

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan

¹AI Munawar, ²Afrizal, ³Lisa Elianti Nasution

^{1*,2}Manajemen/Ekonomi, STIE Eka Prasetya, Medan, Indonesia

^{3,4,5}Manajemen Pemasaran, STIE Eka Prasetya Medan, Medan, Indonesia

*Korespondensi: wawengmunawer@gmail.com

Submit : 02 April 2026 | Diterima : 20 April 2026 | Terbit : 28 April 2026

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at the Amanah Wholesale Jewelry Store in Medan. This study is motivated by increasingly tight business competition, especially in the imitation jewelry wholesale business, so that business actors need to understand the factors that drive consumers in making purchasing decisions. The number of samples 135 respondents. The t-test results show that the service quality variable (X_1) has a very significant influence on Purchasing Decisions (Y), with a calculated t value of 4.446, a t-table value of 1.978, and a significance level of 0.000, far below the critical limit of 0.05. Thus, service quality has a very significant influence on Purchasing Decisions (Y). The nutrient variable (X_2) shows a calculated t value of 1.758, a t-table value of 1.978, and a significance level of 0.081, far above the critical limit of 0.05. This shows that price tends to have no significant effect on Purchasing Decisions. With 135 respondents and using two independent variables, namely service quality (X_1) and price (X_2) on the dependent variable Purchasing Decisions (Y), the calculated F value is 13.772 with a significance level of 0.000, the df1 value is 2 and df2 is 132, so the Ftable value is 3.06 at a significance level of 5%. then the decision taken is to reject H_0 and accept H_1 . It can be concluded that service quality and price have a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Service Quality; Price; Purchasing Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan usaha yang semakin ketat, khususnya pada bisnis grosir perhiasan imitasi, sehingga pelaku usaha perlu memahami faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Jumlah sampel 135 responden. Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dengan nilai t yang dihitung sebesar 4,446, nilai tabel-t sebesar 1.978, dan tingkat signifikansi sebesar 0.000, jauh di bawah batas kritis 0,05. dengan demikian kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Variabel harga (X_2) menunjukkan nilai t yang dihitung sebesar 1,758, nilai tabel-t sebesar 1.978, dan tingkat signifikansi 0.081, jauh di atas batas kritis 0,05. Hal ini menunjukkan harga menunjukkan kecenderungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan jumlah responden sebanyak 135 orang dan menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y), diperoleh nilai Fhitung sebesar 13.772 dengan tingkat sig 0,000, nilai df1 adalah 2 dan df2 adalah 132, sehingga diperoleh nilai Ftabel sebesar 3,06 pada taraf signifikansi 5%. maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_1 . Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Harga; Keputusan Pembelian ; Kualitas Layanan.

PENDAHULUAN

Industri grosir perhiasan imitasi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan tersebut didorong oleh meningkatnya minat konsumen terhadap perhiasan imitasi sebagai alternatif yang lebih terjangkau dibandingkan perhiasan emas, sekaligus tetap mampu memenuhi kebutuhan estetika dan gaya hidup. Di Kota Medan, bisnis grosir perhiasan memiliki prospek yang menjanjikan karena kota ini merupakan salah satu pusat perdagangan yang melayani konsumen individu maupun pedagang pengecer dari berbagai daerah. Namun, pertumbuhan tersebut juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat, terutama dalam aspek harga dan kualitas layanan.

Dalam konteks persaingan ritel, keputusan pembelian konsumen menjadi indikator penting bagi keberhasilan usaha. Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik produk, tetapi juga oleh faktor-faktor eksternal seperti kualitas layanan dan harga. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan, sedangkan harga yang kompetitif mampu membentuk persepsi nilai yang positif. Kotler & Keller (2021) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap berbagai alternatif berdasarkan manfaat dan nilai yang dirasakan. Dengan demikian, kualitas layanan dan harga menjadi dua faktor strategis yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.

Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan merupakan salah satu usaha grosir perhiasan imitasi yang berlokasi di Pusat Pasar Medan. Berdasarkan data internal, pendapatan toko selama periode 2020–2024 menunjukkan kecenderungan menurun, terutama sejak tahun 2022. Kondisi ini mengindikasikan adanya penurunan minat atau keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hasil observasi awal menunjukkan adanya keluhan pelanggan terkait lambatnya respons pelayanan, sikap karyawan yang kurang responsif, serta perbedaan harga yang dinilai lebih tinggi dibandingkan beberapa pesaing. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima saat berbelanja.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Fikra et al. (2025) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tirtayasa et al. (2023) juga menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko perhiasan di Kota Medan. Di sisi lain, penelitian sebelumnya masih banyak meneliti variabel harga dan kualitas layanan secara terpisah atau dilakukan pada sektor ritel umum dan platform digital, sehingga penelitian yang secara khusus menguji kedua variabel tersebut secara simultan pada toko grosir perhiasan fisik masih relatif terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya pada perilaku konsumen di sektor ritel perhiasan, serta memberikan masukan praktis bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi peningkatan layanan dan penetapan harga yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka dan dianalisis secara statistik. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel yang diteliti, sedangkan penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

Objek dalam penelitian ini adalah Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko tersebut. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 135 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara random sampling, sehingga setiap konsumen memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas layanan (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Setelah itu, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Analisis data utama menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara parsial, uji F untuk melihat pengaruh kedua variabel secara simultan, serta uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur untuk sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

- Apabila r hitung $> r$ tabel, kesimpulannya item kuesioner tersebut valid.
- Apabila r hitung $< r$ tabel, kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid.

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas kualitas layanan (X1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Karyawan Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan melayani saya dengan ramah dan sopan.	0,757	0,361	Valid
Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik saat melayani pembelian perhiasan.	0,831	0,361	Valid
Kebijakan pelayanan di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan jelas dan mudah dipahami.	0,834	0,361	Valid
Kebijakan penukaran atau pengembalian barang diterapkan secara adil kepada pelanggan.	0,901	0,361	Valid
Penampilan karyawan yang rapi dan profesional mencerminkan kualitas layanan toko.	0,834	0,361	Valid
Kondisi toko yang bersih dan tertata rapi meningkatkan kenyamanan saya saat berbelanja.	0,901	0,361	Valid
Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan menepati janji layanan yang diberikan kepada pelanggan.	0,782	0,361	Valid
Informasi mengenai kualitas dan keaslian perhiasan sesuai dengan yang dijanjikan.	0,810	0,361	Valid
Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan atau masalah pelanggan.	0,757	0,361	Valid
Setiap permasalahan terkait produk atau layanan diselesaikan dengan solusi yang memuaskan.	0,831	0,361	Valid
Proses pelayanan dan transaksi di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan mudah dan tidak berbelit-belit.	0,834	0,361	Valid
Saya mudah memperoleh informasi terkait harga dan spesifikasi perhiasan.	0,901	0,361	Valid

Sumber: Data Primer yang Diproses menggunakan spss, 2026

Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel kualitas layanan, menunjukkan bahwa semua nilai Korelasi Item-Total yang Dikoreksi lebih besar dari r tabel (0,361), menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner kualitas layanan valid. Hasil uji validitas untuk variabel Harga (X2) ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Uji Validitas Harga (X2)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Harga perhiasan di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan terjangkau bagi saya.	0,709	0,361	Valid
Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli saya.	0,856	0,361	Valid
Harga perhiasan yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang saya terima.	0,866	0,361	Valid
Kualitas perhiasan sebanding dengan harga yang harus saya bayarkan.	0,896	0,361	Valid
Harga perhiasan di Toko Amanah lebih bersaing dibandingkan toko perhiasan lain.	0,866	0,361	Valid
Saya memilih membeli di Toko Amanah karena harga yang ditawarkan kompetitif.	0,896	0,361	Valid
Harga perhiasan di Toko Amanah relatif stabil dan tidak sering berubah.	0,874	0,361	Valid
Perubahan harga yang terjadi masih dalam batas kewajaran..	0,873	0,361	Valid
Saya dapat menerima perubahan harga perhiasan yang terjadi di Toko Amanah.	0,709	0,361	Valid
Perubahan harga tidak mengurangi minat saya untuk membeli perhiasan di toko ini.	0,856	0,361	Valid
Metode pembayaran di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan mudah dan beragam.	0,866	0,361	Valid
Proses pembayaran transaksi berlangsung cepat dan praktis.	0,896	0,361	Valid

Sumber: Data Primer yang Diproses menggunakan spss, 2026

Tabel 2 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Harga, menunjukkan semua nilai Korelasi Item-Total yang Dikoreksi lebih besar dari r tabel 0,361, sehingga semua item kuesioner untuk variabel Harga dinyatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Saya merasa mantap saat memutuskan membeli perhiasan di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan.	0,765	0,361	Valid
Saya yakin dengan keputusan pembelian yang saya lakukan di toko ini.	0,774	0,361	Valid
Saya mengambil keputusan membeli tanpa merasa ragu berlebihan.	0,849	0,361	Valid
Informasi yang diberikan toko membantu saya mengambil keputusan dengan cepat.	0,919	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r _{table}	Keterangan
Saya bersedia membeli produk perhiasan yang ditawarkan oleh Toko Amanah.	0,849	0,361	Valid
Penawaran produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan saya.	0,919	0,361	Valid
Saya lebih memilih Toko Amanah dibandingkan toko perhiasan lain.	0,704	0,361	Valid
Toko Amanah menjadi pilihan utama saya dalam membeli perhiasan.	0,774	0,361	Valid
Saya bersedia melakukan pembelian kembali di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan.	0,880	0,361	Valid
Pengalaman berbelanja sebelumnya mendorong saya untuk membeli kembali.	0,822	0,361	Valid
Saya tetap memutuskan membeli meskipun harga perhiasan relatif lebih tinggi.	0,756	0,361	Valid
Harga yang tinggi tidak menjadi penghalang bagi saya untuk membeli di toko ini.	0,774	0,361	Valid
Saya merasa puas dan senang setelah membeli perhiasan di Toko Amanah.	0,849	0,361	Valid
Keputusan pembelian yang saya ambil memberikan perasaan positif bagi saya.	0,919	0,361	Valid

Sumber: Data Primer yang Diproses menggunakan spss, 2026

Tabel 3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian, menunjukkan bahwa semua nilai Korelasi Item-Total yang Dikoreksi lebih besar dari r_{table} (0,361), menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner niat pembelian valid.

Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik Cronbach alpha, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibanding dengan indeks:

1. Cronbach's alpha < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. Cronbach's alpha 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. Cronbach's alpha 0,8 = reliabilitas baik

Tabel 4 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's alpha	N of item	Keterangan
1	Kualitas Layanan (X1)	0,959	12	Reliabel
2	Harga (X2)	0,964	12	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,964	14	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diproses menggunakan spss, 2026

Berdasarkan tabel 4 diatas, maka nilai reliabilitas yang diperoleh dari variabel kualitas layanan (X1), harga (X2) dan keputusan pembelian (Y) lebih besar dari 0,60 dan dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan diatas adalah reliabel. Berarti bahwa jawaban responden untuk variabel kualitas layanan, harga dan keputusan pembelian dikatakan reliabel karena memberikan nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60.

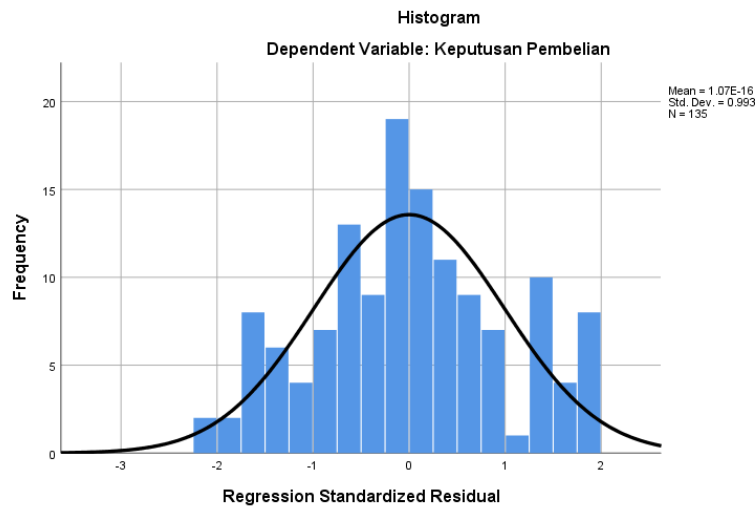
Tes Asumsi Klasik

Tes Normalitas

a. Analisis Grafis

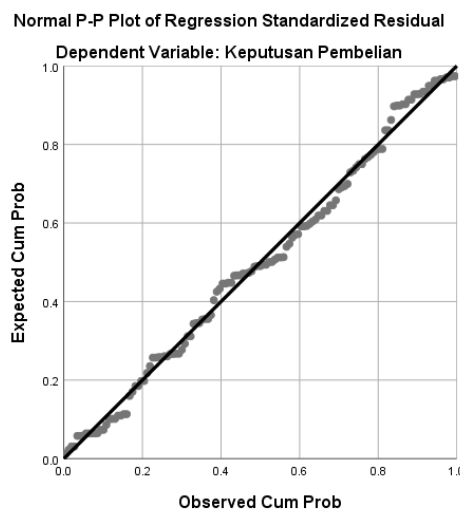
Menurut Ghozali (2020), salah satu cara termudah untuk menentukan normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram, yang membandingkan dua pengamatan dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun, hanya dengan melihat histogram

bisa menyesatkan, terutama untuk ukuran sampel kecil. Metode yang lebih dapat diandalkan adalah dengan melihat plot probabilitas normal, yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis diagonal lurus, dan plot data sisa akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data sisa normal, maka garis yang mewakili data aktual akan mengikuti garis diagonal.



Gambar 1 Grafik Histogram

Gambar 1 menunjukkan bahwa data didistribusikan di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Histogram menunjukkan pola distribusi normal. Oleh karena itu, model regresi dinilai memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2 Grafik Normal Probability Plot of Regression

Gambar 2 menunjukkan bahwa data (titik) tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Ini sejalan dengan hasil tes histogram, yang menunjukkan distribusi normal.

b. Analisis Statistik

Menurut Ghozali (2020), uji normalitas menggunakan grafik dapat menyesatkan jika tidak diperhatikan dengan cermat. Secara visual, mereka tampak normal, tetapi secara statistik, sebaliknya mungkin benar. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas sisa adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) non-parametrik.

Tabel 5
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	13,89649694
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,062
	Positive	0,051
	Negative	-0,062
Test Statistic		0,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji *One Kolmogorov Smirnov* dengan nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* adalah 0.200. Uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

Koefisiensa

Model		Statistik Kolinearitas	
		Toleransi	VIF
1	(Konstan)		
	kualitas layanan	0,953	1,049
	harga	0,953	1,049

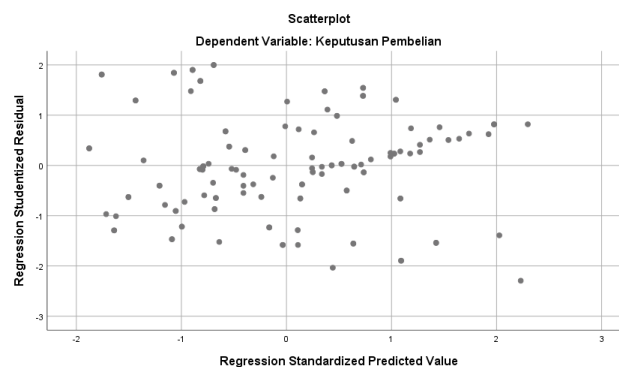
a. Variabel Dependen: Keputusan pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai TOLERANSI untuk variabel kualitas layanan dan harga adalah 0,953, dan nilai VIF untuk variabel kualitas layanan dan harga adalah 1,049 menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dengan variabel independen lainnya.

