

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Apsari Aristawidya^{1*}, Wiwin Wianti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta
Jl. Kramat Raya No.98, RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia

Email: ¹64215103@bsi.ac.id, ²wiwin.win@bsi.ac.id

Email Penulis Korespondensi: wiwin.win@bsi.ac.id

Abstrak—Persaingan bisnis kuliner menuntut perusahaan untuk menetapkan harga yang sesuai dan memberikan kualitas pelayanan yang baik guna meningkatkan keputusan pembelian pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan member Kaka Cerdas Membership Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 515 pelanggan aktif dan sampel 84 responden yang ditentukan melalui teknik probability sampling menggunakan rumus Slovin. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara parsial, variabel harga memberikan kontribusi sebesar 30,3%, sedangkan kualitas pelayanan sebesar 35,7% terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 50,9% terhadap keputusan pembelian pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian perilaku konsumen dengan menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada program membership di sektor kuliner. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin.

Kata Kunci: Harga; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian; Kaka Cerdas Membership; Bolekaka Dimsum

Abstract—Competition in the culinary business requires companies to set appropriate prices and provide good service quality in order to improve customer purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of price and service quality on the purchasing decisions of Kaka Cerdas Membership customers at Bolekaka Dimsum Jatiwaringin Branch. This research employed a quantitative approach with a population of 515 active customers and a sample of 84 respondents determined through probability sampling using the Slovin formula. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26. The results showed that price and service quality partially and simultaneously had a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$. Partially, the price variable contributed 30.3%, while service quality contributed 35.7% to purchasing decisions. Simultaneously, both variables contributed 50.9% to customer purchasing decisions. This study contributes to the consumer behavior literature by demonstrating that price and service quality are important factors influencing purchasing decisions among customers participating in a membership program in the culinary sector. Therefore, improving service quality and setting appropriate prices can increase customer purchasing decisions at Bolekaka Dimsum Jatiwaringin Branch.

Keywords: Price; Service Quality; Purchasing Decision; Kaka Cerdas Membership; Bolekaka Dimsum

How to Cite: Aristawidya, A., & Wianti, W. (2026). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(4), 518-531. <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i4.2613>

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri makanan dan minuman akibat globalisasi dan digitalisasi, perusahaan diharuskan untuk membuat strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Dalam kondisi tersebut, harga dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian serta keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Harga merupakan sejumlah nilai uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk dan menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian karena berkaitan langsung dengan kemampuan serta penilaian mereka terhadap produk tersebut (Piyoh, 2024). Di tengah persaingan industri makanan dan minuman yang semakin ketat, konsumen biasanya akan membandingkan apakah harga yang dibayar sudah sesuai dengan kualitas yang mereka terima. Penelitian Saadah & Andayani (2022) menunjukkan bahwa harga menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian pada ritel modern, sementara Piyoh (2024) menyatakan jika harga yang dianggap sesuai dengan harapan konsumen dapat mendorong keputusan pembelian pada platform digital. Oleh sebab itu, harga yang terlalu tinggi bisa membuat konsumen enggan membeli, sementara harga yang terlalu rendah justru akan menimbulkan keraguan terhadap kualitas produk.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu layanan untuk secara konsisten memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Harapan sebelum pembelian berperan penting dalam menarik minat konsumen dan mendorong terjadinya pembelian ulang (Sibarani, 2025). Dalam bisnis kuliner yang sangat bergantung pada pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan menjadi faktor penting selain harga, karena pelayanan yang cepat, ramah, dan konsisten dapat meningkatkan kepuasan sekaligus membentuk keputusan pembelian. Ardina et al. (2025) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen tidak hanya menilai rasa produk, tetapi juga pengalaman saat dilayani. Penelitian tersebut didukung oleh Tofiani et al. (2025) yang

menunjukkan bahwa pelayanan yang baik mampu membentuk pandangan positif terhadap produk dan meningkatkan minat beli. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi aspek strategis yang perlu diperhatikan untuk memenuhi harapan pelanggan, terutama di wilayah perkotaan yang mengutamakan kecepatan dan kenyamanan layanan.

Keputusan pembelian merupakan proses yang diawali dari kesadaran konsumen akan adanya kebutuhan atau masalah, kemudian dilanjutkan dengan pencarian informasi serta perbandingan berbagai alternatif produk hingga akhirnya menentukan pilihan untuk membeli (Robinsar Mongi et al., 2024). Thompson dan Peteraf dalam (Hermawan et al., 2025) menjelaskan bahwa keputusan pembelian dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu kesesuaian dengan kebutuhan, adanya manfaat yang dirasakan, ketepatan dalam memilih produk, serta kecenderungan melakukan pembelian berulang.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang mengutamakan serba praktis namun tetap memperhatikan rasa dan kualitas. Salah satu usaha yang turut berkembang di sektor ini adalah Bolekaka Dimsum. Di dirikan pada tahun 2015, Bolekaka Dimsum kini dikenal sebagai swalayan dimsum dengan konsep perpaduan antara tempat belanja dan restoran. Berlokasi di Jatiwaringin sebagai pusat produksi sekaligus outlet utama, seluruh produk dimsum dan makanan beku diproduksi sendiri untuk menjaga kualitas dan kesegarannya. Dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, Bolekaka Dimsum juga menghadirkan program Kaka Cerdas Membership yang memberikan berbagai keuntungan seperti harga khusus, promo eksklusif, dan poin reward, sehingga menarik pelanggan untuk terus melakukan pembelian.

