

# Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Efektifitas CBIS Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Cuci

Rosmawati

Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Manajemen Industri, Institut Sains dan Teknologi TD Pardede, Medan  
Indonesia

Email: rosmawatipandia@gmail.com

**Abstrak**—Produk merupakan barang atau jasa yang akan ditawarkan menjadi nilai jual terhadap para pelakunya, banyak hal yang mempengaruhi jatuhnya pasaran atau minat daya beli terhadap suatu produk dikarenakan buruknya suatu kualitas dan pelayanan, tidak memiliki diskon dan tarif yang bersahabat untuk para konsumennya. Penelitian ini menganalisa hubungan kualitas pelayanan dengan adanya komputer atau sistem informasi berbasis komputer terhadap peningkatan keputusan pemasangan jaringan internet, diharapkan dapat mempertahankan eksistensi suatu perusahaan dan tujuan dari analisa ini untuk melihat berapa jauh pengaruh suatu variable kualitas pelayanan dan Harga dan sistem Komputer yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian mesin cuci sanken.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Diskon, Keputusan, SPSS

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara maju dan berkembang dengan cukup pesat dalam penggunaan teknologi untuk mendukung segala aktifitas yang dilakukan baik dalam bidang pendidikan, usaha dagang, industry, dalam bidang ekonomi, maupun dalam kehidupan sehari-hari. Juga tak lepas dari penggunaan teknologi khususnya teknologi Komputer dan dalam bidang jual beli menggunakan teknologi komputer dalam hal mengolah data dan sistem informasi yang baik dan selalu tepat dalam penggunaannya.

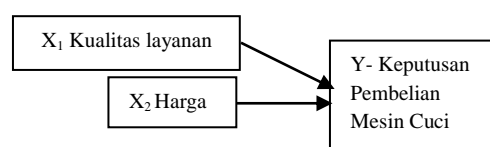
Perusahaan yang bernaung dalam bidang teknologi saat ini sering berlomba-lomba satu sama lain untuk meningkatkan kualitas produk mereka untuk mempermudah kehidupan sehari-hari manusia, salah satu contoh dari perusahaan teknologi yaitu produk mesin cuci, produk mesin cuci itu sendiri merupakan kemudahan bagi manusia dalam mengerjakan pekerjaan rumah yaitu mencuci pakaian dengan bantuan teknologi pada masa saat ini, tetapi setiap sangat banyak perusahaan yang sama-sama memasarkan teknologi mesin cuci baik dari perusahaan ternama yang bergerak didalam bidang teknologi lainnya seperti Samsung, Polytron, Midea, Sanken dan lainnya yang memasarkan Produk Mesin Cucinya. Masing-masing perusahaan pasti memiliki kekurangan dan kelebihan dari produk yang mereka miliki, dan tiap-tiap Perusahaan pastinya terus berupaya untuk memperkecil kekurangan yang dimiliki tiap produk mereka dengan cara berevolusi tiap tahunnya bahkan setiap ada perubahan cara kerja teknologi tersebut sebagai daya Tarik upaya menarik minat masyarakat atau konsumen terhadap keputusan membeli produk yang mereka luncurkan.

Untuk menentukan keputusan pembelian produk mesin cuci ini masyarakat harus jeli memilih produk mana yang akan dipilih karena rata-rata dari harga mesin cuci ini relatif mahal, dibutuhkan dalam jangka waktu penggunaan secara terus menerus dan panjang, maka dari itu pihak perusahaan juga harus mampu menganalisis masyarakat dan keinginan masyarakat sebagai konsumen untuk membuat masyarakat memberikan keputusan terhadap keputusan pembelian mesin cuci tersebut, dampak dari apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat tersebut yang nantinya akan memberikan keuntungan terhadap perusahaan itu tersendiri.

Penelitian ini akan melihat seberapa besar pengaruh dari suatu variable kualitas layanan dan harga dan penggunaan sistem komputer terhadap keputusan pembelian mesin cuci.[1]

## 2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode survey pada suatu daerah medan tepatnya di jalan denai sukaramai pada sebuah toko elektronik dan mewawancarai pembeli terhadap produk mesin cuci yang mereka gunakan adapun analisa yang didapat dari metode penelitian tersebut untuk masalah pengambilan data terhadap keputusan pembelian mesin cuci sebagai berikut ini[2]:



Gambar 1. Model Satu Jalur

### 2.1 Peubah (Variabel) dan Pengukurannya

Pada penelitian ini, penulis menentukan variabel-variabel sebagai berikut :

1. Variabel Independen
  - Kualitas layanan( $X_1$ )

- Harga ( $X_2$ )
- 2. Variabel Dependen
  - Keputusan Pembelian (Y)

Variabel ini dibuat bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh antara kualitas layanan( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) untuk mendapatkan hasil sebuah Keputusan Pembelian (Y), efektifitas sistem informasi berbasis komputer sebagai pendukung mempermudah berjalannya suatu aspek yang akan dituju.

