

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SYAREKAH JAYA GAS KEDIRI

Fatwa Muhamad Haris, Poniran Yudho Laksono, Rony Kurniawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jalan K.H Ahmad Dahlan No.76 Kota Kediri

[fatwaharis27@gmail.com](mailto:fatwaharis27@gmail.com), [poniranyudho@unpkediri.ac.id](mailto:poniranyudho@unpkediri.ac.id), [ronykurniawan@unpkediri.ac.id](mailto:ronykurniawan@unpkediri.ac.id)

### Abstract

The purpose of this study is to reveal that the variables of service quality, price level, and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions in PT Syarekah Jaya Gas Kediri. The research technique uses a causality method using a quantitative approach. The research sample is 40 consumers in PT Syarekah Jaya Gas Kediri synchronous using criteria that are influenced and analyzed using coefficient of determination analysis, multiple linear regression test & hypothesis testing (t test & F test) using software SPSS for windows version 25. The conclusion in this study illustrates that partially service quality, price, product quality have a significant effect on purchasing decisions on purchasing decisions in PT Syarekah Jaya Gas Kediri. service quality, price & product quality simultaneously (simultaneously) have a significant positive effect on purchasing decisions in PT Syarekah Jaya Gas Kediri in 2021.

**Keywords** : service Quality, Price Level, Product Quality and Purchase Decision

### Abstrak

Tujuan penelitian ini mengungkapkan variable kualitas pelayanan, tingkat harga, & kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Teknik penelitian memakai metode kausalitas menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian merupakan 40 konsumen dalam PT Syarekah Jaya Gas Kediri sinkron menggunakan kriteria yg dipengaruhi & dianalisis memakai analisis koefisien determinasi, uji regresi linier berganda & uji hipotesis (uji t & uji F) menggunakan perangkat lunak SPSS for windows versi 25. Kesimpulan dalam penelitian ini menggambarkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, harga, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian dalam PT Syarekah Jaya Gas Kediri. kualitas pelayanan, harga & kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dalam PT Syarekah Jaya Gas Kediri tahun 2021.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Tingkat Harga, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian

### PENDAHULUAN

Di Kota Kediri terdapat beberapa perusahaan yg beranjak pada bidang penjualan *Liquefied Petroleum Gas* (LPG), salah satu diantaranya adalah PT Syarekah Jaya Gas . Pada kesempatan ini perusahaan LPG bersaing dengan ketat dalam memasarkan dan mengenalkan produk *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) sehingga diperlukan strategi khusus serta yang tepat untuk dapat menarik ketrtarikan konsumen. Dalam suatu persaingan akan menuntut perusahaan memilih serta menjalankan strategi yang efektif dan efisien mulai dari pelayanan, harga dan kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Seperti diketahui bahwa manusia memiliki berbagai macam pilihan untuk mengambil suatu keputusan yang berhubungan dalam memenuhi kehidupannya. Menurut Kotler & Amstrong (2019:181) keputusan pembelian konsumen merupakan suatu pilihan perilaku seseorang dalam membeli dan memakai suatu barang serta jasa yang telah di pertimbangkan terlebih dahulu untuk mencukupi kebutuhannya. Sebelum pembeli membuat keputusan, maka pembeli perlu menganalisa produk Melalui proses sosialisasi masalah, pencarian informasi, mengevaluasi alternatif, sampai tetapkan membeli. Konsumen membentuk berbagai pemikiran atas berbagai

produk yang beredar dengan berbagai pertimbangan. Konsumen mampu mengenali suatu produk, mengidentifikasi sebuah produk dan memperoleh pengalaman. Selain itu, saat ini pemerintah melalui kementerian perdagangan serta dinas perdagangan dan perindustrian gencar menyosialisasikan gerakan konsumen cerdas, sehingga alasan ini mendorong perusahaan untuk memperkuat posisinya agar tercipta suatu kepercayaan konsumen terhadap produknya.

Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, ada beberapa hal yang perlu di perhatikan oleh perusahaan seperti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini merupakan suatu tindakan langsung yang di berikan perusahaan meliputi karyawan maupun fasilitas yang bisa membuat konsumen puas. Menurut Mulyawan (2016:48) kualitas pelayanan dapat di artikan dengan sebuah keunggulan yang di berikan oleh perusahaan beserta pengendalian nya yang di harapkan dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas merupakan salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk menjatuhkan atau berlangganan untuk membeli produk di perusahaan. Hal ini sesuai hasil yang telah di teliti oleh Susanti, herny, Suputra (2021) yang telah membuktikan Kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan dapat di simpulkan dengan sebuah keunggulan atau kelebihan yang di berikan oleh perusahaan kepada konsumen nya yang di harapkan dapat memenuhi keinginan serta memuaskan konsumen. Terjadinya keterlambatan saat mengantar produk ke tangan konsumen akan membuat konsumen kecewa, dengan perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik mulai dari pemberian informasi yang mudah di dapat serta pelayanan yang cepat dan tanggap, serta dengan berkembangnya jaman, masyarakat menginginkan suatu yang cepat, mudah dan hemat waktu oleh karena itu di PT Syarekah Jaya Gas Kediri memberikan kualitas pelayanan (*delivery*). Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan maka konsumen dengan sendirinya akan membantu memasarkan produk tersebut. Beberapa kali terjadi kasus terlambatnya pendistribusian gas lpg yang di dasari karena memang antrian yang cukup banyak.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah tingkat harga. Harga adalah suatu nilai yang di berikan oleh penjual untuk produknya. Menurut Indrasari(2019-36) Harga adalah nilai yang bisa di nyatakan dalam bentuk rupiah, dalam keadaan lain harga juga bisa di sebut dengan nominal atau jumlah yang di berikan oleh konsumen untuk mendapatkan produk maupun jasa. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu, Lestari Sianipar, Yona, Sartika (2019) yang menyatakan bahwa Tingkat harga memiliki peranan yang cukup penting dalam pertimbangan proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen, karena pada umumnya masyarakat atau konsumen menginkan suatu produk yang memiliki harga yang terjangkau dan produk mudah di dapatkan serta berkualitas baik. Berdasarkan hal di tersebut maka perlunya pihak perusahaan menawarkan produk dengan harga yang relevan atau wajar, karena kesenjangan harga dengan pesaing akan menimbulkan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli, sehingga perlunya mempertimbangkan harga dan menjelaskan ke konsumen jika memang harga produk mengalami kenaikan. Tingkat harga dengan perusahaan pesaing dapat di lihat pada tabel I bawah :

**Tabel 1**  
**Perbandingan Harga Gas LPG 12 kg**  
**Tahun 2021**

No	Nama	Harga
1	PT Syarekah Jaya Kediri	Rp 138.500
2	Perusahaan A	Rp 139.500
3	Perusahaan B	Rp 140.000

Sumber : Bagian Pemasaran PT Syarekah Jaya Gas, (2021)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa saat ini PT.Syarekah Jaya menempati posisi kuat dalam faktor harga, namun penentuan harga itu sendiri dapat berubah – ubah sewaktu – waktu karena dari pusat pun tidak memiliki harga tetap.

Selain kualitas pelayanan dan harga, masih ada satu faktor lagi yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Kualitas produk menjadi hal yang cukup penting bagi konsumen, suatu produk jika memiliki kualitas yang baik akan dapat memenuhi kebutuhan konsumen tanpa kendala. Menurut Daga (2017-37) kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menjalankan kegunaanya seperti keandalan, ketahanan serta atribut bernilai lainnya yang bias memenuhi harapan konsumen. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, Iskandar (2018) yang telah membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Mengingat persaingan yang semakin ketat maka pentingnya bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas produknya. Jika produk berkualitas baik maka akan terjadi keuntungan bagi ke dua belah pihak yaitu konsumen maupun pihak perusahaan sehingga akan terciptanya kepercayaan terhadap perusahaan. Terjadi nya kasus kebocoran gas tersendiri akan membuat kualitas produk menjadi di bawah standar, sehingga perlunya pengecekan berkala untuk meminimalisir resiko tersebut. Berdasarkan analisis dari latar belakang di atas, maka penulis terdorong untuk membuat penelitian mengenai “ **Analisis Kualitas pelayanan, Tingkat Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri** “.

## Landasan Teori

### Keputusan Pembelian

Para konsumen umumnya membutuhkan produk yang mampu menunjang ataupun membantu kehidupannya pada saat ini atau nanti sehingga membuat para konsumen membuat berbagai keputusan pembelian,

Menurut Kotler & Amstrong (2019:181) keputusan pembelian konsumen merupakan suatu pilihan perilaku seseorang dalam membeli dan memakai barang serta jasa yang telah di pertimbangkan terlebih dahulu untuk mencukupi kebutuhannya.

Menurut Sudaryono (2016:99) mendefinisikan keputusan konsumen sebagai suatu reaksi seseorang yang di hadapkan dalam dua pilihan yaitu melakukan pembelian atau sebaliknya, hingga memutuskan untuk membeli sehingga berada dalam tindakan keputusan. konsumen untuk memutuskan membeli produk maupun jasa dengan keyakinan bahwa produk atau jasa tersebut akan mampu memenuhi harapan untuk kehidupannya. Adapun indikator dari keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2014:178) yang terdiri dari : pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Mulyawan (2016:48) kualitas pelayanan dapat di artikan dengan sebuah keunggulan yang di berikan oleh perusahaan beserta pengendalian nya yang di harapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Tjiptono & Chandra (2016:59) kualitas pelayanan adalah suatu kelebihan atau keunggulan serta pengendalian yang di lakukan oleh perusahaan dan akan di berikan kepada konsumen untuk memenuhi harapan dan kepuasan. Kualitas pelayanan membentuk hal penting yang di harapkan oleh konsumen, jika pelayanan memuaskan yang di berikan perusahaan kepada konsumen maka timbul citra yang baik terhadap perusahaan. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Menurut Mulyawan (2016:48) adalah Bukti langsung, Keandalan, Cepat tanggap, Jaminan, Empati

### **Harga**

Menurut Indrasari, (2019:36) Harga adalah nilai yang bisa di nyatakan dalam bentuk rupiah, dalam keadaan lain harga juga bisa di sebut dengan nominal atau jumlah yang di berikan oleh konsumen untuk mendapatkan produk maupun jasa.

Menurut Kotler & Armstrong (2019:345) Di sisi lain, harga adalah mata uang nominal yang terkait dengan produk atau layanan, dan jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki dan menikmati produk atau layanan. Secara singkat harga adalah jumlah nominal yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk atau jasa dan jasanya, serta manfaat yang akan diperoleh konsumen dari produk atau jasa yang telah dibayarnya. penentuan nilai barang atau jasa. Indikator harga, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan kualitas produk, kesesuaian harga dan manfaat, serta harga berdasarkan kapasitas atau daya saing harga.

### **Kualitas Produk**

Menurut Daga (2017-37) kualitas produk merupakan keahlian produk untuk menjalankan kegunaanya seperti keandalan, ketahanan serta atribut bernilai lainnya yang bias memenuhi harapan konsumen.

Pendapat kualitas produk dari Assauri (2011:45), Kualitas produk adalah spesifikasi yg masih ada pada produk yg akan mengakibatkan barang tadi sinkron menggunakan tujuan buat apa barang atau output itu digunakan. Dengan analisis ahli diatas maka di simpulkan, jika produk berkualitas baik maka akan terjadi keuntungan bagi ke dua belah pihak yaitu konsumen maupun pihak perusahaan sehingga akan terciptanya kepercayaan terhadap perusahaan. Menurut Tjiptono (2015 : 242) indikator kualitas produk meliputi Kinerja Fitur, Kesesuaian dengan spesifikasi, Ketahanan, Keandalan, Kualitas pelayanana, Estetika, Kualitas yang dipersepsikan

### **Hipotesis**

H1 : Diduga ada dampak antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dalam PT Syarekah Jaya Gas Kediri

H2 : Diduga ada dampak antara harga terhadap keputusan pembelian PT Syarekah Jaya Gas Kediri

H3 : Diduga ada dampak antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam PT Syarekah Jaya Gas Kediri

H4 : Diduga ada dampak antara kualitas pelayanan, Harga, & Kualitas produk secara beserta sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri.

## METODE

Variabel X pada penelitian yang di lakukan adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ), variabel Y adalah keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kausalitas. Pendekatan yang dipergunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan semua konsumen PT Syarekah Jaya Gas Kediri dalam tahun 2021. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Cara pengambilan sampel yg dipakai pada penelitian ini merupakan teknik nonprobability sampling menggunakan memakai metode sampling incidental, yang didukung dengan observasi, studi kepustakaan serta kuesioner. Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis koefisien determinasi , uji regresi linier berganda, uji t dan uji F.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018:97) “Koefisien determinasi  $R^2$  bertujuan **buat** mengetahui besarnya kemampuan variabel bebas **pada** menjalankan pengaruhnya **pada** variabel terikat **menggunakan** cara melihat besarnya koefisien determinasi total adjusted  $R^2$ ”. Nilai koefisien determinasi **merupakan**  $0 < \text{adjusted } R^2 < 1$ .

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 <sup>a</sup>	.721	.698	2.39082

a. Predictors: (Constant), kualitas produkX3 , harga X2, kualitas pelayanan X1

b. Dependent Variable: Y1

Sumber : Output SPSS 25 (Data yang diolah, 2021)

Dari hasil tersebut, bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0.698. Demikian ini menunjukkan besarnya variabel kualitas pelayanan, harga dan Kualitas Produk mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 69.8% dan sisanya 30.2% di pengaruhi hal atau variabel di luar penelitian ini.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:166) analisis yg digunakan buat menganalisa interaksi dan dampak satu variabel terikat menggunakan 2 atau lebih variabel bebas. Bahwa akan di peroleh hasil yang ada di bawah ini

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	10.318	4.706	
	X1	.535	.201	.438
	X2	.409	.169	.218
	X3	.362	.162	.371

a. Dependent Variable: keputusan pembelian Y1  
Sumber: Output SPSS (Data yang diolah. 2021)

Persamaan regresi berganda :

$$Y = 10.318 + 0,535X_1 + 0,409X_2 + 0,362X_3$$

Berarti bahwa:

**$\beta_0 = 10.318$**  : merupakan bila variabel kualitas pelayanan, harga & kualitas produk menggunakan asumsi (= 0) maka variabel Y (keputusan pembelian) mempunyai nilai imbas sebanyak 10.318.

**$\beta_1 = 0,535$**  : output koefisien variabel kualitas pelayanan sebanyak 0,535 merupakan maka setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan secara positif naik 1 (satuan) akan menaikkan keputusan pembelian menentukan keputusan pembelian sebanyak 0,535 dengan perkiraan variabel lainnya konstan.

**$\beta_2 = 0,409$**  : output koefisien variabel harga sebanyak 0,409 merupakan maka setiap peningkatan variabel harga secara positif naik 1 (satuan) akan menaikkan keputusan pembelian menentukan keputusan pembelian sebanyak 0,409 dengan perkiraan variabel lainnya konstan.

**$\beta_3 = 0,362$**  : output koefisien variabel kualitas produk sebanyak 0,362 merupakan maka setiap peningkatan variabel Promosi secara positif naik 1 (satuan) akan mempertinggi keputusan pembelian menentukan pendidikan sebanyak 0,362 menggunakan perkiraan variabel lainnya konstan.

