

Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 150 Pada PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat

Markus

Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serelo Lahat

markusjohanog@gmail.com

Info Artikel :

Diterima 20 Agustus 2019
Direview 12 September 2019
Disetujui 22 November 2019

Keywords :

Service Quality, Pricing, and Purchasing Decisions

ABSTRACT

Purpose - This study aims to determine the effect of Service Quality on Purchasing Decisions of Honda Vario 150 Motorcycles at PT. Gratia Plena Mas Lahat Branch, the effect of Pricing on the Purchase Decision of Honda Vario 150 Motorcycles at PT. Gratia Plena Mas Lahat Branch, and Service Quality and Pricing on the Purchase Decision of Honda Vario 150 Motorcycle at PT. Gratia Plena Mas Lahat Branch.

Design/methodology - The sample in this study amounted to 50 respondents who were distributed to consumers specifically motorcycle products with the brand "Honda Vario 150" in Pasar Bawah Village. Data analysis method used is quantitative analysis using validity, reliability, normality, multiple linear regression analysis and average difference test.

Findings - Service Quality Results have a positive and significant effect on the decision to purchase a Honda Vario 150 motorcycle at PT. Gratia Plena Mas Lahat Branch. This can be seen from the value of $t_{count} > t_{table}$ ($11,227 > 2,012$). Pricing has a positive and significant influence on the decision to purchase a Honda Vario 150 motorcycle at PT. Gratia Plena Mas Lahat Branch. This can be seen from the value of $t_{count} > t_{table}$ ($4,500 > 2,012$). And Service Quality and Pricing simultaneously have a positive and significant effect on the decision to purchase a Honda Vario 150 at PT. Gratia Plena Mas Lahat Branch. This can be seen from the calculated $F_{value} > F_{table}$ ($82.427 > 2.25$) and the significance value $< \text{significance level } (\alpha) 0.05$ ($0.000 < 0.05$).

Publishing Institution :

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani 13 Ulu Palembang Sumatera Selatan (30263)

E-Mail :

motivasi.feb.ump@gmail.com

Access this article online	
Quick Response Code:	Website: http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi
	ISSN: 2548-1622 Jurnal MOTIVASI

A. PENDAHULUAN

Perkembangan kehidupan masyarakat yang semakin kompleks di berbagai bidang membuat tingkat kesibukan masyarakat dewasa ini semakin tinggi. Tingkat kesibukan yang tinggi ini disertai dengan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi pula. Tingkat mobilitas yang tinggi disertai padatnya jumlah masyarakat yang berada di suatu kota membuat masyarakat semakin membutuhkan suatu alat transportasi yang praktis, mudah dikendarai di daerah padat, dan nyaman digunakan. Salah satu alat transportasi yang praktis, mudah dikendarai, dan nyaman digunakan adalah alat transportasi sepeda motor. Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Melihat kebutuhan masyarakat akan sepeda motor yang semakin tinggi ini menuntut produsen-produsen sepeda motor untuk berlomba-lomba menciptakan sepeda motor yang semakin praktis dan semakin nyaman untuk dikendarai. Salah satu kemajuan dalam bidang sepeda motor yang telah diciptakan adalah sepeda motor matik yang membuat pengendara lebih mudah dan praktis serta nyaman dalam mengendarai sepeda motor. Hampir semua produsen sepeda motor mengeluarkan sepeda motor tipe matik, sebagai contoh : Honda mengeluarkan sepeda motor matic merek vario 150, beat, Yamaha mengeluarkan sepeda motor matic merek Mio, Aerox, Suzuki mengeluarkan sepeda motor matic merek Spin. Honda merupakan salah satu produsen sepeda motor turut mengeluarkan teknologi baru dalam sepeda motor. Honda menciptakan skuter matik untuk kenyamanan dan keamanan konsumen. Honda vario adalah jenis motor skuter matic terbaru yg diproduksi oleh pabrikan motor honda, motor ini dirancang dengan desain yg jauh lebih sporty bila dibandingkan dengan tipe honda vario yg lama. Dan desain striping motor honda vario 150 ini juga telah dirancang dengan desain yg baru, sehingga tampilan desainnya menjadi lebih menarik lagi. Selain itu, motor honda vario 150 ini juga telah dilengkapi dengan sejumlah fitur-fitur canggih yg terbaru, performa mesin terbukti responsif dan memiliki bahan bakar yang sangat irit serta kapasitas bagasi sangat luas.