Meskipun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan. Kenaikan biaya bahan baku, khususnya ayam sebagai bahan utama produksi dimsum, menyebabkan harga dimsum perlu disesuaikan secara seimbang dengan tetap mempertimbangkan biaya produksi dan nilai yang dirasakan pelanggan agar kepuasan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga. Selain itu, masih terdapat kendala pelayanan dalam proses transaksi, seperti keterlambatan verifikasi pada kasus *double transfer*, *refund*, atau selisih nominal yang dapat memakan waktu hingga 2×24 jam serta gangguan teknis lainnya, sehingga perusahaan perlu memastikan kesiapan sistem, keandalan peralatan, dan ketanggapan staf demi menjaga kelancaran pelayanan dan kepercayaan pelanggan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian. Namun, penelitian ini difokuskan pada harga dan kualitas pelayanan karena dianggap paling relevan serta masih terdapat perbedaan temuan pada studi sebelumnya, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*).

Harga ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada penelitian yang dilakukan di Mie Gacoan Cabang Magelang (Nuraini & Novitaningtyas, 2022), Namun, penelitian di PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat dan PT Putra Putri Wolmar Kinamang di Bitung menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Mulyadi & Pasaribu, 2024) (Robinsar Mongi et al., 2024). Sementara itu, kualitas pelayanan ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada penelitian yang dilakukan di Rumah Makan Dapoer Boengkoh di Besuki Kabupaten Wonosobo dan usaha kuliner Gemek Kedungwuni (Putra & Karnadi, 2022) (Tien et al., 2022). Sebaliknya, penelitian pada produk UMKM Siomay dan Es Sekoteng serta Swalayan Maju Bersama Kapten Muslim menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Utami & Artino, 2025) (Situmorang & Dewi, 2023). Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian masih memerlukan kajian lebih lanjut. Oleh karena itu, kontribusi penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada program membership di sektor kuliner, khususnya pada Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin, sehingga dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dasar paradigma positivisme dengan menekankan pada pengumpulan serta pengolahan data berbentuk angka melalui proses pengukuran, observasi, dan analisis statistik. (Muhajirin et al., 2024). Pendekatan kuantitatif umumnya digunakan untuk menguji teori atau hipotesis tertentu dengan mengukur variabel-variabel yang dapat dihitung secara objektif (Aliati et al., 2025). Penelitian difokuskan pada pelanggan member aktif Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin sebagai responden karena dianggap memiliki pengalaman langsung terkait harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Seluruh data yang telah diperoleh kemudian diolah menggunakan software SPSS versi 26 agar hasil penelitian lebih objektif, valid, dan terukur.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekelompok orang atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Creswell, menjelaskan bahwa populasi merupakan sekelompok individu dengan karakteristik yang sama yang menjadi dasar dalam pengumpulan data penelitian. Oleh

karena itu, penelitian perlu memperhatikan subjek, objek, dan lokasi penelitian. Subjek penelitian merupakan sumber informasi dalam pengumpulan data, objek penelitian adalah hal yang menjadi fokus penelitian, sedangkan lokasi penelitian menjadi tempat diperolehnya data yang berkaitan dengan penelitian (Subhaktiyasa, 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah member aktif Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin dengan perkiraan jumlah sekitar 17 pelanggan per hari atau 515 pelanggan per bulan berdasarkan data penjualan bulan Oktober 2025.

Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dengan mempertimbangkan jumlah dan karakteristik tertentu agar mewakili populasi, terutama ketika populasi terlalu besar untuk diteliti karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, sehingga hasil penelitian tetap dapat digeneralisasi selama sampel mampu menggambarkan ciri utama populasi yang diteliti (Sugiyono, 2023). Pengambilan sampel dilakukan agar hasil penelitian tetap dapat digeneralisasikan selama sampel mampu menggambarkan karakteristik utama populasi yang diteliti. Selain itu, tujuan pengambilan sampel adalah untuk mengurangi bias serta memastikan data yang diperoleh dapat mewakili populasi dengan baik sehingga hasil penelitian memiliki tingkat akurasi yang sesuai dengan harapan (Asrulla et al., 2023). Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* yaitu merupakan metode pengambilan sampel secara acak, di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sehingga sampel dapat mewakili populasi secara objektif (Dewi et al., 2023). Teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa pengelompokan sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden dan mampu mewakili populasi dengan baik (Trianasari et al., 2025). Sedangkan jumlah responden ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% agar sampel yang diperoleh mampu mewakili karakteristik populasi. Dengan *margin of error* (e) yang ditetapkan sebesar 10%, maka perhitungan jumlah sampel yang dilakukan sebagai berikut:

$$N = \frac{515}{1+515(0,10)^2} = \frac{515}{1+515(0,01)} = \frac{515}{1+5,15} = \frac{515}{6,15} = 83,7 \approx 84$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 84 responden setelah pembulatan, yang dinilai telah mewakili populasi member aktif di Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin.