### 3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berdasarkan pengambilan kuesioner masyarakat setempat berdasarkan usia jenis kelamin dan pekerjaan dan setiap pertanyaan digunakan indikator yang sesuai dengan variable dan karakteristik pendukung untuk mencapai suatu keputusan, berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dijawab oleh responden berikut ini hasil data yang didapat sebagai berikut[3]:

**Tabel 1.** Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban Responden										
		Sangat Setuju	F	Setuju	F	Kurang Setuju	F	Tidak Setuju	F	Sangat Tidak Setuju	F	Total
1	Pelayanan 1	29	22%	66	51%	27	21%	4	3%	3	2%	129
2	Pelayanan 2	23	18%	76	59%	21	16%	5	4%	4	3%	129
3	Pelayanan 3	21	16%	55	43%	47	36%	4	3%	2	2%	129
4	Pelayanan 4	19	15%	71	55%	26	20%	7	5%	6	5%	129
5	Pelayanan 5	32	25%	53	41%	31	24%	11	9%	2	2%	129
6	Pelayanan 6	40	31%	57	44%	25	19%	7	5%	0	0%	129
	Rata-rata		21%		49%		23%		5%		2%	

**Tabel 2.** Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga

No	Pernyataan	Jawaban Responden										
		Sangat Setuju	F	Setuju	F	Kurang Setuju	F	Tidak Setuju	F	Sangat Tidak Setuju	F	Total
1	Harga 1	54	42%	63	49%	6	5%	4	3%	2	2%	129
2	Harga 2	63	49%	59	46%	3	2%	3	2%	1	1%	129
3	Harga 3	33	26%	77	60%	14	11%	5	4%	0	0%	129
4	Harga 4	25	19%	84	65%	16	12%	3	2%	1	1%	129
5	Harga 5	25	19%	68	53%	25	19%	7	5%	4	3%	129
	Rata-rata		31%		54%		10%		3%		1%	

**Tabel 3.** Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban Responden										
		Sangat Setuju	F	Setuju	F	Kurang Setuju	F	Tidak Setuju	F	Sangat Tidak Setuju	F	Total
1	Keputusan Pembelian 1	37	29%	62	48%	19	15%	9	7%	2	2%	129
2	Keputusan Pembelian 2	32	25%	68	53%	19	15%	4	3%	6	5%	129
3	Keputusan Pembelian 3	25	19%	58	45%	29	22%	15	12%	2	2%	129
4	Keputusan Pembelian 4	26	20%	50	39%	32	25%	14	11%	7	0%	129
5	Keputusan Pembelian 5	27	21%	69	53%	22	17%	7	5%	4	3%	129
	Rata-rata		23%		48%		19%		8%		2%	

#### 3.1 Uji Regresi

Setelah dilakukan rekapitulasi keseluruhan variable pada tiap-tiap variable dan selanjutnya dilakukan pengujian regresi linear berganda menggunakan aplikasi komputerisasi pengujian statistic SPSS dapat dilihat sebagai berikut ini[4]:

**Tabel 4.** Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	

1	(Constant)	13.033	1.829		7.126	.000
	Kualitas layanan	-.436	.451	-.526	-.965	.337
	Harga	.685	.450	.829	1.521	.132

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian diatas menggunakan aplikasi SPSS, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y=13.033+-0.436X_1+0.685X_2$$

Pada data di atas dapat dilihat bahwasannya kualitas layanan memiliki nilai negatif sementara variable harga bernilai positif dan lebih mendominasi yang artinya didaerah tersebut harga dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli mesin cuci.

### 3.2 Uji Hipotesis

#### 1. Koefisien determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan ini bertujuan untuk melihat seberapa besar kemampuan variable tidak terikat atau variable bebas dapat menjelaskan variable terikat. Dapat dilihat sebagai berikut[5]:

**Tabel 5.** Hasil Uji Determinan Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.324 <sup>a</sup>	.105	.087	2.79524

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

#### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk melihat seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga dalam sebuah keputusan pembelian mesin cuci[6].

- Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_3$  ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_3$  diterima, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh.

**Tabel 6.** Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.103	2	44.551	5.702	.005 <sup>b</sup>
	Residual	757.897	97	7.813		
	Total	847.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas layanan

#### 3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian, dengan kriteria[4]:

- Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  atau  $H_2$  ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh;
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  atau  $H_2$  diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

Berikut ini merupakan hasil uji parsial:

**Tabel 7.** Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.033	1.829		7.126	.000
	Kualitas layanan	-.436	.451	-.526	-.965	.337
	Harga	.685	.450	.829	1.521	.132

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## 4. KESIMPULAN

Dapat dilihat bahwasannya variable kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi keputusan terhadap pembelian mesin cuci, dapat dilihat pada pengujian  $R^2$ . Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel iklan dan citra merek secara simultan (Uji F) berpengaruh positif, negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mesin cuci. Hasil

pengujian hipotesis ketiga bahwa variabel Harga lebih berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mesin cuci.

#### REFERENCES

- [1] D. Aryani and F. Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan," *J. Ilmu Adm. dan Organ.*, vol. 17, no. 2, pp. 114–126, 2010.
- [2] S. Effendi and Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, II. Jakarta: LP3ES, 2012.
- [3] L. Lie, "Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen," *J. Teknol. Inf. Din.*, vol. XIV, no. 2, pp. 90–97, 2009.
- [4] R. Permata, "ANALISIS PENGARUH PEMBIAYAAN MUDHARABAH DAN MUSYARAKAH TERHADAP TINGKAT PROFITABILITAS (RETURN ON EQUITY) (Studi pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar di Bank Indonesia Periode 2009-2012)," *J. Adm. Bisnis SI Univ. Brawijaya*, vol. 12, no. 1, pp. 1–9, 2014.
- [5] B. Hadiano, "Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Emiten Sektor Telekomunikasi Periode 2000-2006: Sebuah Pengujian Hipotesis Pecking Order," *J. Manaj.*, vol. 7, no. 2, pp. 14–29, 2010.
- [6] E. Murwaningsari, "Faktor yang Mempengaruhi Earning Response Coefficient (ERC)," *Simp. Nas. Akunt. XI*, no. 1979, pp. 1–27, 2006.