Setelah peluncuran Honda vario pada tanggal 21 desember 2015 dalam memperjelas analisis penelitian pra survei yang telah peneliti

lakukan kepada pihak PT. Gratia Plena Mas Cab. Lahat dan kepada 60 orang yang pernah membeli atau melakukan servis Honda vario 150 di PT. Gratia Plena Mas Cab. Lahat,

Penelitian ini dilakukan di Kel.Pasar Bawah Lahat karena sumber data yang diperoleh oleh peneliti menemukan adanya penurunan dari jumlah penjualan berasal dari dealer-dealer yang ada di kabupaten lahut sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, persaingan pasar dalam sepeda motor menimbulkan ide untuk meneliti lebih lanjut mengapa konsumen banyak tertarik untuk membeli Honda vario 150. Tidak semua faktor yang mendorong minat beli konsumen adalah menjadi alasan konsumen mengambil keputusan untuk membeli Honda vario 150, oleh sebab itu perlu diteliti dengan melakukan analisis Pengaruh. Bertitik tolak dari hal tersebut di atas, dalam penelitian ini diambil judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 Pada Pt. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat”.

B. KAJIAN PUSTAKA

I. Pemasaran

Menurut Swastha dan Irawan, (2005:10) mendefinisikan konsep pemasaran sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan, karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar. Penjualan dan pemasaran sering dianggap sama tetapi sebenarnya berbeda.

Dari beberapa definisi para ahli tentang pemasaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan produk baik berupa barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan

untuk memberikan kepuasan konsumen (Sofjan Assauri, 2004:81).

2. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Menurut Sofjan Assauri (2004:141) keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Basu Swasta dan T Hani Handoko, 2000:15).

3. Kualitas Pelayanan

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam perspektif TQM (Total Quality Management) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2012:51) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

4. Harga

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Pengertian harga sangat beragam menurut para ahli. Menurut Tjiptono (2002), Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga

merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dan mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

C. METODE PENELITIAN

1. Desain penelitian

Penentuan desain penelitian dimulai ketika peneliti telah mengetahui permasalahan, merumuskan hipotesis, menentukan data serta perolehannya. Desain akan menjamin diperolehnya data yang diperlukan untuk melakukan pengujian hipotesis. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif-analisis (M.Nazir,2009:89). Secara deskriptif penelitian menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat, sedangkan secara analitis penelitian berusaha melakukan pengujian hipotesis untuk memperoleh interpretasi tentang keterkaitan beberapa variabel.

2. Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini mengambil lokasi di PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat. Sebagai subjek yang akan dijadikan responden yaitu konsumen pembeli Sepeda Motor Vario 150 di PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam suatu penelitian merupakan individu atau obyek yang merupakan sifat-sifat umum. Arikunto (2010:173) menjelaskan bahwa "populasi adalah keseluruhan objek penelitian". Sedangkan menurut Sugiyono (2010:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya" maka penjelasan dari para ahli tersebut, penulis menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna motor vario 150 di kawasan Kelurahan Pasar Bawah Kabupaten Lahat.

b. Sampel Penelitian

Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan kombinasi antara metode sampling aksidental dan purposive sampling. Metode sampling aksidental yaitu pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan syarat

orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber (Sugiyono, 2008).

Sedangkan metode *purposive sampling* adalah pemilihan sampel secara subyektif terhadap responden yang memiliki informasi dan memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Ferdinand, 2006). Kombinasi kedua metode tersebut akan memilih sampel secara kebetulan pada responden yang memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti. Karena populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen khususnya produk motor dengan merek "Honda vario 150" di Kelurahan Pasar Bawah dan jumlahnya sebanyak 50 orang.

c. Operasionalisasi Variabel

Variabel Kualitas Layanan (X₁) dan Penetapan Harga (X₂), serta Keputusan Pembelian (Y) di PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat.

d. Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau daftar isian terhadap objek yang diteliti. Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan langsung mengadakan tanya jawab kepada objek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang sedang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan kepada responden sesuai dengan variabel yang diteliti.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Hasil Penelitian

a. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap kinerja Keputusan Pembelian, pengaruh Penetapan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis regresi linier berganda selengkapnya hasil regresi dapat dilihat pada Tabel 1..

Tabel 1. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda.