2.3 Definisi Operasional Variabel dan Instrumen Penelitian

Creswell, menyatakan bahwa definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan konsep yang masih bersifat abstrak agar dapat diamati dan diukur secara nyata dalam penelitian. (Sumarni et al., 2025). (Sugiyono, 2023) menjelaskan bahwa variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang memengaruhi perubahan pada variabel terikat, dimana dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Sementara itu, variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dan dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).

Harga (X1). Harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat ditukar dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Hermawan et al., 2025). Indikator harga disusun berdasarkan empat ciri utama yang mendefinisikan harga yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga (Mukti, 2021).

Kualitas Pelayanan (X2). Kualitas pelayanan merupakan cara yang diberikan perusahaan kepada konsumen untuk menciptakan rasa nyaman dan kepuasan, sehingga konsumen menilai bahwa layanan tersebut memiliki nilai lebih yang sesuai dengan harapan mereka (Febrissa & Devy, 2025). Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini yaitu, bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Kiling et al., 2022).

Keputusan Pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan suatu pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelahnya (Alimansyah et al., 2022). Indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini meliputi, sesuai kebutuhan, mempunyai manfaat, ketepatan dalam membeli produk dan pembelian berulang (Hermawan et al., 2025).

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Darmawan et al., 2021). Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* kepada responden terkait serta observasi langsung di Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui metode dokumentasi dengan mengumpulkan berbagai informasi tertulis yang berkaitan dengan penelitian, seperti laporan, arsip, dan catatan lainnya.

2.4.1 Kuesioner

Sugiyono, kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Prawiyogi et al., 2021). Tujuan utama kuesioner adalah untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat mengenai subjek yang diteliti, seperti pendapat,

sikap, pengalaman, atau karakteristik demografis responden (Saádi, 2025). Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Pernyataan yang terdapat dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator pada variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan keputusan pembelian (Y). Agar lebih mudah disebarkan dan memperoleh respons yang lebih efektif, kuesioner dibuat dalam bentuk digital melalui *Google Form*, dengan setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala pada penilaian perilaku individu dengan menyajikan sejumlah pertanyaan yang dijawab menggunakan lima tingkat persetujuan: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Wardhani et al., 2025).

2.4.2 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap partisipan dan konteks yang terlibat dalam fenomena penelitian (Jailani et al., 2023). Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk memperoleh informasi yang akurat sesuai kondisi nyata di lapangan. Observasi dilakukan secara langsung di Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin guna memahami proses pelayanan, perilaku konsumen, dan aktivitas pembelian. Hasil observasi digunakan sebagai pelengkap data kuesioner dalam menganalisis hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

2.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis maupun elektronik (Darmawan et al., 2021). Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen seperti laporan, arsip, dan catatan yang berkaitan dengan topik penelitian. Data dokumentasi digunakan untuk melengkapi hasil observasi dan kuesioner agar informasi yang diperoleh lebih objektif dan akurat. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan berupa data pendukung yang dapat diolah, seperti laporan penjualan periode bulan Oktober 2025 dan foto kegiatan penelitian.

2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian merupakan proses pengolahan data mentah yang telah dikumpulkan menjadi informasi yang relevan dan bermakna melalui penerapan metode atau alat statistik. Proses ini dilakukan agar data yang diperoleh dapat dipahami dan digunakan untuk mendukung hasil penelitian (Susanto et al., 2024). Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Proses analisis menggunakan Microsoft Excel dan aplikasi SPSS versi 26 melalui tahapan analisis regresi linier untuk mengetahui kontribusi dari kedua variabel tersebut.

2.5.1 Uji Kualitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen, seperti kuesioner, dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur data secara tepat sesuai dengan tujuan pengukuran penelitian (Rokhmad & Wahyuningsih, 2022). Uji validitas dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel, sehingga item pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid. Ghazali, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi kuesioner sebagai indikator suatu variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila jawaban responden terhadap pernyataan tetap konsisten dari waktu ke waktu (Saputro & Muttaqin, 2023). Kriteria pengukuran reliabilitas dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel, sedangkan jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

2.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi memenuhi karakteristik BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), sehingga hasil estimasi yang diperoleh bersifat efisien dan tidak bias. Pengujian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas agar hasil regresi yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya (Indartini & Mutmainah, 2024). Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau mendekati normal. Model regresi dikatakan baik apabila data setiap variabel memiliki distribusi yang normal (Mongi et al., 2024). Pengujian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Situmorang & Dewi, 2023).

Ghozali, uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi (Indartini & Mutmainah, 2024). Menurut (Situmorang & Dewi, 2023), uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan VIF < 10 , sedangkan jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan VIF > 10 maka model regresi mengalami multikolinearitas. Ghazali, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi (Agustiani & Muttaqin, 2023). Menurut (Amalia & Chasanah, 2025) Jika titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu, seperti melebar dan menyempit menyerupai gelombang, maka terjadi

heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan salah satu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Melalui analisis ini, dapat dilihat seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam memengaruhi perubahan pada variabel terikat. Menurut (Zahriyah et al., 2021), bentuk umum persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Pada persamaan regresi linier berganda, Y menunjukkan keputusan pembelian, X1 adalah harga, X2 kualitas pelayanan, α merupakan konstanta, β_1 dan β_2 koefisien regresi, sedangkan e adalah error term atau tingkat kesalahan.

