto *at al* (2020:75) “reliabilitas alat ukur adalah ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurnya. Artinya, kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama”. Pengukuran reliabilitas untuk melihat apakah kemampuan perangkat yang sama mampu memberikan hasil yang sama pula pada saat diukur berulang kali. Adapun rumus yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{(\sigma t^2)} \right)$$

Keterangan

r = Reliabilitas instrument

σt^2 = Varians total

k = Banyak butir pertanyaan atau bank soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variant butir

Menurut Sugiyono (Sa'adah dan Abdullah, 2020:49) Menurut Sugiyono “jika Cronbach Alpha $> 0,6$ maka reliabilitas pertanyaan tersebut tinggi/bisa diterima atau disebut dengan reliabel.

3. Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda

Menurut Hartono (Firdaus, 2021:72) analisis regresi adalah “salah satu metode statistik untuk menentukan hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel yang lain, atau untuk melihat pengaruh variabel prediktor terhadap variabel terikatnya”. Dalam penelitian ini akan menggunakan regresi linier berganda karena

menggunakan lebih dari dua variabel yaitu variabel X_1 (Pelayanan), X_2 (Harga) dan Y (Keputusan Pembelian). Menurut Rifkhan (2023:97) rumus model regresi linier berganda dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y_i = \alpha + \beta X_{i1} + \beta X_{i2} + \dots + \beta X_{in} + \varepsilon$$

Keterangan:

Y_i = Variabel terikat (respon) ke- i

$X_{i1} X_{i2} X_{in}$ = Variabel bebas pertama, kedua, dan seterusnya (*predictor*) ke- i

α = Parameter konstanta

β = Koefisien regresi

n = Banyak data pengamatan

ε = Variabel error atau standard error ke- i

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka pengambilan keputusannya dari hasil persamaan rumus regresi linier berganda menurut Rifkhan (2023:99) didapatkan arti bahwa:

1. Apabila nilai konstanta (α) tidak ada kenaikan nilai dari variabel bebas pertama (X_1), variabel bebas kedua (X_2), dan variabel bebas seterusnya (X_n), maka nilai variabel terikat (Y) adalah sama dengan nilai konstanta (α).
2. Apabila nilai koefisien regresi (β) variabel bebas pertama (X_1), variabel bebas kedua (X_2), dan variabel bebas seterusnya (X_n) memiliki nilai pengaruh tertentu, maka setiap penambahan (karena tanda +) satu skor atau nilai komunikasi akan memberikan kenaikan skor yang sama pada variabel bebas (X).
3. Apabila nilai koefisien regresi variabel bebas pertama (X_1), variabel bebas

kedua (X_2), dan variabel bebas seterusnya (X_n) bernilai signifikan terhadap variabel terikat (Y) didapatkan hasil penelitian berupa nilai signifikansi hitung lebih kecil dari taraf signifikansi standar ($\text{Sig.Hitung} < \text{Sig.Standard}$) yang ditetapkan oleh peneliti.

a) Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sudaryana dan Agusiady (2022:281) "uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan".

Rumus untuk uji t sebagai berikut:

$$t = \sqrt{\frac{n-(k+1)}{1-r^2}}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

b) Uji Simultan (Uji f)

Menurut Sugiyono (Rifkhan, 2022:25) "pengujian hipotesis Signifikansi Simultan (Uji-F) digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat". Menurut Sudaryana dan Agusiady (2022:283) pada uji simultan, uji statistik yang dapat

digunakan adalah rumus uji F sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(n-k-1)R^2}{k(1-R^2)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,05$. F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

c) Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Menurut Priyatno (Sudaryana dan Agusiady, 2022:273) "analisis koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independent secara serentak terhadap variabel dependent".

Untuk menguji seberapa besar pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y maka digunakan koefisien determinasi menurut Narlan dan Juniar (Yusniarti *et al*, 2023:152) sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Besarnya nilai koefisien determinasi yaitu $0 \leq R^2 \leq 1$. Jika nilai koefisien determinasi mendekati 1 merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuatnya pengaruh perubahan variabel-variabel X terhadap perubahan variabel Y.

