

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI PONDOK MAKAN RABEL 55
KOTA PRABUMULIH**

SKRIPSI



**ASTI AMALIA
2022110052**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI PONDOK MAKAN RABEL 55
KOTA PRABUMULIH**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Prabumulih



ASTI AMALIA

2022110052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI PONDOK MAKAN RABEL 55
KOTA PRABUMULIH**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Prabumulih**

Oleh:

**ASTI AMALIA
2022110012**

Prabumulih, 23 Juni 2026

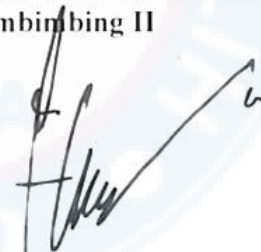
Pembimbing I

Pembimbing II



Yudi Tusri, S.E., M.Si.

NUPTK. 2146750651130173



H. Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I

NUPTK. 835275768130193

Ketira Program Studi Manajemen



H. Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I

NUPTK. 835275768130193

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir berupa Skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Hargaterhadap Keputusan Pembeliandi Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih**” telah Dipertahankan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.

Prabumulih, 23 Juni 2026

Tim Penguji Sidang Laporan Tugas Akhir

Ketua :

1. Yudi Tusri, S.E., M.Si.
NUPTK. 2146750651130173

()

Anggota :

2. H. Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I
NUPTK. 835275768130193

()

3. Sebri Hesinto, S.E., M.Si.
NUPTK. 2235765666130263

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi & bisnis



Dr. Hj. Lesliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

**Ketua Program Studi
Manajemen**



H. Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I
NUPTK. 835275768130193

PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Asti Amalia

NIM : 2022110052

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, tugas akhir ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya orang lain, apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tugas akhir ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas perbuatan tersebut.



Prabumulih, 23 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Asti Amalia

NIM. 2022110052

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah Adalah benar”
(Qs. Ar-Ruum:60)

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit, jadi jangan mudah menyerah”
(Joko Widodo)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses, Nikmati saja Lelah-lelah itu, lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar, Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa Kau ceritakan”
(Boy Chandra)

“Segala sesuatu yang telah dimulai, Maka harus diakhiri, Tetaplah berjalan meski pelan dan nikmati prosesnya”
(Auliya Larasati)

Kupersembahkan kepada :

1. Allah SWT, atas segala rahmat, kasih sayang, pertolongan, serta kemudahan yang senantiasa diberikan. Tidak ada langkah yang mampu kulewati tanpa kehendak-Mu, dan tidak ada keberhasilan yang dapat kuraih tanpa ridha-Mu. Segala puji dan syukur hanya untuk-Mu.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Sudarmo dan Ibu Yulisa, terima kasih atas cinta yang tidak pernah meminta balasan, doa yang tak pernah putus, serta setiap pengorbanan yang telah diberikan. Kalian adalah alasan terbesarku untuk terus berjuang. Semoga skripsi ini menjadi langkah awal untuk membahagiakan dan membanggakan kalian.
3. Kakakku tersayang, Dika Irawan, serta kedua adikku tercinta, Agam Rahmat dan Egi Saputra, terima kasih atas kasih sayang, doa, perhatian, serta semangat yang selalu kalian berikan. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa aku tidak pernah berjuang sendirian.

4. Diriku sendiri (Asti Amalia), terima kasih karena telah memilih untuk tetap bertahan ketika keadaan terasa berat, tetap melangkah ketika jalan terasa panjang, dan tetap percaya bahwa setiap usaha akan menemukan hasilnya. Skripsi ini menjadi bukti bahwa perjuangan yang dijalani dengan kesabaran tidak akan pernah sia-sia.
5. Dosen Pembimbing I, Bapak Yudi, dan Dosen Pembimbing II, Bapak Zakaria, terima kasih atas ilmu, waktu, kesabaran, arahan, serta bimbingan yang diberikan dengan penuh ketulusan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, motivasi, serta nilai-nilai kehidupan yang sangat berarti selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pihak Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih, yang telah memberikan kesempatan, bantuan, dan kerja sama selama proses penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Sahabat dan teman-teman seperjuangan Angkatan 2022, terima kasih telah hadir menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, canda tawa, dan semangat yang menjadikan setiap proses terasa lebih bermakna dan penuh kenangan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, bantuan, dukungan, maupun kebaikan dalam bentuk apa pun. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat dari Allah SWT.
10. Almamater tercinta, Universitas Prabumulih, tempat di mana mimpi mulai dibangun, ilmu dipelajari, pengalaman diperoleh, dan masa depan mulai dipersiapkan. Semoga nama baik almamater selalu terjaga, dan semoga ilmu yang telah diperoleh dapat menjadi manfaat bagi masyarakat.

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih

Asti Amalia, 2022110052, 2026

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih, dengan sampel sebanyak 67 responden yang ditentukan menggunakan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung = 2,826 > t tabel = 1,669 dan sig = 0,006 < 0,10), serta harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung = 3,795 > t tabel = 1,669 dan sig = 0,000 < 0,10). Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (F hitung = 25,280 > F tabel = 2,39 dan sig = 0,000 < 0,10). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,424 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan kontribusi sebesar 42,4% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 57,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Pondok Makan Rabel 55 Prabumulih City

Asti Amalia, 2022110052, 2026

This study was conducted on consumers of Pondok Makan Rabel 55 Prabumulih City with the aim of determining the influence of service quality and price on purchasing decisions, both partially and simultaneously. The research method used was a quantitative method with a causal associative research design. The population in this study consisted of all consumers of Pondok Makan Rabel 55 Prabumulih City, with a sample of 67 respondents selected using the accidental sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2) with the assistance of SPSS. The results showed that partially, service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions ($t\text{-value} = 2.826 > t\text{-table} = 1.669$ and $\text{sig} = 0.006 < 0.10$), and price also had a positive and significant effect on purchasing decisions ($t\text{-value} = 3.795 > t\text{-table} = 1.669$ and $\text{sig} = 0.000 < 0.10$). Simultaneously, service quality and price had a positive and significant effect on purchasing decisions ($F\text{-value} = 25.280 > F\text{-table} = 2.39$ and $\text{sig} = 0.000 < 0.10$). The Adjusted R Square value of 0.424 indicates that service quality and price contribute 42.4% to purchasing decisions, while the remaining 57.6% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Service Quality, Price, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di pondok Makan Rabel Kota Prabumulih". Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prabumulih. Namun, proposal ini diharapkan tidak hanya menjadi syarat akademik, tetapi juga memberikan manfaat bagi penulis juga pembaca. Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis banyak menerima bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yuniar Pratiwi, S.Si., M.Si. selaku Rektor Universitas Prabumulih.
2. Ibu Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.
3. Bapak Amandin, S.Pt., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Prabumulih.
4. Bapak Yudi Tusri, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi masukan selama penyusunan proposal ini.
5. Bapak Zakaria Harahap, S.E.I., M.Hi. selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberi masukan dalam proses penulisan proposal ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan dan mengantarkan penulis hingga bisa menyelesaikan proposal ini.
7. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pondok makan Rabel kota Prabumulih yang telah memberikan izin, dukungan, serta bantuan selama proses penelitian berlangsung. Kesediaan pihak pondok makan Rabel kota prabumulih dalam memberikan informasi, waktu, dan kerja sama yang baik sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan lancar.

8. Kedua orang tua, saudara, keluarga besar, serta sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulis memohon maaf dan menyadari apabila terdapat kekurangan pada proposal ini, untuk itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan penulisan proposal di masa mendatang.

Prabumulih, 23 Juni 2026

Penulis



Asti Amalia

NIM.2022110052



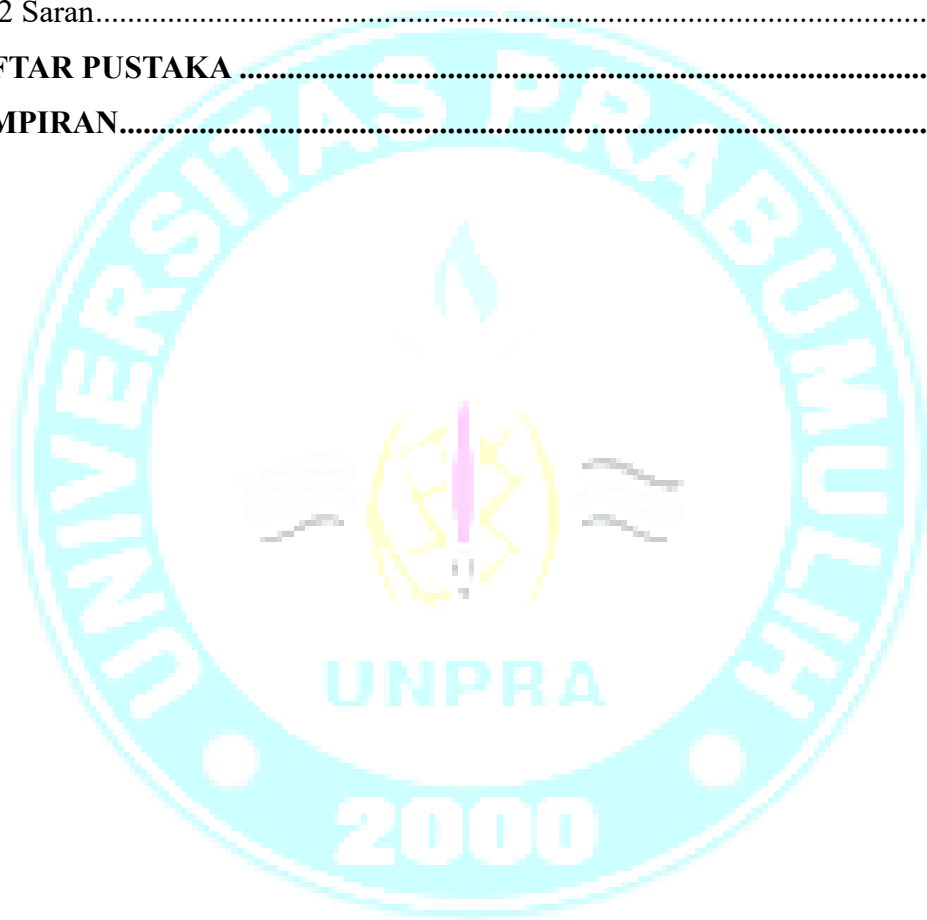
DAFTAS ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAS ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Kualitas Pelayanan	6
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	6
2.1.2 Pentingnya Kualitas Pelayanan	7
2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan	7
2.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan	8
2.1.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian.....	9
2.2 Harga	10
2.2.1 Pengertian Harga	10
2.2.2 Manfaat Harga.....	11
2.2.3 Karakteristik Harga	12
2.2.4 Indikator Harga	13
2.2.5 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	14

	Halaman
2.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian	15
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.5 Kerangka Pemikiran.....	19
2.6 Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	21
3.1.2 Waktu Penelitian	21
3.1.3 Objek Penelitian.....	21
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	21
3.2.1 Metode Penelitian.....	21
3.2.2 Desain Penelitian.....	22
3.2.3 Pendekatan Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1 Jenis Data	24
3.4.2 Sumber Data.....	25
3.5 Konseptual Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	26
3.5.1 Variabel Penelitian	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Pengolahan Data Pengolahan data	29
3.8 Uji Instrumen	30
3.8.1 Uji Validitas.....	30
3.8.2 Uji Reliabilitas	31
3.9 Teknik Analisis Data	31

	Halaman
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	32
3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.9.3 Analisis Koefisien Korelasi (r).....	33
3.10 Uji Hipotesis	34
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	34
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	34
3.10.3 Uji koefisien determinasi (R ²).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Sejarah Singkat Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih	36
4.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden	37
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin	37
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	39
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden	40
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X1)	40
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X2)	42
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	43
4.4 Hasil Analisis Uji Instrumen	44
4.4.1 Uji Validitas.....	44
4.4.2 Uji Reliabilitas	46
4.5 Pengujian Asumsi Klasik.....	48
4.5.1 Uji Normalitas	48
4.5.2 Uji Multikolinearitas	50
4.5.3 Uji Heteroskedasitas.....	51
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.7 Hasil Uji Hipotesis	53
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	53
4.7.2 Uji F.....	54
4.8 Koefisien Determinasi (R ²).....	55
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56

	Halaman
4.9.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian	56
4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.9.3 Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Oprsional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	39
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X1).....	41
Tabel 4.5 Tanggapan Respoden Mengenai Harga (X2)	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (XI).....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga (X2).....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (XI)	46
Tabel 4.11 Hasil uji Reabilitas Harga (X2).....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.13 Uji Normalitas	48
Tabel 4 14 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi	52
Tabel 4.16 Hasil Uji t	53
Tabel 4.17 Hasil Uji f.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefesien Determinasi	56