2.5.4 Uji Hipotesis

Sugiyono, hipotesis merupakan dugaan sementara yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui pengujian. Secara umum, hipotesis terdiri dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Pengujian hipotesis dapat dilakukan secara simultan maupun parsial (Sahir, 2022). Ghozali, uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel lain tetap konstan (Agustiani & Muttaqin, 2023). Dasar pengambilan keputusan dalam uji t yaitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel, maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak (Khoiriyah & Andi, 2025). Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, dimana pengaruh tersebut dapat dilihat jika nilai f hitung $> f$ tabel dan signifikansi $< 0,05$ (Maryati & Khoiri, 2022).

2.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)

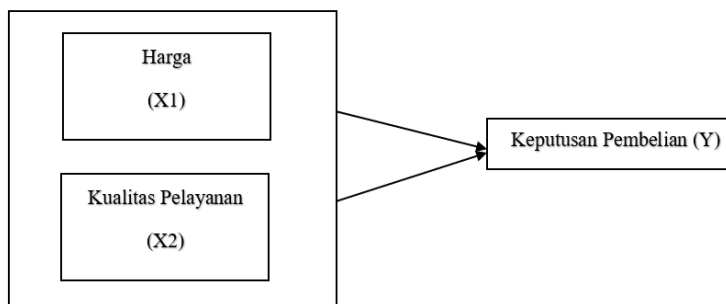
Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dalam suatu model penelitian. Pengujian ini terdiri dari dua tahap, yaitu uji koefisien determinasi parsial yang mengukur kontribusi masing-masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times \text{zero order} \times 100\% \quad (2)$$

dengan Kd = koefisien determinasi, β = merupakan standar koefisien beta (nilai b_1, b_2, b_3), dan *zero order* = korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan penjelasan tersebut, Dasar penetapan kriteria koefisien determinasi adalah jika nilai Kd mendekati 0 maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y tergolong lemah, sedangkan jika nilai Kd mendekati 1 maka pengaruhnya tergolong kuat, serta uji koefisien determinasi simultan yang mengukur kontribusi seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai (R^2) semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Gea et al., 2023), (Sahir, 2022).

2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menjelaskan konsep-konsep yang terdapat dalam asumsi teoritis serta hubungan antar konsep dalam alur pemikiran peneliti. Kerangka ini juga memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang akan diteliti agar penelitian lebih terarah dan mudah dipahami (Bashori & Aulia, 2024). Gambar 1 merupakan gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Gambar 1 menunjukkan kerangka konseptual penelitian, di mana variabel independen yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berperan sebagai faktor yang memengaruhi variabel dependen, yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

2.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2023), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih bersifat dugaan berdasarkan teori yang relevan dan belum dibuktikan melalui data di lapangan, sehingga dalam penelitian ini hipotesis dirumuskan sebagai dugaan awal yang akan diuji kebenarannya melalui pengumpulan dan analisis data. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian

H3: Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian

3. 1 Jatiwaringin. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - Laki	30	35,7%
Perempuan	54	64,3%
Total	84	100%

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 54 orang (64,3%), sedangkan laki-laki berjumlah 30 orang (35,7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan, sedangkan karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-25 Tahun	54	64,3%
26-35 Tahun	22	26,2%
36-45 Tahun	8	9,5%
> 45 Tahun	0	0%
Total	84	100%

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berusia 17–25 tahun sebanyak 54 orang (64,3%), diikuti usia 26–35 tahun sebanyak 22 orang (26,2%) dan usia 36–45 tahun sebanyak 8 orang (9,5%), sementara tidak terdapat responden berusia di atas 45 tahun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh kelompok usia muda, khususnya 17–25 tahun. Selanjutnya yaitu karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	18	21,4%
Karyawan Swasta	49	58,3%
Pegawai Negeri/ASN	3	3,6%
Wirusaha/Pebisnis	6	7,1%
Ibu Rumah Tangga	8	9,5%
Lain - Lain	0	0%
Total	84	100%

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 49 orang (58,3%), diikuti pelajar/mahasiswa 18 orang (21,4%), ibu rumah tangga 8 orang (9,5%), wirasaha 6 orang (7,1%), dan pegawai negeri/ASN 3 orang (3,6%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh karyawan swasta yang memiliki aktivitas tinggi dan cenderung memilih makanan yang praktis serta berkualitas. Setelah itu, karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp. 2.000.000	23	27,4%
Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000	30	35,7%
Rp. 4.001.000 – Rp. 6.000.000	23	27,4%