Model Kendaraan					
Valid		Frequ		Valid	Cumulative
		ency	Percent	Percent	Percent
	Sigra	23	28,4	28,4	28,4
	New Alya	7	8,6	8,6	37,0
	All New Terios	5	6,2	6,2	43,2
	New Terios	3	3,7	3,7	46,9
	New Astra Daihatsu Ayla	5	6,2	6,2	53,1
	All New Xenia	5	6,2	6,2	59,3
	Gran Max PU	31	38,3	38,3	97,5
	Rocky	2	2,5	2,5	100
	Total	81	100	100	

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang didirikan pada tahun 2013, terletak di jalan Lintas Melawi kota Sintang yang menjual mobil merk Daihatsu seperti Ayla, Sigra, All New Xenia, Terios, Rocky, Sirion, Gran Max PU, Luxio, Gran Max Blind Van, dan Gran Max Minibus. PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang memiliki visi yaitu "menjadi perusahaan otomotif pilihan utama pelanggan yang terkemuka dalam pelayanan, terpercaya, modern dan membanggakan". Misi yaitu: "memudahkan pelanggan mendapatkan kebutuhan berkendara dengan mendekatkan produk dan layanan yang kompetitif, berpartner untuk berkembang bersama melalui pengalaman yang berkesan". Untuk mendukung pelayanan yang maksimal, PT Tri Mandiri Selaras

Cabang Sintang memiliki 25 orang karyawan.

Deskripsi Responden

Pada tabel di bawah ini jumlah masing-masing responden berdasarkan model kendaraan yang dibeli.

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Responden

Berdasarkan Model Kendaraan

Sumber: Data Olahan SPSS-29, Tahun 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa model kendaraan yang dibeli oleh responden yaitu mobil model Sigra berjumlah 23 orang, mobil model New Alya berjumlah 7 orang, mobil model All New Terios berjumlah 5 orang, mobil model New

Sumber: Data Olahan SPSS29, Tahun 2024

Terios berjumlah 3 orang, mobil model New Astra Daihatsu Ayla berjumlah 5 orang, mobil model All New Xenia berjumlah 5 orang, mobil model Gran Max PU berjumlah 31 orang, dan mobil model Rocky 2 orang. Jadi untuk model kendaraan terbanyak yang dibeli oleh konsumen adalah Gran Max PU dan Sigra.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Kelayakan instrumen penelitian harus diuji apakah layak atau tidak layak digunakan dalam sebuah penelitian. Untuk mengetahui valid atau tidak valid instrumen penelitian dapat diketahui dengan membandingkan R_{hitung} dengan R_{tabel} . Dinyatakan valid apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$. Dalam penelitian ini R_{tabel} menggunakan $df = n - 2 = 81 - 2 = 79$ dengan $\alpha = 5\% = 0.2185$. Berikut adalah tabel rangkuman uji validitas terhadap

Variabel X (Kualitas Produk) yang dihitung menggunakan program SPSS 29. Tabel 6 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Pelayanan), X2 (Harga) Dan Y (Keputusan Pembelian)

PERTANYAAN X1 (PELAYANAN)	#HITUNG	*TABEL	Sig. (2-Tailed)	KETERANGAN
X1.1.1	0,598	0,2185	0,001	Valid
X1.1.2	0,579	0,2185	0,001	Valid
X1.1.3	0,618	0,2185	0,001	Valid
X1.2.1	0,449	0,2185	0,001	Valid
X1.2.2	0,664	0,2185	0,001	Valid
X1.2.3	0,618	0,2185	0,001	Valid
X1.3.1	0,435	0,2185	0,001	Valid
X1.3.2	0,597	0,2185	0,001	Valid
X1.3.3	0,535	0,2185	0,001	Valid
X1.4.1	0,546	0,2185	0,001	Valid
X1.4.2	0,594	0,2185	0,001	Valid
X1.4.3	0,52	0,2185	0,001	Valid
X1.5.1	0,56	0,2185	0,001	Valid
X1.5.2	0,256	0,2185	0,021	Valid
X1.5.3	0,352	0,2185	0,001	Valid
PERTANYAAN X2 (HARGA)	#HITUNG	*TABEL	Sig. (2-tailed)	KETERANGAN
X2.1	0,713	0,2185	0,001	Valid
X2.2	0,683	0,2185	0,001	Valid
X2.3	0,637	0,2185	0,001	Valid
X2.4	0,569	0,2185	0,001	Valid
X2.5	0,757	0,2185	0,001	Valid
X2.6	0,711	0,2185	0,001	Valid
PERTANYAAN Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)	#HITUNG	*TABEL	Sig. (2-tailed)	KETERANGAN
Y.1	0,538	0,2185	0,001	Valid
Y.2	0,535	0,2185	0,001	Valid
Y.3	0,596	0,2185	0,001	Valid
Y.4	0,621	0,2185	0,001	Valid
Y.5	0,564	0,2185	0,001	Valid
Y.6	0,653	0,2185	0,001	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, Tahun 2024

Berdasarkan uji validitas pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini adalah valid dan layak digunakan karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ atau tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen pengukuran memberikan hasil yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu.. Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* (α)>0,6. Berikut adalah hasil ringkasan uji reliabilitas terhadap variabel X1 (Pelayanan), X2 (Harga) dan Y (Keputusan Pembelian).