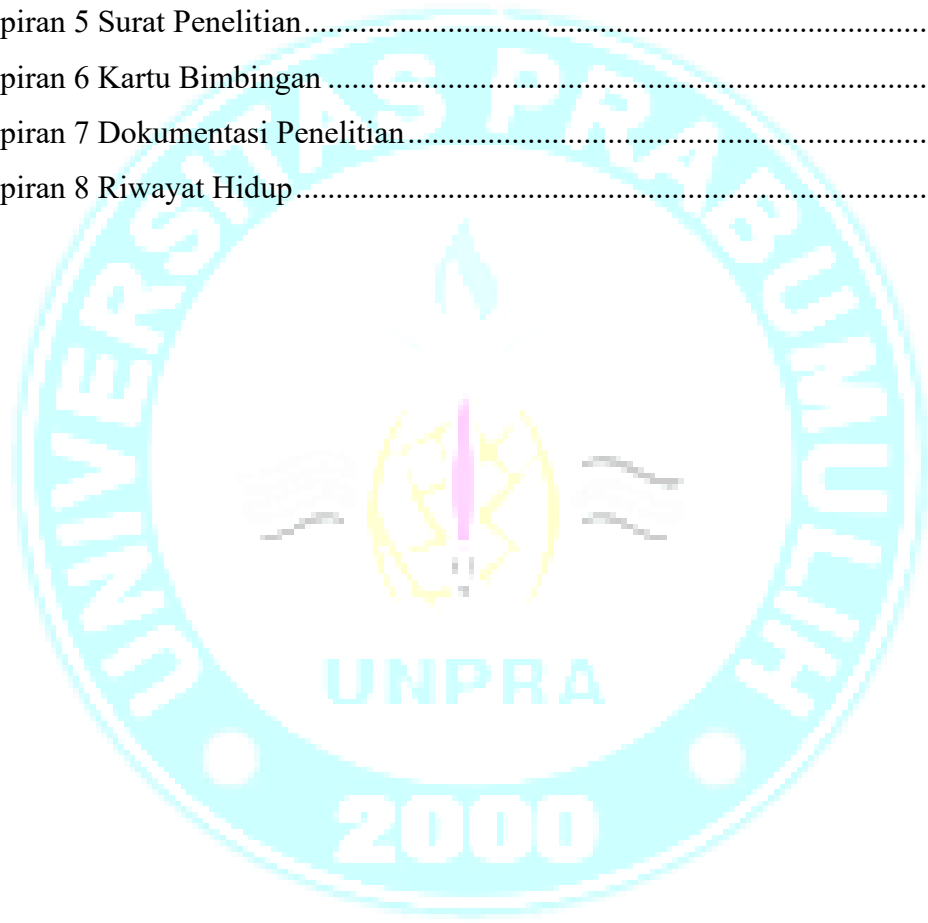
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Norma IP-Plot	49
Gambar 4.2 Uji Heteroskedasitas (scatterplot).....	51



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	64
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner	67
Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS 26.....	72
Lampiran 4 Tabulasi Distribusi Statistik.....	75
Lampiran 5 Surat Penelitian.....	78
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	79
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	84
Lampiran 8 Riwayat Hidup.....	85



DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Kepanjangan
Rabel	:Rambang Belide
TQM	:(Total Quality Manajemen)
SPSS	: <i>Statistical package for social sciences</i>



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk persepsi konsumen terhadap suatu tempat makan. pelayanan yang baik mencakup keramahan karyawan, kecepatan penyajian kebersihan lingkungan dan kenyamanan fasilitas jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen cenderung mencari alternatif tempat makan lain hal ini selaras dengan temuan (Wulandari & Rahman, 2020) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena berhubungan langsung dengan pengalaman konsumen.

Selain itu meningkatnya kesadaran konsumen terhadap standar layanan membuat pelaku usaha perlu menjaga konsistensi pelayanan konsumen masa kini tidak hanya menilai produk makanan saja tetapi juga memperhatikan bagaimana pelayanan diberikan secara keseluruhan ketidak konsistenan pelayanan dapat menurunkan Tingkat kepuasan sehingga berdampak pada menurunnya Keputusan pembelian (Kurniawan, 2021).

Selain pelayanan strategi harga yang diterapkan pondok makan rabel juga harus disesuaikan dengan kondisi pasar dan kebutuhan konsumen. harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat konsumen sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menurunkan persepsi kualitas dan mengurangi margin keuntungan. oleh karena itu penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara kepuasan konsumen dan keuntungan usaha.

Harga juga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memutuskan pembelian. Harga bukan hanya angka tetapi mencerminkan nilai dan manfaat yang diterima konsumen jika harga dianggap terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas yang diperoleh konsumen akan memilih alternatif yang lebih menguntungkan. (Putra & Hidayat, 2020) menyatakan bahwa harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai konsumen dapat meningkatkan Keputusan pembelian secara signifikan konsumen umumnya melakukan perbandingan harga antar tempat makan sebelum membeli dalam kondisi pasar

yang kompetitif strategi penetapan harga menjadi sangat krusial.(Sari & Nugroho) menegaskan bahwa harga yang tepat dapat menciptakan persepsi positif dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dengan kata lain harga yang sesuai dan pelayanan yang baik merupakan kombinasi penting bagi pelaku usaha agar dapat bertahan dalam persaingan.

**DAFTAR HARGA MENU MAKANAN DI PONDOK MAKAN
RABELKOTA PRABUMULIH**

MENU MAKANAN	HARGA (RP)
Ikan lele goreng/bakar	15.000
Ikan nila goreng/bakar	25.000
Ayam goreng/bakar	20.000
Bebek goreng/bakar	40.000
Pindang tulang	40.000
Pindang toman	45.000
Pindang baung	35.000
Pindang patin	25.000
Pindang salai	35.000
Pindang telur gabus	35.000
Cumi goreng tepung	30.000
Udang goreng tepung	30.000
Cumi saos tiram	30.000
Udang saos tiram	30.000
Soto ayam/babat	20.000

Keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari proses evaluasi konsumen setelah mempertimbangkan berbagai faktor seperti kualitas pelayanan harga dalam industri kuliner keputusan pembelian seringkali ditentukan oleh pengalaman langsung pelanggan ketika melakukan kunjungan faktor pelayanan dan harga terbukti menjadi penentu dominan menyatakan bahwa kedua variabel tersebut dapat memengaruhi minat beli kepuasan dan keputusan pembelian. bagi pondok makan rabel yang melayani berbagai segmen pelanggan faktor faktor tersebut sangat

penting sebagai dasar pengambilan Keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang kompetitif.

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat dari Rumah makan kampung cemara, Rumah makan Lombok ijo pondok ayam bakar atau rumah makan lainnya pentingnya kualitas pelayanan dan serta harga dalam memengaruhi Keputusan pembelian penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan di pondok makan rabel dengan mengetahui seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut terhadap Keputusan pembelian pemilik usaha dapat menentukan strategi pemasaran serta peningkatan layanan yang lebih efektif selain itu penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur pemasaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan rabel

Fenomena yang muncul menunjukan bahwa Sebagian konsumen mulai membandingkan kualitas pelayanan pondok makan rabel dengan rumah makan lain misalnya dari segi kecepatan penyajian keramahan pegawai dan kebersihan lingkungan beberapa konsumen juga menilai bahwa harga yang ditawarkan harus sebanding dengan kualitas rasa dan ukuran porsi makanan. apabila terdapat ketidak sesuaian antara harapan konsumen dan realitas yang diberikan hal ini menunjukan adanya potensi gap antara harapan dan persepsi konsumen. kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk persepsi konsumen terhadap suatu tempat makan pelayanan yang baik mencakup keramahan karyawan kecepatan penyajian kebersihan lingkungan dan kenyamanan fasilitas jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen cenderung mencari alternatif tempat makan lain. Hal ini selaras dengan temuan (Wulandari & Rahman, 2020) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian karena berhubungan langsung dengan pengalaman konsumen.

Pondok makan rabel yang didirikan oleh “Anggi irtika Fitri Meylani” Lokasi berada di Jalan Jendral Sudirman, prabumulih ,Kec.Prabumulih Timur barisan Bank BCA, dengan menyajikan menu andalanya yaitu pindang.selain itu pondok makan ini juga menyediakan berbagai macam menu lainnya seperti, ayam bakar, bebek

bakar, aneka makanan seafood dan masih banyak lagi menu lainnya.pondok makan Rabel memiliki 24 Karyawan yang terdiri dari 9 cewek dan 15 laki-laki.

Bagi pondok makan rabel untuk memastikan bahwa pelayanan yang diberikan tetap prima serta harga yang ditawarkan dapat diterima oleh berbagai kalangan.berdasarkan fenomena tersebut terdapat dugaan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki peranan yang cukup signifikan dalam mendorong Keputusan pembelian.

Meskipun pondok makan rabel telah berupaya memberikan pelayanan yang baik dan menetapkan harga yang kompetitif demikian penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kedua faktor tersebut di pondok makan Rabel masih terbatas.oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan rabel,sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan strategi harga yang lebih efektif.

Dari latar belakang di atas maka saya tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan Rabel kota prabumulih.**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih?
2. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih?

1.3 Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel yaitu kualitas pelayanan harga dan Keputusan pembelian variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga variabel dependen yang diteliti adalah Keputusan pembelian objek penelitian

adalah konsumen pondok makan rabel. data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuisioner dan observasi langsung. dan hasil penelitian ini pada Lokasi prabumulih kecamatan prabumulih timur Sumatera selatan serta periode penelitian berlangsung.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap Keputusan di pondok makan Rabel
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap Keputusan pembelian di pondok makan Rabel
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap Keputusan pembelian di pondok makan Rabel

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak yang Berkepentingan, khususnya:

1. Manfaat Akademisi
 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan khususnya dalam bidang pemasaran terkait persepsi harga kualitas pelayanan dan Keputusan pembelian hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tema serupa, serta memperluas pemahaman tentang pemasaran
2. Manfaat Praktisi
 - 1) Bagi pondok makan rabel
 Menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan konsumen
 - 2) Bagi konsumen
 Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya pelayanan dan harga dalam menentukan Keputusan pembelian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep sentral dalam pemasaran jasa karena berkaitan langsung dengan persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan yang diterima. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk persepsi konsumen terhadap suatu tempat makan. Pelayanan yang baik mencakup keramahan karyawan, kecepatan penyajian, kebersihan lingkungan, dan kenyamanan fasilitas. Jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen cenderung mencari alternatif tempat makan lain, hal ini selaras dengan temuan (Wulandari & Rahman, 2020) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian karena berhubungan langsung dengan pengalaman konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan Perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan Perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh Perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki Perusahaan. Dalam perspektif TQM (Total Quality Manajemen), kualitas dipandang secara luas. Dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan Perusahaan dalam memberikan layanan terbaik secara konsisten, baik dari segi fasilitas fisik, keandalan proses,

sikap karyawan, maupun perhatian terhadap kebutuhan pelanggan merasa puas dan bersedia melakukan pembelian.

2.1.2 Pentingnya Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi aspek kunci dalam keberhasilan bisnis jasa karena:

1. Menentukan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Semakin baik layanan, semakin tinggi Tingkat kepuasan pelanggan.
2. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, pelanggan yang puas cenderung Kembali menggunakan layanan dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain.
3. Menciptakan keunggulan bersaing, Di Tengah persaingan bisnis yang ketat, kualitas pelayanan menjadi pembeda utama antara satu Perusahaan dengan Perusahaan lainnya.
4. Mengurangi keluhan dan komplain, Pelayanan yang baik meminimalkan terjadinya kesalahan pemahaman, keterlambatan, dan ketidaksesuaian yang dapat menyebabkan komplain.
5. Meningkatkan citra dan Reputasi, Perusahaan dengan kualitas pelayanan yang baik akan memiliki citra positif di mata Masyarakat.

2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono & Chandra (2020) memiliki beberapa karakteristik kunci yang menjadi dasar penilaian pelanggan terhadap layanan yang diberikan, antara lain:

1. Interaksi antara penyediaan layanan dan pelanggan, Dimana kualitas komunikasi berdampak langsung pada persepsi layanan.
2. Non fisik atau intangible, artinya kualitas pelayanan tidak selalu dapat diukur secara fisik, melainkan melalui pengalaman pelanggan.
3. Variabilitas dan tidak seragam, karena tergantung pada individu yang memberikan layanan dan situasi pelayanan itu sendiri.
4. Tidak tahan lama (*perishable*), artinya layanan tidak dapat disimpan atau disimpan Kembali setelah diberikan.

5. Proseses evaluasi oleh pelanggan, pelanggan menilai layanan berdasarkan apakah layanan tersebut memenuhi harapannya atau tidak.

2.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Riduan dan Maddox, (2020:275).

Antara lain terdiri dari:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti Fisik (*Tangible*), yakni penilaian mencakup kondisi fisik. Peralatan serta penampilan pekerja dalam memberikan untuk pelayanan. Indikator variabel ini adalah: Penampilan karyawan

- a. Peralatan yang digunakan dan penyajian secara fisik ruang makan, interior dan tempat parkir
- b. Memiliki peralatan modern (*system online*)
- c. Fasilitas fisik seperti ruang makan, interior, tempat parkir dan peralatan
- d. Karyawan berpenampilan bersih dan rapi

2. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu suatu dimensi dari kualitas layanan yang mengandung makna dapat dipercaya (*realible*), terdiri dari kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan tepercaya. Adapun dimensi *Reliability* diukur sebagai berikut:

- a. Keakuratan atau ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan
- b. Kesesuaian memberikan pelayanan dengan yakin
- c. Menyimpan data pelanggan dengan baik

3. Ketanggapan (*Responsiveness*),

Yaitu suatu dimensi kualitas layanan yang mengandung arti cepat tanggap dan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat

Adapun dimensi *Responsiveness* diukur sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan dengan cepat.
- b. Ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan.
- c. Tanggap membantu pelanggan.
- d. Tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan.

