

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOWROOM MOBIL BEKAS DOKU-DOKU

Dicky Elkab Kurniawan¹, Irda, S.E., M.A²

Prodi Manajemen, Fakultas ekonomi bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: ¹⁾dickyelkab@gmail.com, ²⁾irda@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada era globalisasi saat ini menyebabkan makin tajamnya persaingan bisnis, khususnya dalam pengelolaan unit perusahaan otomotif. Kesuksesan bisnis baru membutuhkan seorang pelaku bisnis yang kreatif dan mampu memunculkan ide-ide perancangan dan strategi dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis, karna semakin banyaknya muncul perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan berbagai harga bersaing dalam pasar.

Showroom Doku-Doku merupakan dealer mobil bekas yang berlokasi di Jl. Raya Ampang No.18,Ampang, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat (25154),

Dengan Mobil masyarakat jadi mudah dalam menjangkau lokasi yang ingin di tuju dengan jumlah penumpang lebih dari 3 orang, Mobil sangat cocok untuk keluarga, pengusaha, mahasiswa, maupun untuk di pergunakan dalam jasa online seperti Go Car yang sedang tren di kalangan masyarakat indonesia pada saat sekarang ini.

Penjualan unit mobil pada Showroom Doku-Doku periode 2018-2020 mengalami fluktuasi pada setiap penjualan unit produknya dan mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 dengan merk Toyata Yaris, Honda Jazz, Fortuner, Avanza dan Kijang Inova. Oleh karena itu yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah hal apakah yang menyebabkan penjualan pada Showroom Doku-Doku pada tahun 2020 mengalami penurunan drastis dibandingkan tahun 2018 dan 2019.

Selanjutnya survei awal yang dilakukan terhadap 40 orang konsumen Showroom Doku-Doku,

menggunakan skala 5 likert untuk melihat tingkat keputusan pembelian Showroom Doku-Doku. Dari survey awal yang di lakukan peneliti pada tanggal 28 juni maret sampai 30 juni, dengan tujuan melihat tingkat keputusan pembelian pada Showroom Doku-Doku. Dalam penyebaran kuesioner peneliti mengambil sampel sebanyak 40 responden konsumen Showroom Doku-Doku. Dari penyebaran angket survey awal dengan 4 item pernyataan yang berkaitan dengan keputusan pembelian ditemukan tingkat keputusan pembelian pada konsumen Showroom Doku-Doku 73,25% di katagorikan cukup baik. Hasil survei tersebut merupakan fenomena yang menarik tentang keputusan pembelian pada Showroom Doku-Doku.

Berdasarkan permasalahan pada data penjualan di Showroom Doku – doku belum ada peningkatan karena selama 3 tahun ini pada Showroom Doku – doku mengalami *penurunan* terutama pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis. Dari observasi di lapangan survey awal keputusan pembelian pada Showroom Doku - doku dapat disimpulkan bahwa masih rendahnya tingkat pembelian konsumen pada Showroam Doku - doku.

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi – informasi yang ia ketahui dengan relitas tentang produk itu setelah ia menyaksikanya [1]. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi

perusahaan, sementara ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran [2].

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan [3].

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), SEM-PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya lah prosedur Measurement Model Assesment (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji R Square dan Q Square, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur Structural Model Assesment (SMA). Dalam penelitian ini yang menjadi objek yang diteliti adalah showroom Doku – Doku di kota Padang. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang melakukan pembelian mobil di showroom doku – doku. Pemilihan sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menggunakan Showroom doku – doku.). Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas dan terikat sebanyak 3, maka $3 \times 20 = 60$ orang. Jadi jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden [4].

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu dalam mengambil sampel dasar digunakan pertimbangan dengan beberapa kriteria penelitian untuk meningkatkan ketepatan sampel.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer, merupakan jenis data utama yang mendukung penelitian, Sumber data primer ini diperoleh secara langsung dari kuesioner penelitian yang disebar. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau

dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter, maka teknik parametric untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan. Model evaluasi PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non-parametrik [6]. Model analisis jalur semua variable laten dalam PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alat pengujian struktural yang dilakukan untuk mengetahui variabel eksogen terhadap variabel endogen secara umum disebut sebagai *Structur Model Assesment (SMA)*.

Tabel 1 Hasil pengujian hipotesis

Arah	Original sample	T Statistic	P Values	Keterangan
Harga (x1) → Keputusan pembelian (y)	0.345	3.738	0.000	H ₁ diterima
Kualitas pelayanan (x2) → Keputusan Pembelian (y)	0.307	3.301	0.001	H ₂ diterima

Berdasarkan uji hipotesis pertama pada tabel 1 terkait pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode *structural model assesment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,345, *T statistik* 3.738(besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05). Selanjutnya pengujian hipotesis kedua terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode *structural model assesment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,307, *T statistik* 3,301 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,001 (kecil dari 0,05).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa

kesimpulan terhadap Showroom mobil bekas doku-doku sebagai berikut:

Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Showroom mobil bekas doku-doku. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Pada Showroom mobil bekas doku-doku.

Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan maka untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas sampel, dan menambahkan satu variabel baru.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler Philip, Armstrong (2013). "*Prinsip-prinsip Pemasaran*" Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- [2] Setiadi. (2013). "*Konsep dan praktek penulisan riset*" (Ed.2) Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [3] Kotler, P. 2014. "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Erlangga. Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- [4] Sugiyono. 2012 "Memahami Penelitian Kualitatif". Bandung : Alfabeta.