No	Variabel	Koefisien
1	Konstanta	1,899
2	Kualitas Layanan	0,837
3	Penetapan Harga	0,415

Sumber : Olah data primer

Berdasarkan Tabel 1 dapat ditulis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,899 + 0,837X_1 + 0,415X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Konstanta sebesar 1,899 artinya jika Kualitas Layanan (X₁) dan Penetapan Harga (X₂) adalah 0, maka Keputusan Pembelian (Y) nilainya adalah 1,899.

b. Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X₁) sebesar 0,837, artinya jika Kualitas Layanan mengalami kenaikan satu-satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,837.

c. Koefisien regresi variabel Penetapan Harga (X₂) sebesar 0,415, artinya jika Penetapan Harga mengalami kenaikan satu-satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,415.

b. Uji Parsial (Uji t)

a. Uji t Kualitas Layanan (X₁) dengan Keputusan Pembelian (Y)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini (H1) menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian hipotesis pertama dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Uji t hipotesis pertama dapat dilihat pada tabel 2..

Tabel 2. Hasil Uji t hipotesis pertama.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coeff	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.899	.404		.558	.010
X1	.837	.074	.835	11.277	.000
X2	.415	.077	.411	4.500	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber :Olah data primer SPSS

I. Menentukan formulasi Ho dan H1

a) Ho : β₁ = 0 : berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara terpisah.

b) $H_1 : \beta_1 \neq 0$: berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara terpisah.

2. Level of significant $\alpha = 5\%$

$Df (n-2-1) = 50 - 2 - 1 = 47$

$t \text{ tabel} = t_{0,05 / 2 : 47}$

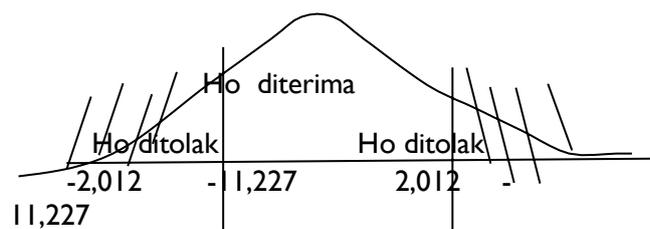
$t \text{ tabel} = t_{0,025 : 47}$

$t \text{ tabel} = 2,012$

3. Kriteria pengujian

Kriteria Pengujian Kualitas Layanan (X_1)

Keputusan Pembelian (Y)



Gambar 1. Kurva Distribusi Normal untuk hipotesis 1

Pada tabel 2. nilai t hitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 11,227, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 2,012. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($11,227 > 2,012$), maka hipotesis pertama diterima, artinya Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

b. Uji t Penetapan Harga (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini (H_2) menyatakan bahwa Penetapan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian hipotesis kedua dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t hipotesis kedua.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coeff	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.899	.404		.558	.010

X1	.837	.074	.835	11.277	.000
X2	.415	.077	.411	4.500	.003

a. Dependent Variable Y

Sumber :Olah data primer SPSS

1. Menentukan formulasi H_0 dan H_1

a). $H_0 : \beta_2 = 0$: berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara terpisah.

b). $H_1 : \beta_2 \neq 0$: berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara terpisah.

2. Level of significant $\alpha = 5\%$

$Df (n-2-1) = 50 - 2 - 1 = 47$

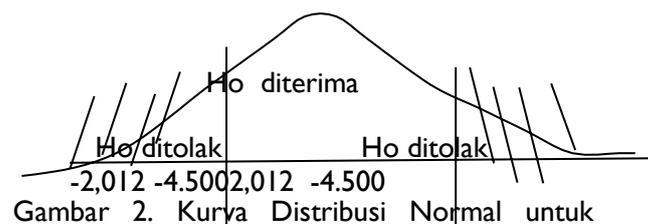
$t \text{ tabel} = t_{0,05 / 2 : 47}$

$t \text{ tabel} = t_{0,025 : 47}$

$t \text{ tabel} = 2,012$

3. Kriteria Pengujian

Kriteria Penetapan harga (X_2) Keputusan Pembelian (Y)



Gambar 2. Kurva Distribusi Normal untuk hipotesis 2

Pada tabel 3 nilai t hitung untuk variabel Penetapan Harga adalah sebesar 4,500, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 2,012. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,003 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($4,500 > 2,012$), maka hipotesis kedua diterima, artinya Penetapan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

c. Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini (H_3) menyatakan bahwa Kualitas Layanan dan Penetapan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian hipotesis ketiga dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4..