4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*),

Yaitu suatu dimensi kualitas layanan yang mengandung arti pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan rasa nyaman. Adapun dimensi *Assurance* di ukur sebagai berikut:

- a. Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi.
- b. Kemampuan karyawan dalam memberi kepercayaan kepada pelanggan.
- c. Karyawan selalu membantu pelanggan.
- d. Karyawan yang sopan
- e. Karyawan mendapat dukungan untuk melakukan pekerjaan dengan baik

5. Empati (*Empathy*)

Yaitu suatu dimensi dari kualitas layanan yang memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada para pelanggan dengan Upaya memahami keinginan pelanggan. Adapun dimensi *Empathy* di ukur sebagai berikut:

- a. Memberikan perhatian individual dan perhatian personal.
- b. Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan.
- c. Kemampuan karyawan memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian
- d. Jam operasional sesuai
- e. Karyawan mengetahui kepentingan pelanggannya.

2.1.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian

Dalam banyak penelitian, kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian, terutama pada bisnis makanan, restoran, dan ritel.

1. Pelayanan yang baik mempengaruhi minat pelanggan untuk mencoba.
2. Kepuasan dari pelayanan membuat pelanggan memutuskan Kembali membeli.
3. Pelanggan yang merasa dihargai akan memiliki preferensi positif terhadap tempat tersebut dibandingkan pesaing.

2.2 Harga

2.2.1 Pengertian Harga

Berdasarkan sudut pandang pemasaran, harga adalah satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tjiptono *et al.*, (2020:151) harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi Perusahaan. Harga juga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memutuskan pembelian. Harga bukan hanya angka tetapi mencerminkan nilai dan manfaat yang diterima konsumen jika harga dianggap terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas yang diperoleh konsumen akan memilih alternatif yang lebih menguntungkan.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak Perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil Keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Penentuan harga, bertujuan menarik minat konsumen menikmati makanan dan minuman dengan harga terjangkau tanpa mengurangi cita rasa. Penerapan ini diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan dapat mencapai kepuasan yang diinginkan.

Menurut Tjiptono *et al.* (2020:152) penetapan harga pada dasarnya terdapat empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu:

1. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba. Dalam era persaingan global, maksimalisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada Tingkat harga tertentu.

2. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Harga ditetapkan sedemikian rupa agar mencapai target penjualan. Tujuan ini banyak diterapkan oleh Perusahaan penerbangan, Lembaga Pendidikan, pengusaha bioskop, dan pemilik bisnis pertunjukkan lainnya.

3. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra eksklusif dan berkelas. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu, misal dengan memberikan jaminan harga terendah di suatu wilayah tertentu.

4. Tujuan Stabilitas Harga

Pasar dengan konsumen yang sangat sensitive terhadap harga, akan menciptakan persaingan harga yang ketat dan cenderung tidak stabil. Harga adalah nilai sesuatu barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki dan atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Indikator pengukur kepuasan konsumen menurut Wijaya *et al.*, (2020) adalah sebagai berikut :

1. Harga makanan sesuai dengan kualitas yang ada
2. Harga yang cukup terjangkau
3. Harga yang ditawarkan setimpal dengan apa yang dapat

2.2.2 Manfaat Harga

Menurut Fitriani (2021), harga dapat menjadi alat strategi pemasaran yang penting karena dapat menciptakan nilai persepsi bagi konsumen serta membantu Perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran dan laba , harga bukan hanya sekedar untuk mencapai target penjualan dan keuntungan, tetapi juga bisa mencerminkan posisi produksi pasar.

Manfaat harga memiliki berbagai fungsi penting baik bagi konsumen, produsen, maupun pasar secara keseluruhan yaitu:

1. Sebagai penentuan Keputusan pembelian konsumen

Harga merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam Keputusan pembelian. Ketika harga suatu produk sesuai dengan anggaran atau persepsi nilai konsumen, konsumen cenderung lebih memilih produk tersebut.

2. Sebagai alat bersaing dalam pasar

Dalam persaingan pasar, harga adalah alat yang efektif untuk bersaing. Perusahaan dapat menurunkan harga untuk menarik lebih banyak konsumen dan mengungguli pesaing.

3. Sebagai indikator nilai produk

Harga sering dianggap mencerminkan nilai produk di mata konsumen. Produk dengan harga tinggi biasanya diartikan sebagai produk dengan kualitas tinggi atau merek premium. Sebaliknya, harga rendah sering dianggap sebagai indikator produk dengan kualitas standar atau rendah.

4. Sebagai penentu pendapat dan laba

Harga merupakan faktor utama dalam menentukan pendapatan dan laba Perusahaan. Ketika harga produk ditetapkan dengan benar, Perusahaan dapat memastikan margin keuntungan yang sehat.

5. Sebagai pengaturan permintaan dan penawaran

Harga juga berfungsi sebagai pengaturan keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Ketika harga tinggi, permintaan cenderung turun, sehingga pasokan dapat menyesuaikan, sebaliknya jika harga rendah permintaan meningkat, dan Perusahaan dapat meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar.

6. Sebagai Alat pengelompokan pasar

Harga dapat digunakan untuk mengelompokkan pasar berdasarkan kemampuan atau persepsi konsumen, misalnya, produk yang lebih mahal mungkin ditargetkan pada konsumen dengan daya beli tinggi, sementara produk dengan harga terjangkau untuk konsumen dengan daya beli rendah, sementara produk dengan harga terjangkau untuk konsumen dengan daya beli lebih rendah.

2.2.3 Karakteristik Harga

Menurut Hartati & Sari (2020). Harga merupakan salah satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan langsung, bersifat fleksibel, dan menjadi indikator kualitas produk di mata konsumen, harga memiliki beberapa karakteristik utama yaitu:

1. Harga adalah satu satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi Perusahaan, sementara elemen lain seperti promosi dan distribusi membutuhkan pengeluaran.
2. Harga dalah elemen yang sangat flesksibel, artinya Perusahaan dapat cepat mengubahnya sebagai respons terhadap perubahan pasar,persaingan, atau permintaan
3. Harga juga seringkali menjadi indikator bagi konsumen untuk menilai kualitas produk atau layanan. Harga yang lebih tinggi seringkali diasosiasikan dengan kualitas yang lebih baik. Selain itu, harga dapat memengaruhi posisi produk dipasar dan mengarahkan konsumen pasa segmen tertentu.

2.2.4 Indikator Harga

Dalam variabel harga terdapat indikator. Menurut (Septyadi,2022) ada empat mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
Keterjangkauan harga mengacu pada sejauh mana konsumen mampu membeli suatu produk atau jasa dengan pendapatan yang mereka miliki. Produk dikatakan terjangkau jika harga tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan penghasilan target pasar.
2. Kesesuain harga dengan kualitas produk
Kesesuain harga dengan kualitas merujuk pada sejauh mana konsumen merasa bahwa kualitas produk sebanding dengan harga yang dibayarkan. Konsumen bersedia membayar lebih jika merasa kualitas produk tinggi.
3. Daya saing harga
Daya saing harga merujukan pada sejauh mana harga suat produk mampu bersaing dengan harga produk sejenis di pasar harga harus dibandingkan dengan produk serupa dari pesaing.
4. Kesesuaian Harga dengan manfaat
Menilai apakah manfaat atau nilai yang diterima dari produk sesuai dengan jumlah uang yang dibayarkan

2.2.5 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Menurut Sari dan Yuniati (2021), menemukan bahwa harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai harga dengan harapan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas serta dipersepsikan adil oleh konsumen akan meningkatkan kemungkinan terjadinya Keputusan pembelian. Oleh karena itu Perusahaan atau pelaku usaha perlu menetapkan strategi harga yang tepat agar mampu menarik minat beli dan mempertahankan konsumen.

2.3 Keputusan Pembelian

2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan Keputusan yang dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan evaluasi, pencarian informasi atas produk / jasa, Dimana proses evaluasi berkaitan langsung dengan Upaya untuk mendapatkan sebuah produk / jasa, mengkonsumsi produk/jasa tersebut . (Khuong & duyen, 2020) Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternative perilaku yang sesuai dari dua alternative perilaku atau lebih dan dianggap sebagai Tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan Keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari proses evaluasi konsumen setelah mempertimbangkan berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, harga dalam industri kuliner. Keputusan pembelian seringkali ditentukan oleh pengalaman langsung pelanggan Ketika melakukan kunjungan faktor pelayanan dan harga terbukti menjadi penentu dominan menyatakan bahwa kedua variabel tersebut dapat mempengaruhi minat beli kepuasan dan Keputusan pembelian. Bagi pondok makan rabel yang melayani berbagai segmen pelanggan faktor-faktor tersebut sangat penting sebagai dasar pembelian Keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang kompetitif

2.3.2 Proses Keputusan Pembelian

Proses Keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilalui konsumen sebelum dan sesudah melakukan pembelian. Tahapan yang harus dilalui dalam proses pengambilan Keputusan pembelian (Warsito & Solokhin, 2022):

1. Pengenalan kebutuhan, diawali dengan konsumen mengenali kebutuhan yang harus dipenuhi dan mereka akan mencari Solusi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
2. Pencarian informasi, setelah konsumen mengenali masalah atau kebutuhannya, maka konsumen akan mencari informasi mengenai produk yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut
3. Evaluasi alternatif, setelah mencari informasi konsumen akan mencari alternative produk yang paling sesuai dengan kebutuhan konsumen.
4. Keputusan Pembelian, tahap terakhir yaitu konsumen akan memutuskan untuk membeli dengan berbagai pertimbangan dan tahapan yang telah dilalui.

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler & Keller, 2020) faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen:

1. Faktor Budaya, yang mencakup budaya, subbudaya dan kelas social.
2. Faktor Sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial.
3. Faktor Pribadi, meliputi usia, pekerjaan, pendapatan dan gaya hidup.
4. Faktor Psikologis, yang mencakup motivasi persepsi pembelajaran serta sikap konsumen.

2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator Keputusan pembelian digunakan untuk mengukur Tingkat Keputusan pembelian konsumen dalam penelitian. Indikator Keputusan pembelian:

1. Kemantapan konsumen dalam melakukan pembelian
2. Kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen
3. Preferensi konsumen terhadap produk
4. Keinginan melakukan pembelian ulang
5. Kesedian konsumen untuk merekomendasikan produk kepada pihak lain.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah refrensi yang menjadi landasan teori penelitian terdahulu di gunakan sebagai landasan dalam penyusunan hipotesis sementara pada penelitian ini. yang berkaitan dengan variabel pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan rabel kota prabumulih. Tujuannya untuk memberikan Gambaran mengenai penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki variabel serupa, sehingga dapat menjadi landasan dan acuan teori. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian begitu pula dengan variabel harga yang menunjukan pengaruh positif terhadap Keputusan pembelian konsumen.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Yulina Astuti, Faisal Hamdani, Muhamad Zulkarnain (2021) Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa.	Harga Memiliki Pengaruh Negatif Dan Tidak Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Hal ini Berarti Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo kota langsa.	Persamaan : Memiliki Variabel penelitian yang sama Harga, Kualitas Pelayanan. Objek Sama penelitian dilakukan pada rumah makan / tempat kuliner. Tujuan sama mengetahui seberapa besar pengaruh variabel x terhadap Keputusan pembelian Perbedaan : Variabel yang diteliti Ayam penyet cabe ijo (langsa) : harga, kualitas, produk, kualitas pelayanan Pondok makan Rabel (prabumulih) : Harga dan kualitas pelayanan (tanpa kualitas produk).
2.	Roidatul Khasanah, Muhamad Alhada, Fuadilah Habib (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan harga Dan Inovasi rasa terhadap Keputusan	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian ulang pada toko Hachi Donut Mojokerto Dimana semakin baik kualitas	Persamaan: memiliki kedua penelitian sama menggunakan kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independent yang memengaruhi perilaku konsumen

	pembelian ulang pada toko Hachi Donut Mojokerto.	pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan Keputusan pembelian ulang konsumen.	Perbedaan: variabel yang diteliti Hachi donut Mojokerto :menggunakan tiga variabel kualitas pelayanan,harga,inovasi rasa Pondok makan rabel: menggunakan dua variabel kualitas pelayanan dan harga.
3.	Angel Maharani, Widi Winarso, Kardinah Indrianna, Meutia, Milda Handayani Rini Wijayaningsih (2024) Pengaruh kualiatas produk kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian pada kebab wathanku di pondok gede Bekasi.	Kualitas produk kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada kebab wathanku di pondok gede Bekasi di antara ketiga variabel tersebut kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi Keputusan pembelian diikuti oleh kualitas pelayanan dan harga.	Persamaan: kedua penelitian sama – sama menggunakan kualitas produk kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen serta Keputusan pembelian sebagai variabel dependen Perbedaan: Perbedaan jenis uasaha dan karakter konsumen menyebabkan fokus penilaian konsumen terhadap kualitas produk pelayanan dan harga menjadi berbeda pada kebab wathanku konsumen lebih menekankan kepastian dan kualitas produk sedanhgkan pada pondok makan rabel konsumen lebih memperhatikan pelayanan dan kesesuaian harga dengan porsi serta rasa.
4.	Abdul Khoir , suhandi (2025) Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada PT sumber alfaria trijaya	Keputusan pembelian konsumen pada pete sumber alfaria trijaya (ALFAMART) cabang ceputat. Oleh karna itu Perusahaan di sarankan untuk trus	Persamaan:kedua penelitian sama sama menggunakan Keputusan pembelian sebagai pariabel terikat (Y). kedua penelitian menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas yang