Rp. 6.001.000 – Rp. 8.000.000	3	3,6%
> Rp. 8.000.000	5	6%
Total	84	100%

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden memiliki penghasilan Rp.2.000.000 – Rp.4.000.000 sebanyak 30 orang (35,7%), diikuti pendapatan di bawah Rp.2.000.000 dan Rp.4.001.000 – Rp.6.000.000 masing-masing 23 orang (27,4%). Sementara itu, responden dengan penghasilan Rp.6.001.000 – Rp.8.000.000 berjumlah 3 orang (3,6%) dan di atas Rp.8.000.000 sebanyak 5 orang (6,0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian berasal dari kelompok berpendapatan menengah. Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan keanggotaan member dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan keanggotaan member

Keanggotaan Member	Jumlah	Persentase
< 3 Bulan	38	45,2%
3-6 Bulan	36	42,9%
7-12 Bulan	5	6%
> 1 Tahun	5	6%
Total	84	100%

Berdasarkan Tabel 5, mayoritas responden memiliki masa keanggotaan kurang dari 3 bulan sebanyak 38 orang (45,2%), diikuti member selama 3–6 bulan sebanyak 36 orang (42,9%), sedangkan responden dengan masa keanggotaan 7–12 bulan dan lebih dari 1 tahun masing-masing berjumlah 5 orang (6,0%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan member baru, yang menandakan adanya peningkatan minat pelanggan untuk bergabung sebagai member dalam beberapa bulan terakhir. Lalu yang terakhir, karakteristik responden berdasarkan pembelian selama satu bulan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan pembelian selama satu bulan

Pembelian Selama Satu Bulan	Jumlah	Persentase
1-2 kali	40	47,6%
3-5 kali	35	41,7%
6-10 kali	5	6%
> 10 kali	4	4,8%
Total	84	100%

Berdasarkan Tabel 6, mayoritas responden melakukan pembelian sebanyak 1–2 kali dalam satu bulan terakhir sebanyak 40 orang (47,6%), diikuti 3–5 kali sebanyak 35 orang (41,7%), sedangkan sisanya melakukan pembelian lebih dari 5 kali dalam sebulan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan masih memiliki frekuensi pembelian yang relatif rendah, sehingga harga dan kualitas pelayanan dapat menjadi faktor penting untuk meningkatkan pembelian pelanggan.

3.1.2 Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian menghasilkan data yang akurat dan konsisten. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Item pernyataan dinyatakan valid jika nilai r hitung > r tabel. Nilai r hitung dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*, sedangkan nilai r tabel diperoleh berdasarkan derajat kebebasan (df) yaitu $n - 2$. Dalam penelitian ini, jumlah responden 84 orang sehingga diperoleh $df = 82$ dengan nilai r tabel sebesar 0,214. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,400	0,2146	Valid
	X1.2	0,495	0,2146	Valid
	X1.3	0,365	0,2146	Valid
	X1.4	0,314	0,2146	Valid
	X1.5	0,262	0,2146	Valid
	X1.6	0,307	0,2146	Valid
	X1.7	1,000	0,2146	Valid
	X2.1	0,501	0,2146	Valid
	X2.2	0,580	0,2146	Valid

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.3	0,518	0,2146	Valid
	X2.4	0,533	0,2146	Valid
	X2.5	0,326	0,2146	Valid
	X2.6	0,419	0,2146	Valid
	X2.7	1,000	0,2146	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y3.1	0,608	0,2146	Valid
	Y3.2	0,371	0,2146	Valid
	Y3.3	0,600	0,2146	Valid
	Y3.4	0,394	0,2146	Valid
	Y3.5	0,407	0,2146	Valid
	Y3.6	1,000	0,2146	Valid

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung setiap item yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel yaitu sebesar 0,2146.

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan keandalan suatu instrumen dalam menghasilkan data yang stabil ketika digunakan berulang kali pada kondisi yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten, dengan kriteria nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ dianggap reliabel, sedangkan nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ dianggap tidak reliabel. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 8

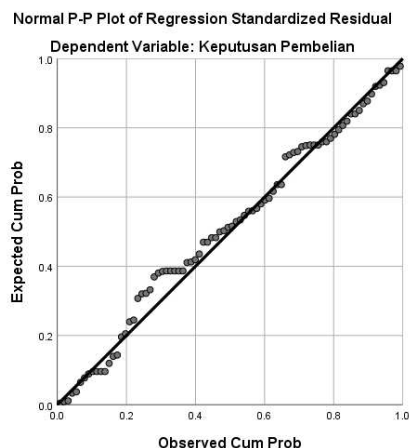
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,792	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	0,876	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0,806	Valid

Berdasarkan Tabel 8, diketahui seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Variabel Harga (X1) memperoleh nilai sebesar 0,792, Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,876, dan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,806. Karena seluruh nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian dalam analisis regresi yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan model memenuhi asumsi dasar sehingga hasil analisis dapat dipercaya. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian menggunakan *Normal Probability Plot (P-Plot)* dan *Kolmogorov-Smirnov (KS)*, di mana data dinyatakan normal apabila titik-titik mengikuti garis diagonal pada *P-Plot* dan nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* $> 0,05$.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Grafik *P-Plot*

Berdasarkan Gambar 2, hasil uji normalitas grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual* menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal. Hal tersebut menandakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90288705
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.050
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,064 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