Tabel 4. Hasil Uji F Hipotesis Ketiga

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

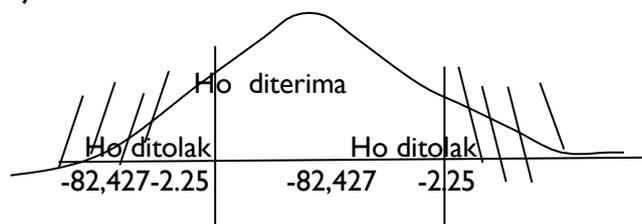
1	Regression	1224.807	2	612.403	82.427	.000 ^a
	Residual	349.193	47	7.430		
	Total	1574.000	49			

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
- b. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer diolah (lampiran 6 halaman 20 tabel ANOVA)

1. Menentukan formulasi Ho dan H1
 - a) Ho : $\beta_1 = \beta_2 = 0$: berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara terpisah.
 - b). H1 : $\beta_1 \neq \beta_2 = 0$: berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara terpisah.
2. Level of significant $\alpha = 5\%$
 df 1 = 3-1 = 2
 df 2 = 50-2-1 = 47
 df = 2,25
3. Kriteria pengujian

Uji F



Gambar 3. Kurva Distribusi Normal untuk hipotesis 3

Pada tabel 4. nilai F hitung adalah sebesar 82.427, sedangkan nilai F tabelnya adalah sebesar 2,25 (df 1 = 3-1 = 2 dan df 2 = 50-2-1 = 47). Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai F hitung > F tabel (82.427 > 2,25) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05 (0,000 < 0,05), maka hipotesis ketiga diterima, artinya Kualitas Layanan dan Penetapan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

d. Koefisien Determinasi

Hasil analisis korelasi ganda dalam penelitian ini diperoleh angka R sebesar 0,882, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara Kualitas Layanan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan

Pembelian. Hasil analisis korelasi ganda (R) dapat dilihat pada tabel 4.

Analisis determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X1, X2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). R² sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya R² sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

Hasil analisis determinasi diperoleh angka R² (R Square) sebesar 0,778 atau (77,8%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kualitas Layanan dan Penetapan Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 77,8% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Kualitas Layanan dan Penetapan Harga) mampu menjelaskan 77,8% variabel dependen (Keputusan Pembelian), sedangkan sisanya sebesar 22,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil analisis determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 5. Hasil Analisis Korelasi Ganda (R) dan Korelasi Determinan (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.778	.769	2.726

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
 - b. Dependent Variable: Y
- Sumber : Data primer diolah dari SPSS

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai F hitung adalah sebesar 82.427, sedangkan nilai F tabelnya adalah sebesar 2,25 (df 1 = 3-1 = 2 dan df 2 = 50-2-1 = 47). Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai F hitung > F tabel (82.427 > 2,25) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05 (0,000 < 0,05),

maka hipotesis ketiga diterima, artinya Kualitas Layanan dan Penetapan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

2. Nilai t hitung untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 11,227, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 2,012. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($11,227 > 2,012$), maka hipotesis pertama diterima, artinya Kualitas Layanan berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian.
3. Nilai t hitung untuk variabel Penetapan Harga adalah sebesar 4,500, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 2,012. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,003 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($4,500 > 2,012$), maka hipotesis kedua diterima, artinya Penetapan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Pihak PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat diharapkan meningkatkan kualitas pelayanannya, seperti kecepatan dalam melayani sehingga konsumen tidak merasa jenuh ketika menunggu antrian.
2. Pihak PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat sebaiknya tetap mempertahankan penetapan harga yang menarik seperti mengadakan promo dan diskon harga penjualan dan meningkatkan sistem pemasaran yang ada.
3. Pihak PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat harus dapat menarik konsumen dengan bisa memahami karakteristik setiap konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian pada Pihak PT. Gratia Plena Mas Motor Cabang Lahat, karena faktor pribadi konsumen dapat juga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang meneliti dengan konsep yang sama. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti menggunakan variabel-variabel yang berbeda dari variabel-variabel yang telah digunakan

dalam penelitian ini agar diperoleh hasil yang lebih variatif dari pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, dan Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu
- 2) Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- 3) Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 4) Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- 5) Lamb, Charles W, Hair Joseph F, Mc Daniel Carl. 2001. *Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- 6) Santoso, Singgih dan Fandy, Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran :Konsep Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- 7) Samarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga