

## **ABSTRAKSI**

**MUHAMAD ARQOM, 1816120159**

### **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN WONG NDESO DI PASAR KEMIS KABUPATEN TANGERANG**

Skripsi

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

(xiii+119+lampiran)

Abstraksi : Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Wong Ndeso Di Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Adapun metode yang digunakan penelitian adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, pengambilan sampel 100 konsumen. 1) Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh hubungan antara variabel Harga (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai sebesar 0.494 tingkat Hubungan Sedang. Untuk besarnya nilai pengaruh variabel Harga (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai sebesar 33,1% yang dapat dilihat dari hasil Standardized Coefficients Beta. 2) Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  3,969 dan  $t_{tabel}$  1,984 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,568 tingkat Hubungan Sedang. Untuk besarnya nilai pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 44,7% yang dapat dilihat dari hasil Standardized Coefficients Beta. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  5,364 dan  $t_{tabel}$  1,984 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. 3) Apabila secara simultan nilai hubungan antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,646 tingkat Hubungannya Kuat. Berdasarkan hasil uji F (Anova) atau  $f_{hitung}$  sebesar 43,722 dimana lebih besar dari

$f_{tabel}$  sebesar 3,09 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena  $0.000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 40,5% sisanya 59,5% dipengaruhi oleh faktor lain pada Rumah Makan Wong Ndeso Di Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. Dengan demikian dapat disimpulkan Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang nyata (sig) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Wong Ndeso Di Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.

Daftar Pustaka (2010 - 2021)

### **ABSTRACT**

This research discusses the Effect of Price and Quality of Service on Purchasing Decisions at Wong Ndeso Restaurants in Kemis Market, Tangerang Regency. The goal to be achieved from this study is to know the level of influence of price and quality of service on purchasing decisions. The method used by the research is quantitative with a deskriptive approach, sampling 100 consumers. 1) From the results of the analysis of research data, obtained the relationship between the Price variable (X1) and the Purchase Decision variable (Y) with a value of 0.494 levels of Medium Relationships. For the magnitude of the effect value of the Price variable (X1) with the Purchase Decision variable (Y) with a value of 33.1% which can be seen from the results of standardized coefficients beta. 2) Based on the results of the hypothesis test obtained with a value of  $t_{hitung}$  3,969 and a  $t_{tabel}$  1,984 so  $t_{hitung} > t_{tabel}$  then  $H_0$  rejected  $H_a$  accepted which means that the variable Price (X1) to the Purchase Decision (Y) has a significant influence. From the results of the analysis of research data, the relationship between the Service Quality variable (X2) to the Purchase Decision (Y) amounted to 0.568 levels of Medium Relationships. For the magnitude of the value of the effect of the Service Quality variable (X2) on Purchasing Decisions (Y) is 44.7% which can be seen from the results of standardized coefficients beta. Based on the results of the hypothesis test obtained with a value of  $t_{hitung}$  5,364 and a  $t_{tabel}$  1,984 so  $t_{hitung} > t_{tabel}$  then  $H_0$  rejected  $H_a$  accepted which means that the variable Quality of Service (X2) to the Purchase Decision (Y) has a significant influence. 3) If simultaneously the value of the relationship between the variable Price (X1) and Quality of Service (X2) to the

Purchase Decision (Y) amounted to 0.646 level of Strong Relationship. Based on the results of the F (Anova) test or fhitung of 43,722 which is greater than the ftabel of 3.09 with a significance level of 0.000 due to  $0,000 < 0.05$ , it can be concluded that the variable Price (X1) and Quality of Service (X2) simultaneously affect the variable of Purchase Decision (Y) of 40.5%. The remaining 59.5% was influenced by other factors in Wong Ndeso Restaurant in Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. Thus it can be concluded that The Price and Skinas Service simultaneously have a real influence (sig) on the Purchase Decision on Wong Ndeso Restaurant in Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.