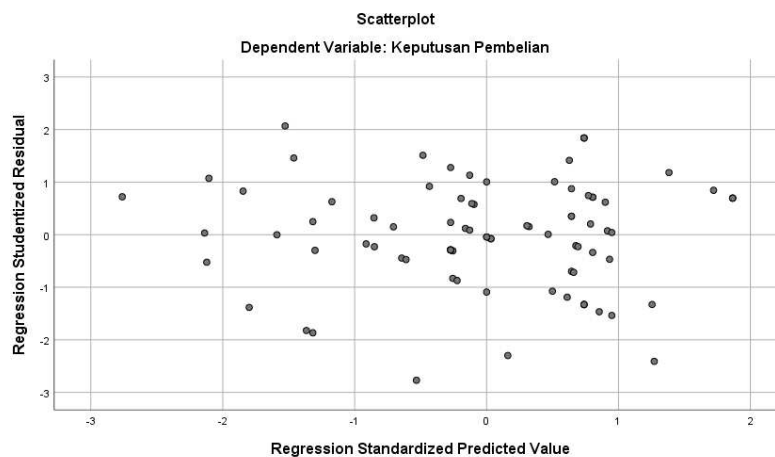
Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), memiliki hubungan yang terlalu kuat satu sama lain dalam model regresi. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), di mana jika *Tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka model tidak mengalami multikolinearitas, sedangkan jika *Tolerance* < 0,1 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,911	1,097
Kualitas Pelayanan (X2)	0,911	1,097

Berdasarkan Tabel 10, nilai *Tolerance* pada variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 0,911 (> 0,1) dan nilai VIF sebesar 1,097 (< 10), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas dan variabel independen layak digunakan dalam penelitian.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual pada variabel independen, yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, pengujian menggunakan grafik *Scatterplot*, di mana model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu di sekitar garis horizontal nol.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot*

Berdasarkan Gambar 3, titik-titik pada grafik *scatterplot* terlihat menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis tersebut digunakan untuk mengukur pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,979	1,920		4,155	0,000
Harga	0,312	0,062	0,409	5,015	0,000
Kualitas Pelayanan	0,280	0,048	0,476	5,834	0,000

Berdasarkan Tabel 11, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 7,979 + 0,312X_1 + 0,280X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 7,979 menunjukkan bahwa keputusan pembelian tetap bernilai positif meskipun variabel harga dan kualitas pelayanan bernilai nol, sedangkan koefisien harga sebesar 0,312 dan kualitas pelayanan sebesar 0,280 menandakan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sehingga setiap peningkatan pada harga dan kualitas pelayanan, dengan variabel lain dianggap tetap, akan diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian.

3.1.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses pengujian statistik untuk menentukan apakah dugaan sementara dalam penelitian didukung oleh data, yang umumnya terdiri dari uji t dan uji f. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai *t* hitung dan *t* tabel atau melihat nilai signifikansi (Sig.), di mana variabel dinyatakan berpengaruh apabila *t* hitung > *t* tabel atau nilai Sig. < 0,05. Nilai *t* tabel diperoleh dari perhitungan derajat kebebasan (df) = *n* – 2, sehingga dari jumlah sampel 84 responden didapatkan df sebesar 82 dengan nilai *t* tabel 1,664 tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,979	1,920		4,155	0,000
Harga	0,312	0,062	0,409	5,015	0,000
Kualitas Pelayanan	0,280	0,048	0,476	5,834	0,000

Berdasarkan Tabel 12, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai *t* hitung 5,015 > *t* tabel 1,664 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H_{01} ditolak dan H_{11} diterima, yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *t* hitung 5,834 > *t* tabel 1,664 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H_{02} ditolak dan H_{22} diterima, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan membandingkan nilai *F* hitung dan *F* tabel atau melihat nilai signifikansi (Sig.), di mana variabel dinyatakan berpengaruh simultan apabila *F* hitung > *F* tabel atau nilai Sig. < 0,05. Dalam penelitian ini, nilai *F* tabel diperoleh dari perhitungan derajat kebebasan df = *n* – *k* – 1 (84 – 2 – 1 = 81) tingkat signifikansi 5% sehingga didapat nilai *F* tabel sebesar 3,11.

Tabel 13. Hasil Uji F

ANNOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	311,875	2	155,938	42,027	0,000 ^b
Residual	300,541	81	3,710		
Total	612,417	83			

Berdasarkan Tabel 13, nilai *F* hitung sebesar 42,027 lebih besar dari *F* tabel 3,11 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H_{03} ditolak dan H_{33} diterima, yang menunjukkan bahwa variabel harga (*X*₁) dan kualitas pelayanan (*X*₂) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (*Y*).

3.1.6 Uji Koefisien Determinasi (*R*²)

Uji koefisien determinasi adalah pengujian untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, yang terdiri dari koefisien determinasi parsial dan simultan. Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah dengan rumus $Kd = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$. Nilai *Kd* yang mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang lemah, sedangkan nilai yang mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang kuat.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (X1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,551 ^a	0,303	0,295	2,28145

Berdasarkan Tabel 14, nilai R Square (R^2) sebesar 0,303 menunjukkan bahwa sebesar 30,3% variasi keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel harga (X1) secara parsial, sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (X2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,597 ^a	0,357	0,349	2,19156

Berdasarkan Tabel 15, nilai R Square (R^2) sebesar 0,357 menunjukkan bahwa sebesar 35,7% variasi keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial, sedangkan sisanya sebesar 64,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Uji koefisien determinasi simultan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 100% menunjukkan pengaruh yang semakin kuat, dengan perhitungan koefisien determinasi menggunakan rumus $KD = R^2 \times 100\%$.