Tabel 7 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Pelayanan), X2 (Harga) Dan Y (Keputusan Pembelian)

VARIABEL	CRONBACH H'S ALPHA	CRONBACH ALPHA STANDAR	KETERANGAN
X1 (PELAYANAN)	0,815	0,60	Reliabel
X2 (HARGA)	0,765	0,60	Reliabel
Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)	0,615	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, Tahun 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* (α) variabel X1, X2 dan Y lebih besar dari 0,6. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel dalam penelitian ini dapat digunakan.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan metode statistik untuk melihat hubungan antara variabel independen (bebas) yaitu X1 (Pelayanan) dan X2 (Harga) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu Y (Keputusan Pembelian). Tujuan dari regresi linier berganda adalah untuk memodelkan hubungan linier antara variabel X dan variabel Y dan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Pada tabel berikut dapat dilihat hasil dari hitungan regresi linier berganda.

Tabel 8 Hasil Hitungan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,655	1,093		3,345	0,001
	TOTAL X1 (PELAYANAN)	0,007	0,015	0,015	0,488	0,627
	TOTAL X2 (HARGA)	0,825	0,026	0,962	31,58	<,001

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Olahan SPSS, Tahun 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 3,655 + 0,007X_1 + 0,825X_2$.

1. Nilai konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 3,655 menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Jika tidak ada pengaruh variabel X1 (Pelayanan) dan X2 (Harga) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) maka nilai Y adalah tetap atau konstan yaitu 3,655 artinya jika tidak ada peningkatan pelayanan dan harga maka keputusan pembelian pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang akan tetap.

- Jika Variabel X1 (Pelayanan) berpengaruh dalam 1 satuan maka variabel Y (Keputusan Pembelian) akan naik sebesar 0,007 dengan asumsi variabel lain konstan, dapat diartikan bahwa semakin meningkat Pelayanan maka semakin tinggi Keputusan Pembelian pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.
- Jika Variabel X2 (Harga) berpengaruh dalam 1 satuan maka variabel Y (Keputusan Pembelian) akan terjadi perubahan sebesar 0,825 dengan asumsi variabel lain konstan, artinya bahwa jika terjadi perubahan variabel harga maka terjadi juga perubahan Keputusan Pembelian pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel X1 (Pelayanan) dan X2 (Harga) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Dalam penelitian ini akan menggunakan uji F (ANOVA) dengan syarat nilai signifikansi adalah $\leq 0,05$ atau lebih kecil atau sama dengan 5%. Untuk menentukan uji hipotesis maka dapat dilihat jika nilai $f_{\text{Hitung}} > f_{\text{Tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai $f_{\text{Hitung}} < f_{\text{Tabel}}$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Untuk menentukan titik f_{Tabel} adalah sebagai berikut:

- Menentukan kolom tabel F menggunakan rumus $Df(N_1) = K - 1 = 3 - 1 = 2$
K = Jumlah variabel bebas dan terikat (ada 3 variabel yaitu X1, X2, Y)
- Menentukan baris tabel F menggunakan rumus

$$Df (N2) = N - K = 81 - 3 = 78$$

N = Jumlah sampel

Jadi titik ^tTabel dapat dilihat pada tabel F (lampiran) di kolom 2 pada baris ke 78 yaitu nilai ^tTabel = 3,114. Selanjutnya untuk rumus total sampel pada tabel Anova adalah $N - K = 81 - 1 = 80$. Berikut adalah tabel hasil uji F.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,655	1,093		3,345	0,001
	TOTAL X1 (PELAYANAN)	0,007	0,015	0,015	0,488	0,627
	TOTAL X2 (HARGA)	0,825	0,026	0,962	31,58	<,001

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Tabel 9 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	227,617	2	113,808	522,157	<,001 ^b
	Residual	17,001	78	0,218		
	Total	244,617	80			

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN
b. Predictors: (Constant), TOTAL HARGA (X2), TOTAL X1 (PELAYANAN)

Sumber: Data Olahan SPSS, Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji F di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah $0,001 < 0,05$ dan untuk hasil hipotesis nya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima karena ^tHitung $522,157 > \sup{t}Tabel $3,114$ artinya Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.$

Uji T

Uji T digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing atau pengaruh secara parsial variabel X1 (Pelayanan) dan X2 (Harga) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Syarat nilai signifikansi adalah $\leq 0,05$ atau 5% dan nilai ^tHitung $> \sup{t}Tabel.$

Untuk menentukan titik ^tTabel adalah:

$$Df = N - K$$

$$Df = 81 - 3 = 78$$

Keterangan:

Df = *degree of freedom*

N = Jumlah responden

K = Jumlah variabel bebas dan terikat (ada 3 variabel yaitu X1, X2, Y)

Berdasarkan rumus di atas maka nilai ^tTabel = 1.99085 (lihat tabel T kolom Df 0,05 dan baris ke 78 pada lampiran). Berikut dapat dilihat hasil uji T.