	(ALFAMART) cabang ciputat.	meningkatkan strategi promosi serta mempertahankan dan memperbaiki kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan dan Keputusan pembelian konsumen	memengaruhi Keputusan pembelian. Perbedaan: paling menonjol terletak pada variabel bebas dan objek penelitian. penelitian pada alfamart menitikberatkan pada promosi, sedangkan penelitian pada pondok makarabel lebih menekankan pada harga sebagai faktor yang memengaruhi Keputusan pembelian. Selain itu karakteristik usaha dan perilaku konsumen pada ritel modern dan usaha kuliner juga berbeda.
5.	Nur Lia Cahyani, Wahyu Hidayat (2023) pengaruh kualitas produk makanan harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian studi pada konsumen RM rindang 84 cabang pati (2023)	Kualitas produk makanan, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling mendukung dalam membentuk Keputusan pembelian konsumen kombinasi antara makanan yang berkualitas harga yang sesuai dan pelayanan yang baik mampu meningkatkan daya saing RM rindang 85 cabang pati di Tengah persaingan usaha kuliner.	Persamaan: kedua penelitian sama-sama dilakukan pada usaha rumah makan yang bergerak di bidang kuliner, kedua penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Perbedaan: variabel independen tambahan RM rindang 85 cabang pati menambahkan variabel kualitas produk makanan Pondok makan rabel kota prabumulih hanya meneliti kualitas pelayanan dan harga Lokasi penelitian RM rindang 85 berlokasi di kabupaten pali Pondok makan rabel berlokasi di kota prabumulih

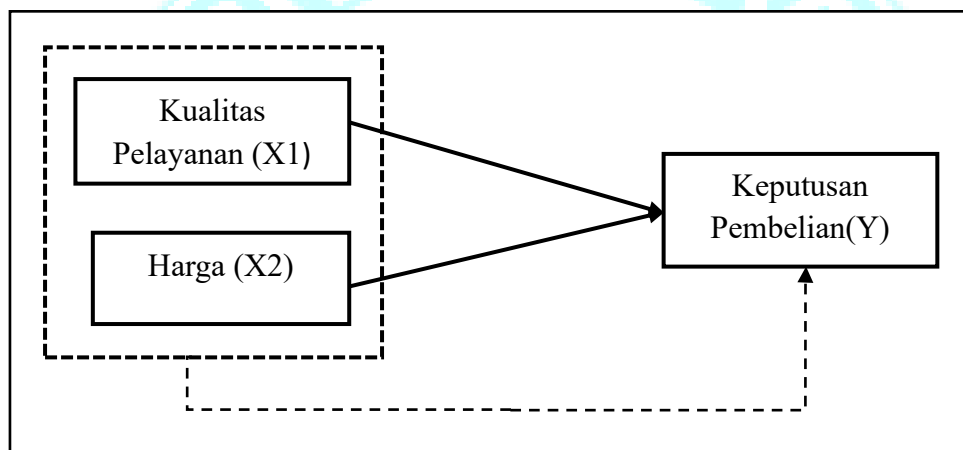
Sumber Diolah dari berbagai jurnal (2026)

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir Kerangka berpikir sebagai alur pemikiran yang disusun berdasarkan teori, konsep, dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Kerangka ini berfungsi untuk menjelaskan hubungan antara variabel dalam penelitian dengan pendekatan yang logis dan rasional. Menurut Sugiyono dalam (Listiana *et al.*, 2021) Dengan adanya kerangka berpikir yang sistematis, hubungan antar variabel dapat dijelaskan secara ilmiah dan mendukung hipotesis yang akan diuji.

Kerangka pemikiran ini menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan Keputusan pembelian (Y).

Hubungan antar variabel ini dituangkan dalam gambar 2.1 berikut:



Sumber data yang di olah

Gambar 2.1

Kerangka pemikiran

Keterangan : —————> Pengaruh secara parsial
 -----> Pengaruh secara simultan

2.6 Hipotesis

Hipotesis Merupakan dugaan sementara atau pendapat yang kebenarannya masih diragukan (Surjaweni, 2024). Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih
- H2: Diduga Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian pada Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih.
- H3: Diduga Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian pada Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih sebagai objek penelitian yang beralamat di jalan jenderal Sudirman di Seberang sopoyono, atau seberang dealer isuzu atau hokben, di barisan Bank BCA dan samping indomaret, di bawah pohon jarak besar, kec prabumulih timur, kota prabumulih Sumatera Selatan Indonesia.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan dalam waktu kurang lebih selama 3 bulan, mulai dari Februari hingga April 2026, sampai data yang diperlukan sudah lengkap digunakan oleh penulis dalam Menyusun penelitian ini.

3.1.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan Rabel kota prabumulih. Kualitas pelayanan dan harga diposisikan sebagai variabel independen, sedangkan Keputusan pembelian konsumen sebagai variabel dependen.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode adalah cara, Langkah, atau prosedur sistematis yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, menyelesaikan masalah, atau menghasilkan pengetahuan tertentu. Metode penelitian merupakan seperangkat Teknik dan prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data agar menghasilkan temuan yang valid. Menurut sugiyono (2021:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Menurut Damanik (2025) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk angka sebagai dasar untuk menarik Kesimpulan. Penelitian ini dilakukan pada pondok makan Rabel kota prabumulih dengan pertimbangan bahwa usaha tersebut memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak dan persaingan usaha kuliner yang ketat, sehingga kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana tentang cara mengumpulkan data agar dapat dilaksanakan dengan teratur. Desain penelitian melibatkan seperangkat Keputusan mengenai topik apa yang akan dipelajari, bagaimana populasi penelitian, metode penelitian apa yang digunakan dan apa tujuan di laksanakanya penelitian. Qotrum (2021) dalam desain penelitian memuat rencana skema yang mencakup program penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan *cross- sectional*. Desain penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel, khususnya untuk menguji pengaruh sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat, dengan data numerik yang dianalisis secara statistik secara sistematis dan objektif (Sugiyono,2024)

Desain ini dipilih karena bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), dengan variabel dependen, yaitu Keputusan pembelian (Y). dengan desain ini, peneliti dapat menjelaskan sejauh mana masing-masing variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen dalam konteks pelayanan dan harga pondok makan rabel kota prabumulih.

Pendekatan *cross- sectional* diterapkan karena pengumpulan data dilakukan hanya pada satu titik waktu tertentu, tanpa adanya investasi atau perlakuan khusus terhadap responden, sehingga hasil penelitian mencerminkan kondisi responden pada periode pengumpulan data.

3.2.3 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada pengukuran variabel-variabel penelitian secara objektif serta pengujian hipotesis melalui analisis statistik. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan terukur mengenai hubungan serta pengaruh antar variabel yang diteliti. Disisi lain Hildayani (2021) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif adalah memanfaatkan data berupa angka sebagai pengukuran. Pendekatan ini bertujuan untuk menyajikan statistik, menganalisis hubungan antar variabel, serta memberikan penjelasan yang bersifat objektif dan terukur.

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian pada konsumen pondok makan Rabel kota prabumulih. Data yang dikumpulkan berupa data numerik yang diperoleh dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner. Jawaban responden kemudian diberi skor menggunakan skala likert, sehingga dapat diolah secara statistik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek, individu, atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sahir Hafni Syafirda (2022:34)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pondok makan rabel yang melakukan pembelian secara langsung di Lokasi usaha selama periode bulan Februari hingga April 2026. Mengingat jumlah konsumen pada periode tersebut tidak dapat diketahui secara pasti, maka seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada rentang waktu tersebut dianggap sebagai populasi penelitian

3.3.2 Sampel

Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Accidental sampling, yaitu Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden.

Jumlah Sampel ditentukan dengan rumus Lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah sampel apabila jumlah sampel apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (Populasi tak terhingga), seperti jumlah pelanggan rumah makan yang datang setiap hari. Untuk menentukan sampel pada penelitian ini maka akan menggunakan rumus lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 90% = 1,64

P = maksimal estimasi disarankan 0,5 untuk populasi tidak diketahui

d = Margin of error 10% adalah 0,10

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{2,6896 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 0,6724$$

$$n = 67,24 \rightarrow 67$$

Maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 orang responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis data berdasarkan sifatnya, yaitu:

1. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka, seperti nilai harga saham, jumlah pendapatan, dan sejenisnya data jenis ini benar benar berbentuk nnumerik sehingga memungkinkan untuk diolah melalui berbagai perhitungan matematis Juhaldi *et al.*, (2022:181)

2. Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk non angka dan tidak dapat diolah menggunakan perhitungan matematika seperti perjumlahan, pengurangan, perkalian, maupun pembagian. Contoh dapat berupa jawaban kuesioner mengenai kondisi lingkungan kerja, penilaian terhadap kualitas layanan suatu restoran, gaya kepemimpinan, serta berbagai aspek lain yang bersifat deskriptif Julhadi *et al.*, (2022:179).

3.4.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala pihak atau objek yang menjadi asal informasi yang dikumpulkan peneliti untuk menjelaskan, menganalisis, dan menjawab permasalahan dalam suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian.

1. Data Primer

Arvyanda *et al.*, (2023) mengatakan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau responden penelitian. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui metode seperti wawancara, observasi, atau kuesioner, sehingga informasi yang diperoleh bersifat asli dan belum diolah oleh pihak lain.

2. Data Sekunder

Farnandito *et al.*, (2023) menjelaskan data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumber asli melainkan melalui perantara. Informasi ini biasanya didapatkan dari dokumen, catatan, buku, jurnal, arsip atau laporan historis yang telah tersusun sebelumnya. Dengan

kata lain data sekunder adalah data informasi yang tidak didapatkan langsung dari sumber atau responden.

3.5 Konseptual Variabel Dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Armi (2023:143) Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain, variabel menjadi fokus utama dalam penelitian karena melalui variabel inilah peneliti dapat mengukur, menganalisis, serta menjelaskan hubungan atau pengaruh antar fenomena yang di kaji. Dengan menentukan variabel secara jelas, peneliti dapat memperoleh data yang lebih terarah, memahami pola keterkaitan antar unsur penelitian, serta menarik kesimpulan yang valid berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini penulis menggunakan tiga jenis variabel, yaitu:

1. Variabel independent

Variabel independen merupakan variabel yang memiliki peran sebagai faktor yang mempengaruhi atau mendorong terjadinya perubahan pada variabel. Variabel ini dipilih untuk melihat sejauh mana kondisi atau karakteristik tertentu dapat memberikan dampak terhadap variabel yang diteliti. Disebut sebagai variabel bebas karena keberadaannya tidak ditentukan oleh variabel lain dalam model penelitian, melainkan menjadi sumber pengaruh yang akan diuji terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan dua variabel independen yang dianggap memiliki keterkaitan langsung dengan Keputusan pembelian. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

1) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan adalah Tingkat keunggulan pelayanan yang dirasakan konsumen pondok makan Rabel kota prabumulih kota prabumulih, yang dirasakan konsumen pondok makan rabel kota prabumulih yang diukur melalui dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, Riduan dan Maddox, (2020:275)

2) Harga (X2)

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk di pondok makan Rabel, harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi Perusahaan Tjiptono *et al.*, (2020:151)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari perubahan yang terjadi pada variabel independen. Variabel ini disebut terikat karena nilainya bergantung pada kondisi variabel lain yang diuji dalam penelitian. (Sahir, 2021) Dengan kata lain, variabel dependen berfungsi sebagai indikator untuk melihat dampak atau hasil yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yaitu difokuskan pada Keputusan pembelian (Y) menurut (Khuong & Duyen, 2020) Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai Tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan Keputusan pembelian.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Kuesioner	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	1. Berwujud (tangibles)	1-2	Likert 1-5
	2. Keandalan (reability)	3-4	
	3. Ketangapan (responsipenes)	5-6	
	4. Jaminan (ansurance)	7-8	
	5. Empati (emphaty)	9-10	
Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga	1-2	Likert
			1-5

	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3-4	
	3. Daya saing harga	5-7	
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	8-10	
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pilihan Produk	1-2	Likert
	2. Pilihan Merek	3-4	1-5
	3. Pilihan Penyalur	5-6	
	4. Waktu Pembelian	7-8	
	5. Jumlah Pembelian	9-10	

Sumber data sekunder yang diolah peneliti Tahun 2026

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan serangkaian cara atau prosedur yang digunakan peneliti untuk menghimpun informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian. Teknik ini mencakup langkah-langkah sistematis untuk memperoleh data yang relevan, valid, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut adalah teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden. Menurut Sanjaya (dalam 2022), kuesioner adalah instrument penelitian yang berupa seperangkat pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi pengalaman, dan persepsi yang dirasakan.

Tabel 3.2 Skor Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat setuju	(SS)	5
2	Setuju	(S)	4
3	Netral	(N)	3
4	Tidak setuju	(TS)	2
5	Sangat tidak setuju	(STS)	1

2. Observasi

Observasi Zanariyah (2024) obeservasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek, perilaku, atau situasi tertentu untuk memperoleh informasi yang diperlukan sehingga tujuan penelitian dapat dicapai secara tepat. Teknik memungkinkan peneliti melihat kondisi sebenarnya tanpa melalui.

3. Dokumentasi Rachma (2024) Dokumentasi adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan menyimpan, mengelola dan menganalisis dokumen yang relevan dengan objek penelitian.

3.7 Teknik Pengolahan Data Pengolahan data

Adalah proses mengelola data yang telah dikumpulkan melalui berbagai tahapan secara sistematis agar data tersebut menjadi informasi yang bermakna dan siap dianalisis. Kalangno (2025) menjelaskan bahwa pengelohaan data meliputi :

1. *Editing* (pemeriksaan data)

Adalah upaya untuk memeriksa atau mengecek kembali data maupun kuesioner yang diperoleh atau dikumpulkan. *Editing* ini dapat dilakukan pada tahap pengumpulan data, pengisian kuesioner, dan setelah data terkumpul.

