

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GAS LPG 3KG PADA PELANGGAN
DI PANGKALAN GAS ZAINALARIFIN
DESA CEMPAKA
PUBLIKASI ILMIAH**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
pada Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH

AFRIDA

NPM : 202163411163

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGIH ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GAS LPG 3KG PADA PELANGGAN
DI PANGKALAN GAS ZAINALARIFIN
DESA CEMPAKA**

OLEH

NAMA : AFRIDA

NPM : 202163411163

Telah diajukan

Pada Tanggal 26 Juli 2024

DOSEN PEMBIMBING



Jamil Rifani, S.Sos, MM
NIDN. 1130118401

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Gas LPG 3 kg pada pelanggan di Pangkalan Gas Zainal Arifin Desa Cempaka

Afrida¹, Jamil Rifani²

Program Studi Administrasi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Email : Afrida.ida2211@gmail.com

ABSTRACT

The government introduced 3 kg gas cylinders with a green pattern, known as melon gas cylinders. 95% of Cempaka Village residents already use LPG gas rather than kerosene fuel so that the need for LPG gas always feels short, using 3 Kg LPG gas in addition to fuel saving efforts, one of which is the transition from using kerosene to LPG gas. This research aims to determine whether the price and quality of service at the 3Kg Zainal arifin LPG gas base affect the purchasing decisions of buyers or consumers. This research utilizes a quantitative method with purposive sampling techniques, involving 50 respondents as a sample. Consumers of the Zainal Arifin gas base were used as subjects. Data collection was conducted using questionnaire as the technique. The data analysis techniques in this study are validity, classical assumption, and reliability test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (partial test (t) and simultaneous test (F)), and the coefficient of determination based on the findings of simultaneous hypothesis testing, price and service quality have an effect on purchasing decisions. While the partial test (t test) the price and quality of service has an effect on purchasing decisions. Considering the R-squared value, Price and Service Quality have an influence of 63.4%

Keywords: Price, Service Quality. Buying decision

ABSTRAK

Pemerintah memperkenalkan gas tabung dimensi 3 kg bercorak hijau atau dikenal dengan tabung gas melon. Masyarakat Desa Cempaka 95% sudah menggunakan gas LPG daripada bahan bakar minyak tanah sehingga kebutuhan akan gas LPG selalu merasa kekurangan, menggunakan gas LPG 3 Kg selain itu upaya penghematan bahan bakar salah satunya adalah peralihan penggunaan minyak tanah ke gas LPG. Tujuan dari diadakannya penelitian kali ini ialah guna mengetahui apakah Harga dan kualitas layanan yang ada di pangkalan gas LPG 3Kg Zainal arifin berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembeli atau konsumen. Penelitian kali ini menerapkan metode kuantitatif disertai teknik purposive

sampling, sampel sejumlah 50 responden. Konsumen pangkalan gas Zainal Arifin dijadikan sebagai subjek. Pengambilan data diperoleh melalui penggunaan kuesioner (angket) sebagai teknik. Teknik analisis pada penelitian kali ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis (uji parsial (t) dan uji simultan (F), dan koefisien determinasi berdasarkan temuan pengujian hipotesis secara simultan, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada keputusan pembelian. Sedangkan uji parsial (uji t) harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada keputusan pembelian. Berdasarkan nilai R^2 , Harga dan juga Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh sebesar 63,4%

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan. Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi kini, persaingan di dunia bisnis berlangsung makin ketat. Oleh karena itu, para pedagang harus menyediakan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif untuk tetap relevan di pasar. Salah satu langkah untuk menghadapi persaingan ini adalah dengan menerapkan strategi harga yang efektif dan meningkatkan standar layanan kepada pelanggan.

PT. Pertamina, sebagai perusahaan BUMN di Indonesia, menghadirkan produk baru berupa LPG bersubsidi dengan nominal harga terjangkau sehingga kebutuhan harian masyarakat dapat terpenuhi, sebagaimana regulasi yang diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1971 tentang Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (PT Pertamina, 2020).

LPG adalah singkatan dari Liquefied Petroleum Gas, yang merupakan jenis gas hidrokarbon cair yang biasanya terdiri dari propana, butana, atau campuran keduanya. Sifatnya yang dapat disimpan, diangkut, dan ditangani dengan mudah berkat tekanannya yang rendah (Hilman, 2024). Pemerintah mengenalkan tabung gas berukuran 3 kg dengan warna hijau, dikenal dengan sebutan tabung gas melon. Gas LPG 3 kg yang disubsidi pemerintah membantu kelompok masyarakat menengah ke bawah karena harganya terjangkau.. Sebagian besar penduduk Desa Cempaka telah beralih dari minyak tanah ke gas LPG, dengan 95% menggunakan gas LPG. Karena tingginya permintaan akan gas LPG 3 Kg, kebutuhan akan gas ini selalu terasa kurang, sekaligus sebagai langkah untuk menghemat bahan bakar.