## Uji t

Menurut Ghozali (2018:98) Uji t dilakukan bertujuan buat mengkonfirmasi apakah variabel independen secara individu mempunyai imbas signifikan menggunakan variabel terikat. Hasil uji t dalam tabel berikut :

**Tabel 4 Hasil Uji t (Parsial)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.193	.035
	X1	2.660	.012
	X2	2.415	.021
	X3	2.233	.032

a. Dependent Variable: keputusan pembelian Y1  
Sumber: Output SPSS (Data yang diolah. 2021)

Nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,660 >  $T_{tabel}$  1,684 Nilai signifikansi X1 sebesar 0.012 < 0.005 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari data tersebut dijelaskan Kualitas Pelayanan (X1) secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,415 >  $T_{tabel}$  1,684 Nilai signifikansi  $X_2$  sebesar 0.021 < 0.05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari data tersebut dijelaskan Harga ( $X_2$ ) secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,233 >  $T_{tabel}$  1,684 Nilai signifikansi  $X_3$  sebesar 0.032 > 0.05 yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dari data tersebut dijelaskan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara individu mempengaruhi secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

## Uji F

Menurut Ghozali (2018:98) Uji F mengkonfirmasi berguna atas pertanda perkiraan variabel independen secara bersamaan mempunyai dampak signifikan. Hasil uji F bisa dipandang di tabel berikut ini :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F (Simultan)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	531.723	3	177.241	31.008	.000 <sup>b</sup>
	Residual	205.777	36	5.716		
	Total	737.500	39			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian $Y_1$

b. Predictors: (Constant), kualitas produk $X_3$ , harga  $X_2$ , kualitas pelayanan  $X_1$

Sumber : Output SPSS 25 (Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan pengujian simultan, diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 31.008 >  $F_{tabel}$  sebesar 2.84 dan nilai signifikansi 0.000 < 0.05 yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti menegaskan Harga ( $X_1$ ). Harga ( $X_2$ ). Kualitas Produk ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri.

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian kausalitas. Sampel penelitian berjumlah 40 responden yaitu konsumen Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri dan diolah secara statistik dengan metode uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Dari uji t yang telah dilakukan pada tabel 4, diperoleh bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan sejumlah 0.012 < 0.05 yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil perhitungan diatas maka Kualitas Pelayanan( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri.

### Pengaruh Harga Dengan Keputusan Pembelian Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri.

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian kausalitas. Sampel penelitian berjumlah 40 responden yaitu konsumen Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri dan diolah secara statistik dengan metode uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Dari uji t yang telah dilakukan pada tabel 4, diperoleh bahwa nilai signifikansi Harga sebesar 0.021 < 0.05 yang artinya

Ho ditolak dan Ha diterima. Dari perhitungan diatas maka Harga (X<sub>2</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y) pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri.

### **Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri.**

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian kausalitas. Sampel penelitian berjumlah 40 responden yaitu konsumen Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri dan diolah secara statistik dengan metode uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Dari uji t yang telah dilakukan pada tabel 4, diperoleh bahwa nilai signifikansi Kualitas Produk sebesar  $0.032 < 0.05$  yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Dari perhitungan diatas maka Kualitas Produk (X<sub>3</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri.

### **Pengaruh Service. Harga dan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri**

Berdasarkan pengujian hipotesis menegaskan bahwa Service. Harga dan Kualitas Produk secara simultan mempengaruhi signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar  $31.008 > F_{tabel}$  sebesar 2.84 atau nilai Sig.  $0.000 < 0.05$ . Sehingga H<sub>4</sub> diterima. yang artinya secara simultan Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>). Harga (X<sub>2</sub>). Kualitas Produk (X<sub>3</sub>) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

## **KESIMPULAN**

Terdapat dari hasil penelitin ini menghasilkan pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan yang sesuai dengan bukti langsung. keandalan. daya tanggap. Hasil tersebut mempengaruhi tingkat keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Hasil tersebut membuktikan bahwa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas. kesesuaian harga dengan manfaat dapat memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Hal ini dikarenakan bahwa kualitas kinerja. ketahanan. keandalan memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Ada pengaruh yang signifikan antara service. harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Hal ini memperlihatkan bahwa Kualitas Pelayanan yang baik. harga terjangkau dan produk berkualitas dapat memberikan pengaruh keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri

## **SARAN**

Perusahaan perlu untuk menciptakan kepercayaan untuk memanfaatkan peluang hubungan baik dengan konsumen dan menfokuskan pada kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk. dilihat dari kuesioner yang

sudah diisi oleh konsumen PT Syarekah Jaya Gas Kediri diperoleh data bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berikut saran yang bisa dipertimbangkan oleh perusahaan :

1. Kualitas pelayanan bisa lebih di tingkatkan lagi dengan memberikan pelayanan yang bisa berkesan baik bagi pelanggan dan selalu tepat waktu sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan memberikan kepercayaan terhadap perusahaan.
2. Kualitas produk bisa lebih di maksimalkan lagi dan harus di jaga kualitasnya dengan selalu melakukan pengecekan produk secara berkala sehingga terjaga kualitasnya.
3. Memberikan harga yang wajar serta produk dengan kualitas terbaik, jika terjadi lonjakan harga maka perlunya pihak perusahaan untuk memberikan kejelasan kepada konsumen agar konsumen mengerti dan paham akan kenaikan harga tersebut.

Untuk penelitian berikutnya yang akan menjalankan penelitian dengan pembahasan atau topik yang sama dianjurkan buat mencari efek lain yang tidak ada dalam penelitian ini yaitu selain kualitas pelayanan, harga & kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. Disebabkan pada penelitian ini belum memasukkan variabel atau aspek lain sebesar 30,2% yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembeli.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Rajawali Pers.
- [2] Daga, R. (2017). *CITRA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN* (CETAKAN 1).
- [3] Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM SPSS 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Undip.
- [4] sigitIndrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- [5] Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (Eds.); 12 Jilid 1). ERLANGGA.
- [6] Mulyawan, D. R. (2016). *BIROKRASI DAN PELAYANAN PUBLIK* (W. Gunawan (Ed.); CETAKAN 1). [https://www.google.co.id/url?q=http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2016/10/01-Buku-OK\\_Opt.Pdf&sa=U&ved=2ahukewj3po\\_Zva7wahur8xmbhdizbykqfjaaeqibbab&usg=Aovvaw2khc-Awtvgfzwtw\\_Lwypwy](https://www.google.co.id/url?q=http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2016/10/01-Buku-OK_Opt.Pdf&sa=U&ved=2ahukewj3po_Zva7wahur8xmbhdizbykqfjaaeqibbab&usg=Aovvaw2khc-Awtvgfzwtw_Lwypwy)
- [7] P. Kotler, K. K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Y. S. H. Adi Maulana (Ed.); Edisi 13). ERLANGGA.
- [8] Rizky Desty Wulandari<sup>1</sup>, D. A. I. 2. (2018). NPENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK Kosmetiko Title. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 12–18. File:///E:/Skripsi 21/SKRIPSIFIX/Jurnal/KUALITAS PRODUK TERHADAP.Pdf
- [9] Ruth F. A. Pasaribu, Ira Lestari Sianipar, Yona F. Siagian, V. S. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOYJOY PT. AMERTA INDAH OTSUKA KOTA

- MEDAN. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–51. File:///E:/Skripsi 21/SKRIPSIFIX/Jurnal/HARGA TERHADAP KEPUTUSAN.Pdf
- [10] SIGIT, F. (Ed.). (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN TEORI DAN IMPLEMENTASI* (1st Ed.).
- [11] Sudaryono, D. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi* (F. Sigit (Ed.); 1st Ed.). Bandung: CV. Andi Offset.
- [12] Singarimbun, M., & Efenddi, S. (1995). *Metode Penelitian Survei* (Revisi). PT Pustaka LP3ES.
- [13] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.); 2nd Ed.). CV Alfabeta.
- [14] Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung. *Urnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 144–162. File:///E:/Skripsi 21/SKRIPSIFIX/Jurnal/Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan.Pdf
- [15] Tjiptono, F. (2015a). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). CV. ANDI OFFSET.
- [16] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *SERVICE, Quality Dan Satisfaction* (4th Ed.). Andi.