2. *Coding* (pemberian kode)

Adalah kegiatan merubah data dalam bentuk kalimat menjadi data berbentuk angka yang bertujuan untuk mempermudah pada saat proses pemasukan data (*entry*) dan analisis data. *Coding* adalah kegiatan memberikan kode numeric (angka) terhadap data yang terdiri beberapa kategori.

3. *Scoring* (pemberian skor)

Adalah proses pemberian skor terhadap setiap jawaban responden berdasarkan skala pengukuran yang digunakan, seperti skala likert. Digunakan untuk menghitung nilai masing-masing variabel penelitian. Pemberian skor bertujuan untuk mengubah data kuantitatif menjadi data kuantitatif agar bisa diolah, dianalisis, secara statistic secara sistematis

4. *Tabulating* (Tabulasi Data)

Tabulasi dilakukan setelah data diberi kode, menyusun data yang telah dikelolah kedalam tabel berdasarkan variabel dan kategori tertentu. Penyusunan tabel ini membuat data lebih terstruktur dan memudahkan peneliti melakukan analisis statistic sesuai dengan tujuan penelitian.

5. Analisis Statistik

Analisis data statistik merupakan tahap akhir pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan metode statistik, seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi, untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.8 Uji Instrumen

Permatasi Indah (2025) mengatakan bahwa instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menafsirkan informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan standard pengukuran sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner (angket) sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data mengenai stres kerja, kepuasan kerja dan kinerja pegawai. Jenis yang digunakan adalah kuesioner tertutup kuesioner tersebut berisi pernyataan-pernyataan tertutup yang diukur menggunakan skala likert agar data dapat dianalisis secara kuantitaif.

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah instrumen dalam penelitian yang merupakan alat untuk menguji item pertanyaan jika item dinyatakan valid artinya instrument tersebut mampu mengukur variabel. Mulyani (2021). Instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi begitu sebaliknya instrument yang tidak valid mempunyai

validitas yang rendah. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan korelasi multivariat dengan menggunakan metode dependence dan alat bantu perhitungan dalam penelitian ini melalui program SPSS, yakni dengan mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan dengan skor total variabel yang diukur. objek yang diteliti, instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid

1. Jika nilai r hitung $> r$ tabel (0,202) maka item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid
2. Jika nilai r hitung $< r$ table (0,202) maka item pertanyaan kuesioner dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam analisis selanjutnya.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui Tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian apabila digunakan lebih dari satu kali. Reliabilitas menunjukkan kemampuan alat ukur dalam memberikan hasil yang relatif sama pada kondisi yang berbeda, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya. Instrumen dengan Tingkat reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa hasil pengukurannya stabil dan minim kesalahan (Sahadewa *et al.*, 2021). Pada penelitian ini uji reabilitas dilakukan menggunakan metode *cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS. Metode ini digunakan karena mampu mengukur konsistensi internal instrument yang terdiri dari beberapa item pernyataan. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada output reliability statistics di SPSS. Instrument dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa item-item kuesioner memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.9 Teknik Analisis Data

Syafrida (2022:37) analisis data merupakan proses mengelolah data sehingga menghasilkan informasi yang mudah dipahami oleh pembaca. Melalui analisis, data yang telah dikumpulkan dikelompokkan, disingkat, dan diinterpretasikan hingga akhirnya membentuk suatu kesimpulan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan mengukur dan menguji pengaruh stress kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai secara objektif melalui data angka.

Metode ini memungkinkan analisis statistik yang akurat, sehingga hubungan antar variabel dapat dibuktikan secara empiris dan hasilnya dapat digeneralisasikan pada populasi yang teliti.

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian statistik yang wajib dilakukan dalam analisis regresi linear berganda untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar statistik. Tujuan pengujian ini adalah agar hasil estimasi koefisien regresi tidak bias, efisien, dan dapat diinterpretasikan secara akurat. Apabila asumsi klasik terpenuhi, maka hasil analisis regresi dapat dipercaya dan Kesimpulan penelitian yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sudariana *et al.*, 2021)

1. Uji Normalitas

Menurut Wahyuni (2021) uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah residual pada model regresi dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal atau tidak. Salah satu ciri model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Tujuan uji normalitas untuk memastikan apakah residual pada model regresi mengikuti distribusi normal, sehingga model dapat dikatakan valid dan hasilnya dapat dipercaya

2. Uji Multikolinearitas

Raja (2022) uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menilai apakah terdapat hubungan linear atau kolinearitas diantara variabel bebas dalam sebuah model regresi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen saling berkorelasi, yang dapat mempengaruhi keakuratan dan stabilitas estimasi koefisien regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Merupakan pengujian yang digunakan untuk mengevaluasi apakah varians residual berbeda diantara seluruh pengamatan dalam model regresi linier. Tujuan uji ini adalah untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan 35 varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika residual tetap pada semua pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas,

sedangkan jika variannya berbeda-beda, kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas.

3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi linier berganda bertujuan untuk menjelaskan sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dan untuk memperkirakan hubungan antara keduanya secara simulatan. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antar variabel yaitu Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Persaman regresi berganda linear dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian (variabel dependen)

X1 : Kualitas Pelayanan (variabel independen)

X2 : Harga (variabel independen)

A : Konstanta

B1-b2 : Koefisien regresi

E : Standar Error (Tingkat kesalahan)

3.9.3 Analisis Koefisien Korelasi (r)

Korelasi (r) digunakan untuk mengukur tingkat kekuatan dan arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di pondok makan Rabel kota prabumulih. Nilai koefisien korelasi menunjukkan seberapa kuat hubungan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Apabila nilai koefisien korelasi (r) bernilai positif, maka peningkatan kualitas pelayanan atau kelancaran distribusi air akan diikuti oleh peningkatan keputusan konsumen. Sebaliknya, apabila nilai r bernilai negatif, maka hubungan yang terjadi bersifat berlawanan arah.

Semakin mendekati nilai 1, maka hubungan antarvariabel semakin kuat, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan hubungan yang lemah atau tidak signifikan. Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara kualitas pelayanan dan kelancaran distribusi air dengan

keputusan konsumen sebelum dilakukan analisis *regresi linear* berganda lebih lanjut.

3.10 Uji Hipotesis

Menurut Oktri (2020) Hipotesis merupakan suatu asumsi atau dugaan sementara mengenai suatu fenomena yang dibuat untuk memberikan penjelasan sementara dan nantinya perlu di uji kebenarannya melalui penelitian.

Dalam penelitian ini, uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian Di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih. Pengujian dilakukan dengan dua metode statistik, yaitu uji t dan uji F. dalam penelitian ini, uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian Di pondok Makan Rabel Kota Prabumulih. Pengujian dilakukan dengan dua metode statistic, yaitu uji t dan uji F.

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Fernando (2024) uji t digunakan untuk menguji signifikan koefisien secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Berdasarkan (Hafni Sahir, 2021) hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dengan nilai signifikan $< 0,1$
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dengan signifikan $> 0,1$

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Hafni Sahir, 2021), uji F memiliki tujuan untuk menguji kelayakan model penelitian yaitu mengetahui atau menguji apakah persamaan model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap independen.
2. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (Nurafufah, 2023) Menjelaskan koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana suatu model mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1. Nilai yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hanya sedikit mampu menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan nilai yang mendekati 1 menandakan bahwa variabel-variabel bebas hampir sepenuhnya menjelaskan variasi variabel terikat.

Secara umum, pada data *cross-section*, koefisien determinasi cenderung rendah karena perbedaan antar pengamatan relatif besar, sementara pada data time series, R^2 biasanya lebih tinggi. Dengan demikian, koefisien determinasi menjadi alat untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) menggunakan rumus Koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP: nilai koefisien determinasi

R^2 : nilai koefisien korelasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih

Pondok Makan Rabel merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman dengan konsep masakan rumahan. Usaha ini didirikan pada tahun 2020 oleh Anggi Irtika Fitri Melyani dengan tujuan menghadirkan hidangan bercita rasa khas yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, serta menciptakan suasana makan yang sederhana, nyaman, dan hangat layaknya di rumah sendiri.

Nama “Rabel” berasal dari gabungan daerah asal orang tua pemilik usaha, yaitu sang ibu yang berasal dari daerah Rambang dan sang ayah yang berasal dari Belide. Gabungan kedua nama daerah tersebut kemudian dijadikan identitas usaha sehingga terbentuk nama “Rabel” yang merupakan singkatan dari Rambang Belide. Sementara itu, angka “55” diambil dari bulan kelahiran pemilik usaha. Pada awalnya hanya menggunakan angka 5, namun kemudian diubah menjadi “55” agar terlihat lebih menarik, unik, dan mudah diingat oleh pelanggan.

Pondok Makan Rabel beralamat di Jalan Jenderal Sudirman, Kecamatan Prabumulih Timur, Kota Prabumulih, tepatnya berada di deretan Bank BCA. Lokasi yang strategis menjadikan pondok makan ini mudah dijangkau oleh masyarakat setempat maupun pelanggan yang berasal dari luar daerah.

Dalam menjalankan usahanya, Pondok Makan Rabel memiliki 24 orang karyawan yang terdiri atas 9 karyawan perempuan dan 15 karyawan laki-laki. Seluruh karyawan memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing sesuai dengan bidang pekerjaannya guna mendukung kelancaran operasional dan pelayanan kepada pelanggan.

4.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 67 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, yaitu Alamat, Jenis Kelamin, Usia, dan frekuensi kunjungan. Pengelompokan tersebut dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi objek penelitian. Berikut disajikan deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini.

4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui proporsi responden laki-laki dan perempuan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Informasi tersebut memberikan gambaran mengenai komposisi responden berdasarkan jenis kelamin. Data pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Presentase(%)
1	Laki-laki	32	48%
2	Perempuan	35	52%
	Jumlah	67	100%

Sumber : Data diperoleh tahun 2026.

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 67 orang. Dari jumlah tersebut, responden berjenis kelamin perempuan merupakan mayoritas, yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 52%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 32 orang atau sebesar 48%. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Pondok Makan Rabel 55 berjenis kelamin perempuan. Dominannya konsumen perempuan diduga karena perempuan umumnya memiliki peran yang lebih besar dalam menentukan pilihan makanan, baik untuk kebutuhan pribadi maupun keluarga.

Selain itu, keberagaman menu, cita rasa makanan yang sesuai, kebersihan tempat, serta kenyamanan suasana rumah makan menjadi faktor yang dapat meningkatkan minat konsumen perempuan untuk berkunjung ke Pondok Makan Rabel 55.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan usia dilakukan untuk mengetahui proporsi responden pada setiap kelompok umur. Karakteristik usia memberikan gambaran mengenai rentang usia responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Data pengelompokan responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	< 30 Tahun	25	45%
2	30-50 Tahun	30	37%
3	>50 Tahun	12	18%
Jumlah		67	100%

Sumber: data diperoleh tahun 2026.

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 67 orang. Dari jumlah tersebut, responden berusia 30–50 tahun merupakan mayoritas, yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 45%, sedangkan responden berusia kurang dari 30 tahun berjumlah 25 orang atau sebesar 37% dan responden berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 12 orang atau sebesar 18%. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Pondok Makan Rabel 55 berada pada kelompok usia 30–50 tahun. Dominannya konsumen pada kelompok usia tersebut diduga karena mereka berada pada masa usia produktif dengan aktivitas pekerjaan yang relatif padat, sehingga lebih memilih membeli makanan di luar rumah karena dinilai lebih praktis dan efisien dalam penggunaan waktu. Selain itu, cita rasa makanan yang sesuai dengan selera konsumen, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang baik menjadi faktor yang mendorong kelompok usia 30–50 tahun untuk memilih Pondok Makan Rabel 55 sebagai tempat makan

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Pengelompokan responden berdasarkan frekuensi kunjungan dilakukan untuk mengetahui tingkat intensitas kunjungan responden ke Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih. Karakteristik ini memberikan gambaran mengenai kebiasaan responden dalam melakukan kunjungan. Data pengelompokan responden berdasarkan frekuensi kunjungan dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan

No	Kunjungan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	1 Kali	13	19%
2	1-2 Kali	24	36%
3	>3 Kali	30	45%
Jumlah		67	100%

Sumber: Data diperoleh tahun 2026.

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 67 orang. Dari jumlah tersebut, responden yang melakukan kunjungan lebih dari tiga kali merupakan mayoritas, yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 45%, sedangkan responden yang berkunjung satu hingga dua kali berjumlah 24 orang atau sebesar 36% dan responden yang berkunjung satu kali berjumlah 13 orang atau sebesar 19%. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Pondok Makan Rabel 55 telah melakukan kunjungan lebih dari tiga kali. Dominannya frekuensi kunjungan tersebut diduga karena konsumen merasa puas terhadap makanan yang disajikan, baik dari segi cita rasa, porsi, maupun harga yang ditawarkan. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik serta suasana rumah makan yang nyaman mendorong konsumen untuk kembali berkunjung, sehingga Pondok Makan Rabel 55 menjadi salah satu pilihan tempat makan yang sering dikunjungi oleh konsumen.