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,714 ^a	0,509	0,497	1,92624

Berdasarkan Tabel 16, nilai R Square (R^2) sebesar 0,509 menunjukkan bahwa 50,9% variasi keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan member Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin, sebagaimana terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($5,015 > 1,664$) dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta kontribusi pengaruh sebesar 30,3%, sehingga H_{01} ditolak dan H_1 diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Mulyadi & Pasaribu, 2024) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat” serta penelitian (Kosasih, 2025) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Depot Cek Nin Banjarmasin” yang sama-sama menyimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan member Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin, yang dibuktikan melalui uji t dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,834 > 1,664$) dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta kontribusi pengaruh sebesar 35,7%, sehingga H_{02} ditolak dan H_2 diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Utami & Artino, 2025) berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Siomay dan Es Sekoteng” serta penelitian (Putri & Indrawan, 2025) berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Eatlah Cabang Bintaro Kota Tangerang Selatan” yang sama-sama menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.3.3 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan member Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin, yang dibuktikan melalui uji F dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($42,027 > 3,11$) serta tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dengan kontribusi pengaruh sebesar 50,9%, sehingga H_{03} ditolak dan H_3 diterima. Temuan ini sejalan dengan

penelitian (Febrissa & Devy, 2025) berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Geprek di Warung 88 Kubang Putih Bukittinggi” serta penelitian (Afifi & Widodo, 2021) berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang” yang sama-sama menyimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan member Kaka Cerdas di Bolekaka Dimsum Cabang Jatiwaringin. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang mengindikasikan bahwa kesesuaian antara harga dengan kualitas serta manfaat produk dapat meningkatkan keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan, sehingga pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan terbukti memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemberian bukti empiris mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada program membership di sektor kuliner, serta menunjukkan bahwa program Kaka Cerdas Membership dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, karena berbagai keuntungan seperti harga khusus, promo eksklusif, dan poin reward mampu mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang. Implikasi penelitian ini membuktikan bahwa Bolekaka Dimsum perlu mempertahankan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk, mempertimbangkan daya beli konsumen, tingkat harga pesaing, dan persepsi nilai pelanggan agar tetap kompetitif. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu terus dioptimalkan melalui aspek kecepatan pelayanan, keramahan dan profesionalisme karyawan, kebersihan tempat dan produk, konsistensi standar pelayanan, serta kemudahan transaksi guna menjaga kepuasan pelanggan dan meningkatkan intensitas pembelian berulang. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu cabang Bolekaka Dimsum, yaitu Cabang Jatiwaringin, serta hanya melibatkan pelanggan Kaka Cerdas Membership sehingga belum mewakili seluruh pelanggan, terutama pelanggan non-member. Selain itu, jumlah responden yang terbatas membuat hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian ini juga hanya berfokus pada dua variabel yaitu harga dan kualitas pelayanan sehingga belum mencakup faktor lain seperti promosi, citra merek, dan kepuasan pelanggan. Keterbatasan waktu penelitian turut menyebabkan kajian variabel belum dapat dilakukan secara lebih mendalam. Selain itu, penggunaan kuesioner berpotensi menimbulkan jawaban yang kurang objektif sehingga dapat memengaruhi akurasi data. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke cabang yang lain serta melibatkan responden yang lebih beragam, termasuk pelanggan non-member, agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain serta mempertimbangkan metode pengumpulan data yang lebih beragam untuk meningkatkan akurasi hasil penelitian.

REFERENCES

- Afifi, F. F., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 5(2), 481–486.
- Agustiani, S. Y. S., & Muttaqin, R. (2023). *Pengaruh Self Efficacy, Lingkungan Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Turnover Karyawan (Survei Pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk Kantor Cabang Diponegoro Bandung)*. 9(6), 2581–2590.
- Aliati, M., Ramadani, N. L., Syahira, N. H., Anggraini, Y., Supia, Y. A., & Lestari, Z. (2025). *Jurnal Pendidikan Indonesia : Perbandingan Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*. 5(4). <https://doi.org/10.59818/jpi.v5i4.1759>
- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Burger King Jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1).
- Amalia, A. P., & Chasanah, U. (2025). *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Pegawai Pada Balai Besar Meteorologi Klimatologi Dan Geofisika Wilayah II Tangerang Selatan (BBMKG)*. 3(12), 771–783.
- Ardina, N., Nurmiyati, N., & Suryatama, F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Semesta Resto Dan Kopi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 1666–1677.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Bashori, & Aulia, J. (2024). *Penyusunan Kerangka Berpikir Dalam Penelitian*. 1–5.
- Darmawan, D., Sudrajat, I., Maulana, M. K. Z., & Febriyanto, B. (2021). *Perencanaan Pengumpulan Data Sebagai*

- Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Lembaga Pelatihan*. 5(1), 71–88. <https://doi.org/10.15294/Pls.V5i1.30883>
- Dewi, I., Khotimah, H., Nasution, R., Zulpan, Hariyati, T., & Rusli, A. (2023). Teori Populasi Dan Pengambilan Sampel. *Jurnal Literasiologi*, 14, 1–9.
- Febrissa, E., & Devy, T. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Geprek Di Warung 88 Kubang Putih Bukittinggi. *PENSA*, 7(1), 74–94.
- Gea, S. M. F., Harefa, P., Lase, H., & Ndraha, A. B. (2023). Pengaruh Sikap An Budaya Organisasi Terhadap Pelayanan Publik Pada Dinas Perikanan Kota Gunungsili. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1208–1223.
- Hermawan, I. G. N. W., Permatasari, R. I., & Almunir, S. (2025). Dampak Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Anti Karat Mobil. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 15(1), 45–56.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif (Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda)* (Hartirini Warnaningtyas (Ed.)).
- Jailani, M. S., Risnita, & Ardiansyah. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. 1, 1–9.
- Khoiriyah, G., & Andi, D. (2025). *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan CV. Prima Indonesia Tangerang Selatan*. 3(1), 1292–1302.
- Kiling, K. G., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Garasi Inspirasi Kecamatan Langowan Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2).
- Kosasih, N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Depot Cek Nin Banjarmasin. *Eco-Buss*, 7(3), 2116–2127. <https://doi.org/10.32877/Eb.V7i3.2259>
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio*. 11(1).
- Mongi, S. R., Areros, W., & Niode, B. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada PT. Putra Putri Wolmar Kinamang Di Bitung. *Journal Of Economics And Business UBS*, 13(1), 72–85.
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian*. 15(1), 82–92.
- Mukti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245.
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147–154. <https://doi.org/10.37481/Jmeh.V4i1.680>
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57.
- Piyoh, D. Dela. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Nur Elisa, P. (2021). *Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa Di Sekolah Dasar*. 5(1), 446–452.
- Putra, D., & Karnadi. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Dapoer Boengkoh Di Besuki Kabupaten Situbondo*. 1(1), 1–12.
- Putri, N. A., & Indrawan, Y. W. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eatlah Cabang Bintaro Kota Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 356–366.
- Robinsar Mongi, S., Areros, W., & Niode, B. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada PT. Putra Putri Wolmar Kinamang Di Bitung. *Journal Of Economics And Business UBS*, 13(1), 72–85. <https://doi.org/10.52644/Joeb.V13i1.1387>
- Rokhmad, S., & Wahyuningsih, S. (2022). *Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*. 51–58.
- Saadah, N., & Andayani, S. U. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tahun 2021*.
- Saádi, A. (2025). *Pengumpulan Data Yang Efisien Pada Penelitian Tindakan Kelas: Teknik, Alat, Dan Tantangan*. 2.
- Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (Ed.)).
- Saputro, A. H., & Muttaqin, R. (2023). *Pengaruh Kepemimpinan , Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Niramas Utama Pada Divisi Modern Trade Di Kota Bandung*. 9(4).
- Sibarani, M. T. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Antartika*, 2(2), 111–118.
- Situmorang, A., & Dewi, A. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Pada Swalayan Maju Bersama (Studi Kasus Konsumen Swalayan Maju Bersama Kapten Muslim). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 131–144.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi Dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sumarni, Ondeng, S., & Rahman, U. (2025). *Ragam Variabel Dan Definisi Operasional Penelitian Pendidikan* :

Implikasi Metodologis Pendidikan Islam Dan Pendidikan Matematika. 1(2), 80–88.

- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Panatap, J., Soehaditama, & Nuraeni. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. 3(1), 1–12.
- Tien, O., Rakhmah, N., Darutama, A., & Kurniawati, F. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kuliner Gemek Kedungwuni. 1*, 246–256.
- Tofiani, S., Ingkadijaya, R., Rahmanita, M., & Boediman, S. F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Perubahan Perilaku Dan Keputusan Pembelian Pada Gerai Kopi Kekinian Bagi Generasi Digital. *Ranah Research: Journal Of Multidisciplinary Research And Development*, 7(6), 4398–4414.
- Trianasari, N., Sari, P. K., & Prasetyo, A. (2025). *Peningkatan Kualitas Penelitian Di Bidang Kesehatan Melalui Pelatihan Penentuan Teknik Sampling Dan Besar Sampel Di STFI Bandung. 5(1)*. <https://doi.org/10.59818/Jpm.V5i2.1152>
- Utami, A. D., & Artino, A. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Siomay Dan Es Sekoteng. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 3(1), 31–41.
- Wardhani, I. P., Hendajani, F., & Pramaishella, D. Putri. (2025). *Implementasi Pengukuran Skala Likert Pada Aplikasi Edukasi Bahaya Toxic Parent Berbasis Web. 3(1)*.
- Zahriyah, A., Suprianik, Pramono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika (Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS)* (M. P. Dr. Suwignyo Widagdo, S.E., M.M. (Ed.)).