Tes Heteroscedastisitas

Berikut ini pengujian Heteroscedastisitas secara grafik dapat dilihat pada gambar dibawah ini sebagai berikut :



Gambar 3.3 Tes Heteroscedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik tersebut acak dan tidak membentuk pola yang jelas, dengan nilai terbesar baik di atas atau di bawah 0 pada sumbu Residual (Y) yang Dipelajari. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskadastisitas dalam model regresi, sehingga cocok untuk Keputusan pembelian berdasarkan kualitas layanan dan harga.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mencari pengaruh antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Hasil analisis perhitungan regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.463	4.142		5.423	.000
	Total Kualitas Layanan	.431	.097	.361	4.446	.000
	Total Harga	.161	.092	.143	1.758	.081

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Data Yang Diolah (SPSS 2020)

Berdasarkan hasil uji regresi tabel 1 tersebut, maka dibentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = 22,463 X_1 + 0,431 X_2 + 0,161 + e$$

Persamaan regresi tersebut diinterpretasikan sebagai berikut : hubungan variabel X (kualitas layanan) dan (harga) terhadap Y (keputusan pembelian) adalah Positif. Positif artinya bahwa peningkatan kualitas layanan dan harga di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan akan meningkatkan keputusan pembelian. Besaran peningkatan itu adalah 0,431 dan 0,161 satuan.

Pengujian Hipotesis
uji-t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2018), uji statistik-t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana variabel penjelasan/independen secara individual menjelaskan variasi variabel dependen. Kriteria untuk mengevaluasi hipotesis dalam uji-t ini adalah:

1. Jika uji-t ≤ tabel-t, maka H0 diterima dan Ha ditolak.
2. Jika uji-t ≥ tabel-t, maka H0 ditolak dan Ha diterima.

Tabel 8 uji-t (Uji Parsial)
Koefisiensa

Model		T	Sig.
1	(Konstan)	5,423	0,000
	kualitas layanan	4,446	0,000
	Harga	1,758	0,081

Variabel Dependen: Keputusan Pembelian
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X₁) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dengan nilai t yang dihitung sebesar 4,446, nilai tabel-t sebesar 1.978, dan tingkat signifikansi sebesar 0.000, jauh di bawah batas kritis 0,05. Hal ini menunjukkan pentingnya kualitas layanan dalam Keputusan Pembelian.

Variabel harga (X₂) menunjukkan nilai t yang dihitung sebesar 1,758 nilai tabel-t sebesar 1.978, dan tingkat signifikansi 0.081, jauh di atas batas kritis 0,05. Hal ini menunjukkan harga menunjukkan kecenderungan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Uji-F (Tes Simultan)

Tabel 9 Uji-F (Tes Simultan)

Model	F	Sig.
Regresi	13,772	0,000
Sisa		
Jumlah		

- a. *Variabel Dependens*: Keputusan Pembelian
 - b. *Prediktor*: (Konstan), kualitas layanan, harga
- Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026*

Berdasarkan hasil uji-F simultan dengan 135 responden dan menggunakan dua variabel independen: kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) pada variabel dependen Keputusan Pembelian, menghasilkan nilai tabel F 3,06 pada tingkat signifikansi 5%. Karena nilai F yang dihitung (13.772) lebih besar dari tabel F (3,06) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, keputusannya adalah menolak H_0 dan menerima H_1 . Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga secara bersamaan memiliki efek yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Koefisien Penentuan (R²)

Tabel 9. Uji Koefisien Penentuan (R²) Ringkasan Model

Model	R	R Square	Kotak R yang Disesuaikan	Std. Kesalahan Perkiraan
1	0,416	0,173	0,160	14,001

- a. *Prediktor*: (Konstan), kualitas layanan, harga
 - b. *Variabel Dependens*: Keputusan Pembelian
- Sumber: Pengolahan Data, 2026*