Penjualan gas LPG 3 Kg di Pangkalan gas zainal Arifin, mengalami peningkatan pada tahun 2021. Pada tahun 2020 mereka menjual sebanyak 500 biji tabung gas LPG 3 Kg perbulan. Kemudian pada tahun 2021 penjualan gas LPG mengalami peningkatan dengan menjual 900 biji perbulannya. Tahun 2022 penjualan gas elpiji terjual kurang lebih 900 biji perbulannya dan tahun 2023 masih menjual dengan total yang sama akan tetapi tidak mengurangi jumlah yang beredar. Mengacu pada pemaparan di atas, peneliti memiliki keinginan dalam membahas perihal “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian gas LPG 3 kg pada pelanggan di Pangkalan Gas Zainal Arifin Desa Cempaka”

Berdasarkan penelitian (Afifi dan Widodo, 2021) diperoleh hasil yang menyatakan bahwa harga beserta kualitas pelayan mampu memberi pengaruh signifikan pada keputusan pembelian secara positif. Begitupun dengan (Malonda, Massie dan Gunawan, 2021) yang menyatakan hal serupa, sementara menurut (Nuraini dan Novitaningtyas, 2022), harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian, melainkan hanya kualitas pelayanan sajalah yang memberi pengaruh tersebut secara positif.

Philip Kotler mendefinisikan harga sebagai besaran dana yang dikeluarkan oleh konsumen agar mendapatkan suatu produk ataupun pelayanan (Hananto, 2021). Indikator Harga ada 4 menurut Kotler dan Armstrong dalam (Dr. Benny Osta Nababan *et al.*, 2023) yang terdiri dari: keterjangkauan, kesesuaian, daya saing, kesesuaian dengan manfaat. Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah evaluasi yang dilakukan konsumen pada kesesuaian tingkat pelayanan yang diperoleh terhadap ekspektasi mereka. Jika layanan yang diterima telah memenuhi bahkan melebihi ekspektasi, konsumen akan memberikan penilaian yang baik dan juga memuaskan terhadap kualitas pelayanan tersebut. Rasa puas yang tercipta mampu memicu konsumen untuk melakukan transaksi kembali dan menjadi pelanggan loyal. (Ahmad Zikri, 2022). Menurut Tjiptono dalam (MUKTI dan Aprianti, 2021) Ada lima faktor utama atau indikator yang menentukan kualitas layanan jasa, di antaranya adalah: faktor fisik atau berwujud (Tangible), keandalan layanan (Reliability), jaminan atau kepastian (Assurance), cepat tanggap (Responsiveness), dan empati (Empathy).

Menurut Philip Kotler dalam (Arfah, Nasution dan Siregar, 2022) Keputusan pembelian ialah keputusan calon pembeli mengenai apakah akan melakukan pembelian atau tidak terhadap suatu produk.. Thompson berpendapat dalam (William Wiclyfe Panjaitan & Joan Hutapea, 2022) Terdapat empat indikator untuk keputusan pembelian, yaitu produk sesuai

dengan kebutuhan, memberikan manfaat yang diinginkan, kepastian dalam membeli produk, dan kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif berjenis asosiatif ialah metode yang diterapkan pada penelitian kali ini. Populasi yang diteliti ialah konsumen yang membeli gas LPG 3kg di Pangkalan Zainal Arifin Desa Cempaka, Kecamatan Amuntai Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Utara, dengan jumlah populasi sebanyak 100 orang per minggu. Sampel pada penelitian kali ini diperoleh melalui teknik non-probability sampling dan metode Solvin, yang menghasilkan responden sebanyak 50 orang. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner atau angket. Instrumen penelitian dengan tingkat validitas dan memperoleh kategori reliabilitas yang baik merupakan prasyarat utama untuk mendapatkan hasil yang valid sehingga bisa diandalkan. Tahap analisis data dilakukan dengan metode sebagai berikut: Regresi Berganda, Koefisien Determinasi (R-squared), Uji Tunggal (uji t), dan Uji Simultan (uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil oleh data output SPSS persamaan yang didapatkan ialah:

$$Y = 14,375 + - 0,231 X_1 + 0,160 X_2$$

Dari perlakuan analisis menggunakan persamaan tersebut, hasil yang diperoleh kemudian diinterpretasikan dengan berikut:

1. Konstanta 14,375 menggambarkan bahwa ditemui adanya hubungan yang terjadi di antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 14,375.
2. Koefisien regresi untuk X_1 (harga) ialah 0,231 dengan tanda negatif (-), yang mana hal tersebut mengindikasikan bahwa tiap terjadi peningkatan harga senilai 1 satuan, terjadi pula penurunan keputusan pembelian hingga 0,231 satuan. Dengan koefisien negatif, terdapat hubungan negatif antara harga dan keputusan pembelian.
3. Koefisien regresi untuk X_2 (kualitas pelayanan) adalah 0,160. Ini berarti apabila variabel independen lainnya bernilai tetap dan kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 persen, keputusan pembelian akan meningkat hingga 0,160 satuan. Dengan koefisien bertanda positif, terdapat hubungan positif di antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R^2)

Dari analisis koefisien determinasi (R^2) *Adjusted R Square* (R^2) = 0,634 = 63,4% kesimpulannya ialah variabel independen, meliputi kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan dapat memberikan pengaruh pada variabel dependennya, yaitu keputusan pembelian senilai 63,4%. Sisa variabel sebesar 36,6% disebabkan oleh faktor lainnya yang bukan menjadi objek pembahasan penelitian kali ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Besaran t hitung variabel harga ialah senilai -3,569, < 1,677, sementara nilai signifikansinya ialah 0,001. Hal tersebut mengindikasikan bahwa harga memberikan pengaruh pada keputusan pembelian secara negatif dengan signifikan karena terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_a .

Besaran t hitung variabel kualitas pelayanan ialah senilai 2,566, > 1,677, sementara nilai signifikansinya ialah 0,014. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian secara positif dengan signifikan karena terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_a .

Uji Simultan (F)

Pada perlakuan analisis Anova, ditemukan nilai F hitung senilai 10,851, > F tabel 3,20, yang mana nilai signifikansinya ialah $0,000 < 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa secara bersamaan, harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan pada Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil output SPSS, harga dan kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansinya yang kurang dari α atau 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa secara bersamaan, harga dan juga kualitas pelayanan memberi pengaruh secara signifikan dan positif pada keputusan pembelian.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial pada Keputusan Pembelian

Berdasarkan pandangan statistik, variabel harga memberi pengaruh yang negatif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian karena tingkat signifikansinya ($0,001 < 0,05$). Hal tersebut mengindikasikan bahwa makin tinggi harga, semakin berkurang keputusan untuk membeli. Sementara itu, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif secara signifikan pada keputusan pembelian. Secara statistik, hal tersebut ditunjukkan oleh tingkat signifikansi ($0,014 < 0,05$), menyatakan terdapat hubungan secara signifikan yang terjadi di antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hipotesis pertama (H1) diterima. Variabel harga mempunyai pengaruh negatif pada keputusan pembelian secara signifikan. Hal tersebut didukung dengan nilai t hitung - 3,569 yang lebih kecil jika dibanding dengan nilai kritis 1,677, yang mana nilai signifikansinya sebesar 0,001 ($<0,05$). Nilai-nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan signifikan yang terjadi di antara harga dan keputusan pembelian di mana kenaikan harga akan menyebabkan penurunan keputusan untuk membeli, sedangkan penurunan harga akan meningkatkan keputusan untuk membeli.
2. Hipotesis kedua (H2) diterima. Variabel kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan positif. Hal tersebut terlihat dari nilai t hitung 2,566, yang lebih besar jika dibanding dengan nilai kritis 1,677, yang mana nilai signifikansinya ialah 0,014 ($<0,05$). Nilai-nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan signifikan yang terjadi di antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian yang mana peningkatan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan untuk membeli.
3. Hipotesis ketiga (H3) diterima. secara bersamaan, variabel kualitas pelayanan dan harga memengaruhi keputusan pembelian pelanggan gas LPG di Pangkalan Gas Zainal Arifin, Desa Cempaka. Pengaruh keduanya memiliki nilai signifikansi 0,000, ($<0,05$). Artinya, nilai ini mengindikasikan bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan secara signifikan, sehingga H3 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Afifi, F.F. dan 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), hal. 481. Tersedia pada: <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.350>.

Ahmad Zikri, M.I.H. (2022) “Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera,” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), hal. 129–138.

Arfah, Y., Nasution, B. dan Siregar, R.J. (2022) *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ>.

Dr. Benny Osta Nababan, S.P.M.S. *et al.* (2023) *Manajemen pelayanan publik dan bisnis*. Selat Media. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=PnPoEAAQBAJ>.

Hananto, D. (2021) “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel,” *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1), hal. 1–10. Tersedia pada: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>.

Hilman, R. (2024) *Mengetahui Lebih Lanjut Terkait LPG sebagai Bahan Bakar Rumah Tangga, Megah Anugerah Energi*. Tersedia pada: <https://solarindustri.com/blog/apa-itu-lpg/> (Diakses: 18 April 2024).

Malonda, E.K., Massie, J.D.D. dan Gunawan, E. (2021) “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Bensu Di Kta Manado Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Emba*, 9(2303–1174), hal. 4.

MUKTI, A. dan Aprianti, K. (2021) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee,” *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), hal. 229–246. Tersedia pada: <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>.

Nuraini, F. dan Novitaningtyas, I. (2022) “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang,” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), hal. 50–57. Tersedia pada: <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.740>.

PT Pertamina (2020) *Sejarah Pertamina, Grha Pertamina*. Tersedia pada: <https://www.pertamina.com/id/sejarah-pertamina>.