Tabel 10 Uji T

Sumber: Data Olahan SPSS, Tahun 2024

Berdasarkan tabel uji T dapat dilihat bahwa:

- 1) Variabel X1 (Pelayanan) memiliki nilai signifikansi $0,627 > 0,05$ dan nilai ^tHitung $0,488 < \sup{t}Tabel $1,99085$. Jadi hipotesis nya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak artinya X1 (Pelayanan) tidak berpengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian) mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.$
- 2) Variabel X2 (Harga) memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai ^tHitung $31,58 > \sup{t}Tabel $1,99085$. Jadi hipotesis nya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima artinya X2 (Harga) berpengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian) mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.$

Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Analisis koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen atau variabel bebas X_1 (Pelayanan) dan X_2 (Harga) mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat Y (Keputusan Pembelian). Nilai Koefisien determinan adalah antara nol atau satu. Jika R^2 mendekati 1 (satu) maka semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini dapat dilihat tabel hasil analisis koefisien determinan.

Tabel 11 Hasil Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Sumber: Data Olahan SPSS, Tahun 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil nilai R Square = 0,931 artinya bahwa variabel X_1 (Pelayanan) dan X_2 (Harga) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,931 atau 93,1% sedangkan sisanya sebesar 6,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, artinya bahwa pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap keputusan pembelian mobil pada PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dibahas sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi nya yaitu $Y=3,655+0,007+0,825$.

- 3) Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai signifikansi adalah $0,001 < 0,05$ dan untuk hasil hipotesis nya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima karena $t_{Hitung} 522,157 > t_{Tabel} 3,114$
- 4) Berdasarkan tabel uji T bahwa variabel X_1 (Pelayanan) memiliki nilai signifikansi $0,627 > 0,05$ dan nilai $t_{Hitung} 0,488 < t_{Tabel} 1,99085$.
- 5) Berdasarkan hasil uji koefisien determinan diperoleh nilai R Square = 0,931.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV maka penulis

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,965a	0,931	0,929	0,467
a Predictors: (Constant), TOTAL HARGA (X2), TOTAL X1 (PELAYANAN)				

memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dengan menyediakan berbagai jenis mobil merek Daihatsu supaya konsumen memiliki banyak pilihan dan mobil yang diinginkan sudah tersedia. Hal tersebut untuk mempercepat proses pembelian mobil dan konsumen tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan mobil yang diinginkan.
2. PT Tri Mandiri Selaras Cabang Sintang diharapkan dapat mempertahankan kebijakan harga karena variabel harga sangat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli mobil merek Daihatsu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang, Sudaryana dan Ricky Agusiady. 2022. *Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- BPS Kabupaten Sintang. 2024. *Kabupaten Sintang Dalam Angka*. Volume 19. Sintang: BPS Kabupaten Sintang.
- Dahlan. 2023. *Kualitas Pelayanan Manajemen SOM dan Budaya Organisasi*. Pekalongan: NEM.
- Firdaus. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0*. Riau: Dotplus Publisher.
- Rifkhan. 2022. *Membaca Hasil Regresi Data Panel*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN)
- Rifkhan. 2023. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. Indramayu: Adab.
- Sa'adah, Lailatus dan Abdullah Fajarul Minir. 2020. *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sawhani, Kelly, Dhiraj. 2021. *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Seran, Sirilius. 2020. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Solimun et al. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem (Mengungkap Novelty dan Memenuhi Validitas Penelitian)*. Malang: UB Press.
- Nizamuddin et al. 2021. *Metodologi Penelitian Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*. Riau: DOTPLUS Publisher.
- Noor, Juliansyah. 2017. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurhayati. 2023. *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Pekalongan: NEM.
- Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Samarinda: Universitas Mulawarman.
- Ramadhan, Muhammad. 2021. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yusniarti et al. 2023. *Metode Penelitian Sosial*. Pekalongan: NEM.
- <https://trimandirigroup.com/tentang-kami/> (Diakses tanggal 5 Februari 2024).