Nilai R yang diperoleh adalah 0,173, menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) pada Keputusan Pembelian (Y). Nilai R Square (R^2) sebesar 0,173 menunjukkan bahwa 17,3% variasi perubahan variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan bersama kualitas layanan, harga, sedangkan 82,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Hasil Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dengan nilai t yang dihitung sebesar 4,446, nilai tabel-t sebesar 1.978, dan tingkat signifikansi sebesar 0.000, jauh di bawah batas kritis 0,05. dengan demikian kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Variabel harga (X_2) menunjukkan nilai t yang dihitung sebesar 1,758, nilai tabel-t sebesar 1.978, dan tingkat signifikansi 0.081, jauh di atas batas kritis 0,05. Hal ini menunjukkan harga menunjukkan kecenderungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan jumlah responden sebanyak 135 orang dan menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y), diperoleh nilai F hitung sebesar 13.772 dengan tingkat sig 0,000, nilai df1 adalah 2 dan df2 adalah 132, sehingga diperoleh nilai Ftabel sebesar 3,06 pada taraf signifikansi 5%. maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_1 . Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik peneliti dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan. harga (X_2) menunjukkan kecenderungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan. Secara serempak dua variabel independen yaitu kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y), di Toko Amanah Grosir Perhiasan Medan.

REFERENSI

Adipramita, C. (2021). Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian . 80. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4, 80–90.

- Alfonsius, A., & Nicola, J. (2024). Cost And Non-Cost Factors: The Importance Of Repurchase Intention To Facing Competition In Indonesia Retail Industry. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 18(1), 25–37. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v18i1.1702>
- Alshurideh, M. T., Kurdi, B. Al, Alzoubi, A. A., Alshurideh, H., Sciences, A., Hashemite, T., & Directorate, P. S. (2022). Impact of service strategy and service quality on operations efficiency. *International Journal of Theory of Organization and Practice (IJTOP)*, 1(1), 155–173.
- Asmoro, T., Rodoni, R., & Meirinaldi, M. (2022). Factors Affecting Export Performance Indonesian Fashion Creative Industry. *Proceedings of the First Multidiscipline International Conference, MIC 2021, October 30 2021, Jakarta, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/jeai.30-10-2021.2315830>
- Bahri, S. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis, Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Andi.
- Baidowi. (2020). *Statistika untuk penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Bangkalan, T. M., & Sakinah, D. A. (2024). *Pembelian perhiasan pada toko emas maju jaya di pasar*. 315–319.
- Biyani, K. (2025). A comprehensive study on analysing consumer buying preferences with respect to silver jewellery. *International Journal of Management, Economics and Commerce*, 2(1), 73–79.
- Damanik, F. H. S. (2024). Kehidupan Multikultural di Kota Medan: Dinamika, Tantangan, dan Peluang. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1), 60–67. <https://doi.org/10.30743/mkd.v8i1.8503>
- Faustina, S., & Maryati, D. E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Grosir Manajemen , EKonomi , Akuntansi , Bisnis Digital dan Kewirausahaan (MEKANISDA). *Manajemen, EKonomi, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan (MEKANISDA)*, 1(1).
- Fikra, M., Erick, S., & Dodi, K. (2025). Advances in Business & Industrial Marketing Research Service Quality , Product Completeness and Price on Consumer Purchasing Decisions. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 3(3), 135–150.
- Gani, A., Nicolaas, A., & Oroh, H. (2021). *The Effect of Product Quality , Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store. 2021*, 116–128. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8803>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, F., Dewi, M., Halim, H., Gultom, D. S. P., Soejono, F., Manuhutu, C. U. Y., & Hismendi. (2025). *Metodologi Penelitian Ekonomi* (I. M. Nadeak (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Hisam, M. W., Sanyal, S., & Ahmad, M. (2020). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Study on Selected Retail Stores in India. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 851–856.
- Indrawati. (2020). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Kankam, G. (2023). Service quality and business performance: the mediating role of innovation. *Discover Analytics*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s44257-023-00006-7>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th (Ed.)). Pearson Education Limited.
- Laporan Tahunan Toko Amanah Medan*. (2024). 2024.
- Loo, P., Purba, R. D., & Afrizal. (2025). *Manajemen Ritel: Mengenal Manajemen Ritel pada Era Digital*. CV Dunia Penerbitan Buku.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson Education.
- Marlina, V. (2025). The Influence of Product Assortment , Price Perception , and ServiceAlia Marlina, Rina Ayu Vildayanti. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(06), 2010–2021. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i06>
- Mattos, A. L., Oyadomari, J. C. T., & Zatta, F. N. (2021). Pricing Research: State of the Art and Future Opportunities. *Sage Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211032168>
- Monroe, K. B. (2021). *Pricing: Making Profitable Decisions*. Routledge.
- Muhammad, S., & Nursamsi, N. (2023). Retailers' perception of medan city main market relocation. *Jurnal Mahasiswa Agribisnis*, 2(1), 18–24. <https://doi.org/10.29103/jma.v2i1.12274>
- Nasution, L. E., Mentari, P., & Vanessa, V. (2025). Pengaruh green product dan pengetahuan

- konsumen terhadap keputusan pembelian Hanasui Bodycare di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Penkomi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(2), 76–83. <https://doi.org/10.33627/pk.v8i2.3315>
- Oliveras-Villanueva, M., Llach, J., & Perramon, J. (2020). Service quality in hospitality and the sustainability effect: Systematic literature review and future research agenda. *Sustainability*, 12(19), 8152. <https://doi.org/10.3390/su12198152>
- Pasaribu, M. O., & Rezeki, S. (2025). Pengaruh Harga dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pengunjung Ratu Thrifting di Kota Medan. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 1572–1580. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Purba, J. T. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Mitra Wacana Media.
- Rahman, A., Sari, N. M. W., Fitriani, Sugiarto, M., Sattar, Abidin, Z., Irwanto, Nugroho, A. P., Indriana, Ladjin, N., Haryanto, E., Amane, A. P. O., Ahmadin, & Alaslan, A. (2022). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Widina Bhakti Persada.
- Ramya. (2024). A Review On Consumer Inclination Towards Imitation Jewellery. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 17–24. <https://doi.org/10.36713/epra15706>
- Rashid, A. (2023). *Impact of Retail Service Quality on Customer Reactions: The Mediating Effect of Retailer Personality*. February, 43–68.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sari, D. C. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Persepsi Masyarakat Muslim terhadap Minat Beli Perhiasan di Toko Kuda Silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan*. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2020). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education. <https://books.google.com/books?id=8cXzDwAAQBAJ>
- Siu, N. Y. M., & Cheung, J. T. (2021). A measure of retail service quality. *Marketing Intelligence & Planning*, 88–96.
- Soni, P., Chauhan, R., Patel, M., Patel, H., & Kalariya, K. (2024). Unveiling Consumer Preferences: Exploring Factors Influencing Purchase Decisions in the Jewellery Market. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 1(4), 1–11.
- Su, P. (2024). Analyse the Connection between Jewelry Design and Consumers. *Jurnal of Education, Humanities and Social Sciences*, 30, 111–116.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, Sudarmin, & Salmia. (2023). Development of quality instruments and data collection techniques. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar*, 6(1). <https://doi.org/10.55215/jppguseda.v6i1.7527>
- Susanti, D. N., Djunaedi, & Sudjiono. (2025). Customer loyalty: the role of price and. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(2), 546–558.
- Sutejo, & Afdhalina. (2021). *Analisis regresi linier berganda dalam penelitian sosial ekonomi*. Deepublish.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. BP FE UGM.
- Syamsuddin, N., Dewantara, R., Pramana, I. B. B. S. A., Maryati, D. E., Sitanggang, M. S. H., Sinaga, H. D. E., Maldin, S. A., Dahliani, L., Fatmawati, & Sebayang, Y. B. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Sanabil.
- Tirtayasa, S., Ramadhani, F., & Utara, M. S. (2023). The effect of price , product quality and hedonism lifestyle on diamond shops purchasing decisions mediated by perceived value at diamond shops in medan city. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 520–531.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Vale, V. T. (2025). *Service quality and store design in retail competitiveness*. 50(13), 184–199. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-01-2022-0005>
- Wahyuni, Vebri Sugiharto, & Mufti Fahrizal. (2024). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan di Toko Emas Amir Syah Kecamatan Panyabungan. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak*, 1(3), 156–170. <https://doi.org/10.61132/jbep.v1i3.505>
- Yasmita, H., Nasution, J., & Dharma, B. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi Pada Toko Rara Aksesoris. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 20(1), 17–26. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v20i1.2988>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th (Ed.)). McGraw-Hill Education.