4.3 Deskripsi Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 67 responden, diperoleh informasi mengenai tanggapan konsumen Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih terhadap variabel kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian. Analisis tanggapan responden merupakan bagian dari analisis deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti. Data jawaban responden disajikan dalam bentuk distribusi jawaban, kemudian dianalisis menggunakan nilai rata-rata (mean) dari setiap pernyataan. Interpretasi skor kuesioner dilakukan dengan menggunakan kriteria skala penilaian sebagai berikut:

1. 1,00 – 1,80 = Sangat Rendah
2. 1,81 – 2,60 = Rendah
3. 2,61 – 3,40 = Sedang
4. 3,41 – 4,20 = Tinggi
5. 4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X1)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih, diberikan 10 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan (X1). Hasil penilaian responden terhadap setiap pernyataan kemudian dianalisis menggunakan nilai rata-rata (mean). Adapun nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan (X1)	Frekuensi											$\bar{X}$	
	SS/5		S/4		N/3		TS/2		STS/1		Jumlah		
Pertanyaan 1	29	145	28	112	10	30	0	0	0	0	67	287	4,28
pertanyaan 2	24	120	34	136	9	27	0	0	0	0	67	283	4,22
pertanyaan 3	18	90	31	124	18	54	0	0	0	0	67	268	4,00
pertanyaan 4	20	100	32	128	15	45	0	0	0	0	67	273	4,07
pertanyaan 5	22	110	34	136	11	33	0	0	0	0	67	279	4,16
pertabyaan 6	20	100	30	120	17	51	0	0	0	0	67	271	4,04
pertanyaan 7	24	120	32	128	11	33	0	0	0	0	67	281	4,19
pertanyaan 8	26	130	33	132	8	24	0	0	0	0	67	286	4,27
pertanyaan 9	22	110	32	128	13	39	0	0	0	0	67	277	4,13
pertanyaan 10	25	125	30	130	12	36	0	0	0	0	67	291	4,34
Nilai Rata-Rata variabel Kualitas Pelayanan (X1)													4,17

Sumber data diperoleh tahun 2026

Berdasarkan data pada Tabel 4.4, diketahui bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan sebesar 4,17. Berdasarkan kriteria skala penilaian, nilai tersebut berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih tergolong baik dan telah mampu memenuhi harapan pelanggan. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,34 dengan kategori sangat tinggi terdapat pada pertanyaan nomor 10, yaitu "Jam operasional dinilai sesuai dengan kebutuhan pelanggan." Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai jam operasional Pondok Makan Rabel 55 telah sesuai dengan waktu dan kebutuhan mereka sehingga memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk berkunjung dan melakukan pembelian.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah sebesar 4,00 dengan kategori tinggi terdapat pada pertanyaan nomor 3, yaitu "Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan." Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai pelayanan yang diberikan oleh Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih telah sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan. Namun demikian, aspek ini masih perlu ditingkatkan agar konsistensi pelayanan yang diberikan dapat semakin memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan terhadap Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih.

4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X2)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai harga pada Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih, diberikan 10 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel harga (X2). Hasil penilaian responden terhadap setiap pernyataan kemudian dianalisis menggunakan nilai rata-rata (mean). Adapun nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel harga dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X2)

Harga (X2)	Frekuensi												$\bar{X}$
	SS/5		S/4		N/3		TS/2		STS/1		Jumlah		
Pertanyaan 1	21	105	34	136	12	36	0	0	0	0	67	277	4,13
pertanyaan 2	19	95	35	140	13	39	0	0	0	0	67	274	4,09
pertanyaan 3	22	110	31	124	14	42	0	0	0	0	67	276	4,12
pertanyaan 4	23	115	32	128	12	36	0	0	0	0	67	279	4,16
pertanyaan 5	19	95	37	148	11	33	0	0	0	0	67	276	4,12
pertanyaan 6	20	100	34	136	13	39	0	0	0	0	67	275	4,10
pertanyaan 7	19	95	32	128	16	48	0	0	0	0	67	271	4,04
pertanyaan 8	20	100	33	132	14	42	0	0	0	0	67	274	4,09
pertanyaan 9	23	115	35	140	9	27	0	0	0	0	67	282	4,21
pertanyaan 10	18	90	35	140	14	42	0	0	0	0	67	272	4,06
Nilai Rata-Rata variabel Harga (X2)													4,11

Sumber: data diperoleh tahun 2026

Berdasarkan data pada Tabel 4.5, diketahui bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel harga sebesar 4,11. Berdasarkan kriteria skala penilaian, nilai tersebut berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih dinilai baik dan sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,21 dengan kategori sangat tinggi terdapat pada pertanyaan nomor 9, yaitu "Harga yang ditawarkan konsisten." Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai harga yang ditawarkan oleh Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih cenderung stabil dan konsisten, sehingga pelanggan merasa nyaman dan tidak khawatir terhadap perubahan harga yang tidak wajar. Konsistensi harga tersebut juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam melakukan pembelian.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah sebesar 4,04 dengan kategori tinggi terdapat pada pertanyaan nomor 7, yaitu "Harga sesuai dengan kemampuan ekonomi saya." Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai harga yang ditetapkan oleh Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih sudah sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka. Namun demikian, aspek ini masih perlu ditingkatkan dengan tetap menjaga keterjangkauan harga serta menyesuaikannya dengan kemampuan berbagai kalangan pelanggan, sehingga pelanggan dapat merasakan manfaat yang sebanding dengan harga yang dibayarkan

4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih, diberikan 10 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel keputusan pembelian (Y). Hasil penilaian responden terhadap setiap pernyataan kemudian dianalisis menggunakan nilai rata-rata (mean). Adapun nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian (Y)	Frekuensi												$\bar{X}$
	SS/5		S/4		N/3		TS/2		STS/1		Jumlah		
Pertanyaan 1	22	110	32	128	13	39	0	0	0	0	67	277	4,13
pertanyaan 2	25	125	28	112	14	42	0	0	0	0	67	279	4,16
pertanyaan 3	22	110	31	124	14	42	0	0	0	0	67	276	4,12
pertanyaan 4	25	125	33	132	9	27	0	0	0	0	67	284	4,24
pertanyaan 5	26	130	28	112	13	39	0	0	0	0	67	281	4,19
pertanyaan 6	25	125	31	124	11	33	0	0	0	0	67	282	4,21
pertanyaan 7	26	130	31	124	10	30	0	0	0	0	67	284	4,24
pertanyaan 8	25	125	34	136	8	24	0	0	0	0	67	285	4,25
pertanyaan 9	27	135	31	124	9	27	0	0	0	0	67	286	4,27
pertanyaan 10	33	165	30	120	4	12	0	0	0	0	67	297	4,43
Nilai Rata-Rata variabel Keputusan Pembelian (Y)													4,23

Sumber: data diperoleh tahun 2026

Berdasarkan data pada Tabel 4.6, diketahui bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 4,23. Berdasarkan kriteria skala penilaian, nilai tersebut berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian pada

Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih tergolong sangat baik. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pertanyaan 10 dengan nilai 4,43 yang menunjukkan bahwa indikator tersebut memperoleh tingkat persetujuan paling tinggi dari responden, sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada pertanyaan 3 dengan nilai 4,12 meskipun menjadi nilai terendah, angka tersebut masih termasuk dalam katagori tinggi, sehingga seluruh indikator variabel keputusan dinilai baik oleh responden.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Pondok Makan Rabel 55 telah berhasil menciptakan keputusan pembelian yang sangat baik di kalangan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas produk, harga yang sesuai, serta pelayanan yang diberikan perlu dipertahankan agar pelanggan tetap memilih Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih sebagai tempat untuk melakukan pembelian.

4.4 Hasil Analisis Uji Instrumen

Untuk mengetahui bahwa suatu instrumen penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya maka diperlukan suatu pengujian data yaitu dengan menggunakan program IBM statitical for froduct and service sulotiom (SPSS) versi 26. Variabel yang diuji adalah variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan(X1), dan Harga (X2), dan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah kuesioner yang digunakan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 10% dengan derajat kebebasan ($df = n - 2$). Dalam penelitian ini, jumlah sampel (n) adalah 67 responden, dan diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,202

Dengan demikian, suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,202) dan bernilai positif. Sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.7, Tabel 4.8, dan Tabel 4.9.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	532	0,202	Valid
X1.2	579	0,202	Valid
X1.3	540	0,202	Valid
X1.4	535	0,202	Valid
X1.5	494	0,202	Valid
X1.6	627	0,202	Valid
X1.7	555	0,202	Valid
X1.8	574	0,202	Valid
X1.9	594	0,202	Valid
X1.10	543	0,202	Valid

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,202. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian ini.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	727	0,202	Valid
X2.2	710	0,202	Valid
X2.3	667	0,202	Valid
X2.4	771	0,202	Valid
X2.5	648	0,202	Valid
X2.6	687	0,202	Valid
X2.7	616	0,202	Valid
X2.8	741	0,202	Valid
X2.9	719	0,202	Valid
X2.10	680	0,202	Valid

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Harga (X2) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,202. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel harga (X2) dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian ini.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	654	0,202	Valid
Y.2	683	0,202	Valid
Y.3	667	0,202	Valid
Y.4	644	0,202	Valid
Y.5	652	0,202	Valid
Y.6	646	0,202	Valid
Y.7	595	0,202	Valid
Y.8	604	0,202	Valid
Y.9	680	0,202	Valid
Y.10	703	0,202	Valid

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Keputusan pembelian (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,202. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian ini.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali (2031-61) bertujuan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan alat uji statistic Cronbach Alpha. Suatu intrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$, maka intrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,753	10

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25 2026

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil pengujian reliabilitas terhadap 10 item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,753. Nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60, sehingga

seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian pada variabel kualitas pelayanan dapat dipercaya, konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti, serta layak digunakan untuk penelitian ini.

Tabel 4.11 Hasil uji Reabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,882	10

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil pengujian reliabilitas terhadap 10 item pertanyaan pada variabel Harga (X2) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882. Nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60, sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian pada variabel Harga dapat dipercaya, konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti, serta layak digunakan untuk penelitian ini.

Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,850	10

Sumber : Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil pengujian reliabilitas terhadap 10 item pertanyaan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,850. Nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60, sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian pada variabel Keputusan Pembelian dapat dipercaya, konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti, serta layak digunakan untuk penelitian ini.

4.5 Pengujian Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji statistik sederhana yang digunakan *kolmogorov-smimov test*. Jika nilai signifikan $> 0,10$ maka dikatakan data berdistribusi normal, dan jika apabila sebaliknya nilai $< 0,10$ maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.13 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,40372945
Most Extreme Differences	Absolute		,082
	Positive		,047
	Negative		-,082
Test Statistic			,082
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,742 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,731
		Upper Bound	,753

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

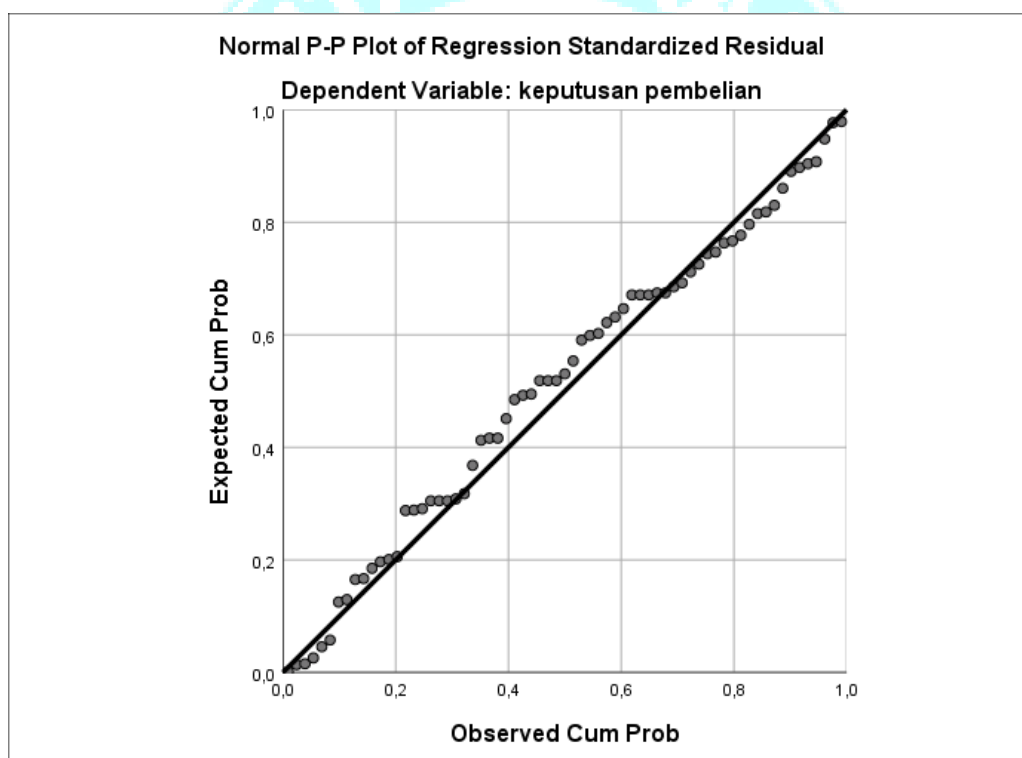
e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas diketahui bahwa hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menggunakan metode Monte Carlo, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,753. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Penggunaan metode Monte Carlo dipilih karena memberikan estimasi nilai *probabilitas* yang lebih presisi dan tangguh (*robust*) terhadap karakteristik sampel penelitian, sehingga hasil pengujian menjadi lebih valid dibandingkan hanya menggunakan metode *Asymptotic*.

Menurut Ghozali (2021:164) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi normal. Jika asumsi tidak terpenuhi melalui pendekatan *asymptotic*, maka pendekatan lain seperti Monte Carlo dapat digunakan untuk mendapatkan estimasi nilai p yang lebih akurat.

Distribusi normal akan berbentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pada prinsip normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik *Plot of Regression Standardizes Residual* yang terlihat pada gambar 4.1 sebagai berikut.



Sumber: Data Primer Yang Diolah SPSS 25 2026

Gambar 4.1 Hasil Uji Norma IP-Plot

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan terdistribusi normal karena membentuk garis kurva yang cenderung simetris terhadap mean. Data dinyatakan berdistribusi normal sebaran data berbentuk titik-titik yang mendekati garis diagonal

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi anatar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Untuk mengetahui supaya ada tidaknya multikolinearitas didalam regresi maka dapat dilihat nilai *tolerance* dan *varlance inflation* faktor (VIF). Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas yaitu:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai *tolerance value* < 0.10 maka terjadi gejala multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai *tolerance value* > 0.10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4 14 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	10,388	4,682		2,219	,030	
	kualitas pelayanan	,368	,130	,320	2,826	,006	,682 1,466
	harga	,402	,106	,429	3,795	,000	,682 1,466

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber Data primer yang diolah SPSS 2026

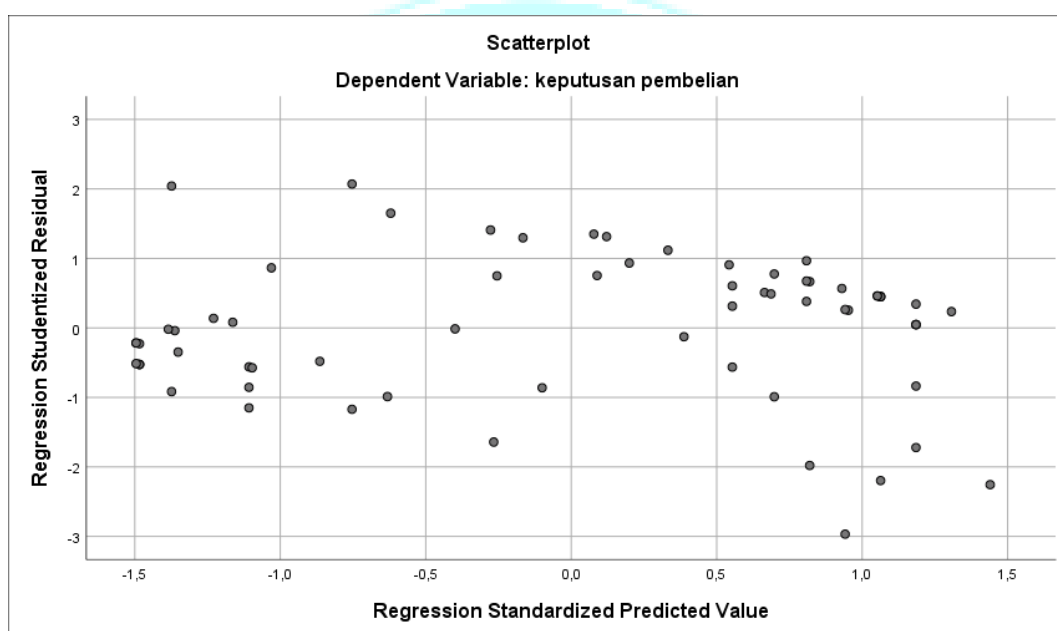
Berdasarkan tabel 4.14 diatas maka dapat diketahui nilai VIF untuk masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

1. Nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $1,466 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,682 > 0,10$ sehingga varibel kualitas pelayanan dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
2. Nilai VIF untuk variabel harga (X2) sebesar $1,466 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,682 < 0,10$ sehingga variabel harga dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

4.5.3 Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik semestinya bebas dari gejala heteroskedasitas pemeriksaan dalam penelitian ini dilakukan dengan menyesuaikan residual menggunakan scatterplot, dengan syarat bahwa titik data tersebar secara acak tanpa membentuk pola spesifik, baik pola meningkat menurun, atau pola yang beraturan. Hasil dari uji scatterplot pada peningkatan ini dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah ini:



Sumber Data primer yand diolah SPSS 2026

Gambar 4.2 Uji Heteroskedasitas (scatterplot)

Pada gambar 4.2 menerapkan hasil uji Heteroskedasitas menampilkan scatterplot, Dimana titi-titik residual terlihat menyebar tanpa pola tertentu di sekitar angka 0 pada sumbu Y tanpa tersusun dalam pola yang sistematis. Kondisi ini menandakan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak menunjukkan adanya heteroskedasitas

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana dampak kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian yang akan dianalisis dengan menggunakan bantuan program SPSS *for windows* hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	10,388	4,682		,030
	kualitas pelayanan	,368	,130	,320	,006
	harga	,402	,106	,429	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber Data Primer yang Diolah SPSS 2026

Berdasarkan tabel 4.15 di atas yang diperoleh dari hasil uji regresi maka estimasi fungsi regresi yang diperoleh Adalah:

$$Y = 10,388 + 0,368 X_1 + 0,402 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

A = Konstanta

b₁-b₂ = Koefesienregresi

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Harga

e = Error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar 10,388 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₂) dianggap tetap, maka nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 10,388
2. Koefisien regresi Kualitas pelayanan (X₁) sebesar 0,368 bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,368.

3. Koefisien regresi Harga (X2) sebesar 0,402 bernilai positif Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, seperti harga yang dianggap terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, dan kompetitif dibandingkan pesaing, maka keputusan pembelian cenderung meningkat. Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,402

4.7 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan rabel kota prabumulih Adapun tabel uji t dan uji f disajikan sebagai berikut:

4.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent, yaitu Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen Keputusan pembelian (Y) pengujian dilakukan menggunakan SPSS versi 26.

Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu:

1. Jika nilai signifikansi (Sig) $< 0,1$ atau nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai signifikansi (Sig) $> 0,1$ atau nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen

Adapun hasil uji parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut

Tabel 4.16 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	10,388	4,682		,030
	kualitas pelayanan	,368	,130	,320	,006
	harga	,402	,106	,429	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber Data Primer yang diolah SPSS 2026

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat dijelaskan uji hipotesis yang dilakukan secara persial atau individual sebagai berikut:

1. Hipotesis Kualitas Pelayanan (X1)

berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian (Y). hasil pengujian menunjukan bahwa nilai t hitung sebesar 2,826 hal tersebut menunjukan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,826 > 0,202$), yang berarti **H1 diterima**. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian

2. Hipotesis Harga (X2)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa variabel harga (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 3.795 dengan nilai signifikansi sebesar 0,202 nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,795 > 0,202$), dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari yang artinya ada alasan kuat pada kuat pada **H2 diterima** dan benar bahwa adanya pengaruh harga ini diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,10$) sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

4.7.2 Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara Bersama-sama atau simultan hasil dari pengujian pengaruh simultan (Uji F) dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jika $F \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ dan signifikan $> (0,1)$ maka tidak terjadi pengaruh independent terhadap variabel dependen
2. Jika $F \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ dan signifikan $< (0,1)$ maka terjadi pengaruh antara variabel independent terhadap Keputusan pembelian
3. Berdasarkan hasil penelitian ditetapkan $df = n-k-1$ ($67-2-1$) dan Tingkat taraf signifikan 10% (0,1) maka nilai f tabel sebesar 2,39 ditunjukan pada tabel berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	604,052	2	302,026	25,280	,000 ^b
	Residual	764,635	64	11,947		
	Total	1368,687	66			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Sumber Data Primer Yang diolah SPSS 2026

Dari hasil regresi dapat diketahui bahwa secara simultan variabel independent memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai f hitung 25,280 lebih besar dari f tabel ($25,280 > 2,39$) dengan nilai positif dan nilai signifikan (sig) sebesar $0,000 < 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara Bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan pembelian (Y). sehingga hipotesis ketiga pada penelitian ini terbukti.

4.8 Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya nilai koefesien determinasi ditentukan dengan nilai R square

Hasil dari pengelolaan data yang menggunakan bantuan program SPSS juga menghasilkan output berupa tabel koefesien model summary. Analisis koefesien determinasi ini menghasilkan Gambaran seberapa signifikan pengaruh secara simultan variabel independent yakni kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian pondok makan rabel kota prabumulih, seperti terlihat pada tabel 4.18 dibawah ini:

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefesien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,664 ^a	,441	,424	3,457	1,953

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 26,2026

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,664 hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian berada pada katagori kuat selain itu, diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,424. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berkontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 42,4% sedangkan sisanya sebesar 57,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor pribadi dan faktor sosial. Menurut (Kotler & Keller,2020)

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang “yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan Rabel kota Prabumulih” di peroleh hasil berikut

4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis penelitian (H1) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefesien regresi sebesar 0,368. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu-satuan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,368 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 2,826 lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 0,202 dengan nilai signifikansi sebesar signifikan sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,10 dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berepngaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada pondok

makan Rabel 55 kota prabumulih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian untuk menggunakan layanan pondok makan rabel kota prabumulih.

4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa harga (X2) berepengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,402. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga sebesar satu-satuan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,402 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil uji pasial (Uji t) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,795 lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 0,202 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada pondok makan Rabel 55 kota prabumulih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam menggunakan layanan pondok makan Rabel 55 kota prabumulih.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil uji simultan (uji f), diperoleh nilai f hitung sebesar $(25,280) > f$ tabel $(3,15)$ dengan nilai signifikansi 0,000. Selain itu hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai 0,424 hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) mampu berkontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 42,4% sedangkan sisanya sebesar 57,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor pribadi dan faktor sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang baik disertai dengan harga yang sesuai akan memberikan rasa nyaman dan keputusan kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian di pondok makan rabel 55 kota prabumulih.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian di pondok makan Rabel kota prabumulih serta objek dalam penelitian ini pondok makan rabel 55 kota prabumulih, dengan responden sebanyak 67 orang, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $2,826 > t$ tabel $1,669$ dan nilai signifikansi $0,006 < 0,10$.
2. Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $3,795 > t$ tabel $1,669$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$.
3. Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $25,280 > F$ tabel $2,39$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,424$ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar $42,4\%$, sedangkan $57,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan Kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pondok makan Rabel diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan harga yang terjangkau serta sesuai dengan kualitas makanan maupun pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, konsumen akan merasa nyaman dan puas sehingga terdorong untuk melakukan pembelian Kembali.
2. Pondok makan Rabel diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan cara melakukan inovasi pada pelayanan maupun menu makanan, menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat makan, serta memberikan promo atau layanan pemesanan yang lebih praktis agar dapat menarik konsumen baru maupun mempertahankan pelanggan lama.
3. Bagi Konsumen diharapkan dapat mempertimbangkan kualitas pelayanan dan harga sebelum melakukan Keputusan pembelian, selain itu, konsumen diharapkan memberikan kritik dan saran kepada pihak pondok makan Rabel 55 sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di masa mendatang
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, mengingat dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan dan harga hanya memberikan pengaruh sebesar 42,4%, sedangkan sebesar 57,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Selain itu, jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian dapat diperluas agar hasil penelitian menjadi lebih akurat dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Pearson Education.
- Fernando, M. (2024). Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada usaha kuliner. *Jurnal Manajemen Kontemporer*, 12(1), 15–26.
- Firmansyah, M. A. (2021). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. (2021). Keputusan pembelian konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 7(2), 70–82.
- Firmanto, A., Wahyuni, S., & Lestari, R. (2023). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 55–68.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2023). *Analisis Data Kuantitatif: Aplikasi dengan IBM SPSS*. Badan
- Hastuti, S., & Sari, D. P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 98–110.
- Hastuti, R., Sari, D. P., & Lestari, N. (2020). Kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi*, 5(2), 88–99.
- Hidayat, R., & Putra, A. (2021). Harga dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 44–55.
- Juhaila, R., Susanto, H., & Kurniawan, A. (2022). Kualitas pelayanan sebagai determinan keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 181–192.
- Kurniawan, R., & Saputra, D. (2021). Analisis kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 66–78.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Mulyati. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 90–101.
- Oktari, D. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi*, 6(1), 40–51.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). Model SERVQUAL dalam pengukuran kualitas pelayanan. *Journal of Marketing*, 64(1), 12–40.
- Putra, A., Hidayat, R., & Prasetyo, B. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada usaha kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 120–130.
- Rachma, A (2024) Pendidikan dan Pengajaran (JPPP), Studi Dokumentasi sebagai Teknik pengumpulan data
- Rahman, A., & Wulandari, S. (2021). Kualitas pelayanan sebagai determinan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 33–45.
- Rila, N. (2022). Harga dan persepsi konsumen dalam keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 88–99.
- Sahir, H. H. (2021). Metodologi Penelitian. Penerbit Qiara Media.
- Sangadji, E. M., Sopiah, & Pranoto. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 25–36.
- Sanusi, A. (2021). Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat.
- Saputra, I., Nugroho, S., & Wijaya, T. (2022). Persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 33–44.
- Sari, D., & Yuniah, N. (2021). Analisis keputusan pembelian berdasarkan persepsi harga. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 33–44.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2020). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Setiawan, A., Putri, R., & Lestari, D. (2021). Analisis kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 112–123.
- Subanna, R., Hidayat, A., & Prasetyo, B. (2021). Kualitas pelayanan sebagai faktor penentu keputusan pembelian pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 65–76.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafrina. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 37–48.
- Tjiptono, F., et al. (2020). Strategi peningkatan kualitas pelayanan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 151–162.
- Trisnawati, E (2024). Analisis Deskriptif Kuantitatif dalam evaluasi pelayanan public Melalui Instrumen Kuesioner. *Jurnal Statiska Dan Bisnis*, 3(2), 145–156
- Wahyuni, S. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 25–36.

- Wijaya, T., & Pratama, A. (2020). Analisis faktor harga dalam keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi*, 6(1), 15–26.
- Wulandari, S., & Rahman, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 101–112.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing*. McGraw-Hill.



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 Kuesioner

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PONDOK MAKAN RABEL KOTA PRABUMULIH

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama (*Jika Berkenan) :
2. Alamat : ☐ Prabumulih
: ☐ Lainnya
3. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki
: ☐ Perempuan
4. Usia : ☐ < 30 tahun
: ☐ 30 - 50 tahun
: ☐ ≥ 50 tahun
5. Frekuensi Kunjungan ke rumah makan : ☐ 1 kali
: ☐ 2-3 kali
: ☐ ≥ 3 kali

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan penilaian terhadap hal-hal dibawah ini dengan tanda (✓) yang paling tepat menurut saudara, Alternatif jawaban terdiri dari:

(SS): Sangat Setuju

(S): Setuju

(N): Netral

(TS): Tidak Setuju

(STS): Sangat Tidak Setuju

Variabel Kualitas Pelayanan		jawaban				
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Tempat usaha terlihat bersih dan rapi					
2	Karyawan berpakaian sopan dan rapi					
3	Pelayanan diberikan sesuai dengan yang dijanjikan					
4	Karyawan melayani dengan cepat					
5	Karyawan tanggap terhadap keluhan pelanggan					
6	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami					
7	Saya merasa aman dan nyaman saat bertransaksi					
8	Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan					
9	Karyawan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan					
10	Jam operasional sesuai dengan kebutuhan pelanggan					

Variabel Harga		Jawaban				
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga produk atau jasa terjangkau bagi saya					
2	Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan					
3	Harga bersaing dengan usaha sejenis					
4	Harga sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
5	Informasi harga disampaikan secara jelas					
6	Tidak ada biaya tambahan di luar harga yang ditentukan					
7	Harga sesuai dengan kemampuan ekonomi saya					
8	Tersedia potongan harga atau promo menarik					
9	Harga yang ditawarkan konsisten					
10	Saya merasa harga yang dibayar sepadan dengan pelayanan yang diterima					

Variabel Keputusan Pembelian		Jawaban				
No	Pertanyaan	SS	S	NT	TS	STS
1	Saya memutuskan membeli karena kebutuhan saya terpenuhi					
2	Saya mempertimbangkan kualitas pelayanan sebelum membeli					
3	Saya mempertimbangkan harga sebelum membeli					
4	Saya merasa yakin dalam mengambil Keputusan pembelian					
5	Saya tidak ragu dalam memilih produk atau jasa ini					
6	Saya puas setelah melakukan pembelian					
7	Saya berniat membeli Kembali di masa mendatang					
8	Produk atau jasa ini menjadi pilihan utama saya					
9	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain					
10	Saya merasa Keputusan pembelian saya sudah tepat					



Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner

No	KUALITAS PELAYANAN (X1)										TOTAL	HARGA X2										TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN Y										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46	5	5	4	5	4	3	4	3	4	5	42	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	44
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	37	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	39
5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	36	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	44
6	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	47	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	45	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47
7	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	42	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
8	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	44	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	45	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
9	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	36	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
10	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	38	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	36	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
11	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	36	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	35	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
12	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	45	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	46
14	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
15	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	35	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
16	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	45	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	43	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
17	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	46	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
18	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	44	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	45
19	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47
20	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
21	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	41	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
22	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	43	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	46
23	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
24	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	35	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	37	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	39
25	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	36	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	47
26	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	46	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
27	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	35	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	36	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
28	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	38	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
29	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	36	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
30	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
31	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
32	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	46	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
33	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	35	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
34	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47
35	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	46
36	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	46
37	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47
38	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	45	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
39	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	36	4	3	4	4	3	4	4	4	3	37	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
40	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	36	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37
41	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	35	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	37	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
42	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	43	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
43	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
44	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
45	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
46	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	37
47	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	45	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	46
48	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37
49	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	36	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	46	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	46	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
51	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44	4	5	4	5	4	5																

Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS 26

Hasil Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

a) Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
X1.1 Pearson Correlation	1	,214	,115	,134	,243*	,260*	,221	,061	,399**	,303*	,532**
Sig. (2-tailed)		,082	,354	,279	,047	,034	,072	,626	,001	,013	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.2 Pearson Correlation	,214	1	,245*	,340**	,182	,373**	,325**	,271*	,158	,159	,579**
Sig. (2-tailed)	,082		,046	,005	,140	,002	,007	,026	,203	,198	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.3 Pearson Correlation	,115	,245*	1	,142	,179	,384**	,234	,247*	,201	,227	,540**
Sig. (2-tailed)	,354	,046		,253	,147	,001	,057	,044	,103	,065	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.4 Pearson Correlation	,134	,340**	,142	1	,279*	,162	,210	,272*	,156	,290*	,535**
Sig. (2-tailed)	,279	,005	,253		,022	,191	,089	,026	,208	,017	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.5 Pearson Correlation	,243*	,182	,179	,279*	1	,162	,090	,267*	,232	,148	,494**
Sig. (2-tailed)	,047	,140	,147	,022		,189	,469	,029	,059	,231	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.6 Pearson Correlation	,260*	,373**	,384**	,162	,162	1	,272*	,494**	,244*	,124	,627**
Sig. (2-tailed)	,034	,002	,001	,191	,189		,026	,000	,047	,318	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.7 Pearson Correlation	,221	,325**	,234	,210	,090	,272*	1	,146	,400**	,194	,555**
Sig. (2-tailed)	,072	,007	,057	,089	,469	,026		,237	,001	,117	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.8 Pearson Correlation	,061	,271*	,247*	,272*	,267*	,494**	,146	1	,210	,268*	,574**
Sig. (2-tailed)	,626	,026	,044	,026	,029	,000	,237		,089	,028	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.9 Pearson Correlation	,399**	,158	,201	,156	,232	,244*	,400**	,210	1	,300*	,594**
Sig. (2-tailed)	,001	,203	,103	,208	,059	,047	,001	,089		,014	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.10 Pearson Correlation	,303*	,159	,227	,290*	,148	,124	,194	,268*	,300*	1	,543**
Sig. (2-tailed)	,013	,198	,065	,017	,231	,318	,117	,028	,014		,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
TOTAL Pearson Correlation	,532**	,579**	,540**	,535**	,494**	,627**	,555**	,574**	,594**	,543**	1
AL Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b) Hasil uji validitas variabel Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,291*	,387**	,724**	,392**	,439**	,318**	,558**	,563**	,392**	,727**
	Sig. (2-tailed)		,017	,001	,000	,001	,000	,009	,000	,000	,001	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.2	Pearson Correlation	,291*	1	,280*	,465**	,638**	,388**	,354**	,507**	,521**	,526**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,017		,022	,000	,000	,001	,003	,000	,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.3	Pearson Correlation	,387**	,280*	1	,343**	,315**	,481**	,533**	,476**	,449**	,345**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,001	,022		,005	,009	,000	,000	,000	,000	,004	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.4	Pearson Correlation	,724**	,465**	,343**	1	,280*	,515**	,456**	,481**	,602**	,503**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005		,022	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.5	Pearson Correlation	,392**	,638**	,315**	,280*	1	,267*	,303*	,490**	,390**	,478**	,648**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,009	,022		,029	,013	,000	,001	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.6	Pearson Correlation	,439**	,388**	,481**	,515**	,267*	1	,229	,529**	,475**	,455**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,029		,062	,000	,000	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.7	Pearson Correlation	,318**	,354**	,533**	,456**	,303*	,229	1	,285*	,389**	,385**	,616**
	Sig. (2-tailed)	,009	,003	,000	,000	,013	,062		,019	,001	,001	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.8	Pearson Correlation	,558**	,507**	,476**	,481**	,490**	,529**	,285*	1	,409**	,418**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,019		,001	,000	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.9	Pearson Correlation	,563**	,521**	,449**	,602**	,390**	,475**	,389**	,409**	1	,236	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,001	,001		,055	,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.10	Pearson Correlation	,392**	,526**	,345**	,503**	,478**	,455**	,385**	,418**	,236	1	,680**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,000	,000	,000	,001	,000	,055		,000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
TOTAL	Pearson Correlation	,727**	,710**	,667**	,771**	,648**	,687**	,616**	,741**	,719**	,680**	1
AL	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c) Hasil uji validitas variabel Keputusan pembelian (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
Y.1 Pearson Correlation	1	,522**	,288*	,465**	,235	,273*	,450**	,312*	,326**	,386**	,654**
Sig. (2-tailed)		,000	,018	,000	,055	,026	,000	,010	,007	,001	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.2 Pearson Correlation	,522**	1	,407**	,250*	,404**	,419**	,329**	,282*	,413**	,373**	,683**
Sig. (2-tailed)	,000		,001	,041	,001	,000	,007	,021	,001	,002	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.3 Pearson Correlation	,288*	,407**	1	,279*	,348**	,450**	,390**	,283*	,480**	,394**	,667**
Sig. (2-tailed)	,018	,001		,022	,004	,000	,001	,020	,000	,001	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.4 Pearson Correlation	,465**	,250*	,279*	1	,298*	,274*	,391**	,304*	,447**	,555**	,644**
Sig. (2-tailed)	,000	,041	,022		,014	,025	,001	,012	,000	,000	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.5 Pearson Correlation	,235	,404**	,348**	,298*	1	,325**	,318**	,454**	,341**	,515**	,652**
Sig. (2-tailed)	,055	,001	,004	,014		,007	,009	,000	,005	,000	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.6 Pearson Correlation	,273*	,419**	,450**	,274*	,325**	1	,265*	,437**	,475**	,279*	,646**
Sig. (2-tailed)	,026	,000	,000	,025	,007		,030	,000	,000	,022	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.7 Pearson Correlation	,450**	,329**	,390**	,391**	,318**	,265*	1	,196	,212	,324**	,595**
Sig. (2-tailed)	,000	,007	,001	,001	,009	,030		,113	,086	,008	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.8 Pearson Correlation	,312*	,282*	,283*	,304*	,454**	,437**	,196	1	,315**	,402**	,604**
Sig. (2-tailed)	,010	,021	,020	,012	,000	,000	,113		,009	,001	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.9 Pearson Correlation	,326**	,413**	,480**	,447**	,341**	,475**	,212	,315**	1	,442**	,680**
Sig. (2-tailed)	,007	,001	,000	,000	,005	,000	,086	,009		,000	,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.10 Pearson Correlation	,386**	,373**	,394**	,555**	,515**	,279*	,324**	,402**	,442**	1	,703**
Sig. (2-tailed)	,001	,002	,001	,000	,000	,022	,008	,001	,000		,000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
TOTAL Pearson Correlation	,654**	,683**	,667**	,644**	,652**	,646**	,595**	,604**	,680**	,703**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Reabilitas

a) Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,753	10

b) Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,882	10

c) Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,850	10

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

a) One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (metode monte carlo)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,40372945
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,047
	Negative	-,082
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2- tailed)	Sig.	,742 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound ,731
		Upper Bound ,753

a. Test distribution is Normal.

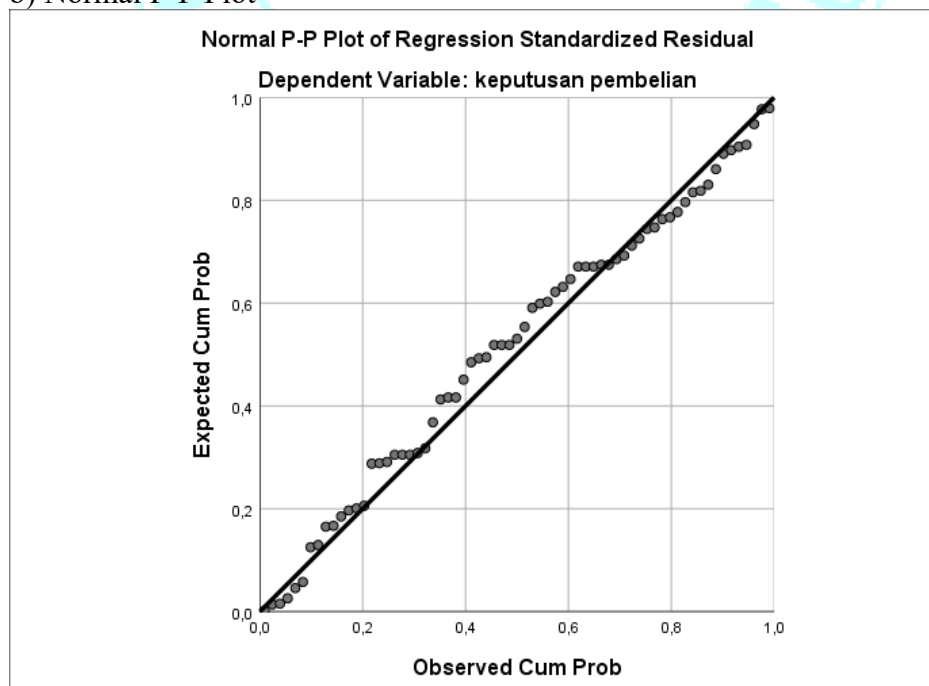
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

b) Normal P-P Plot

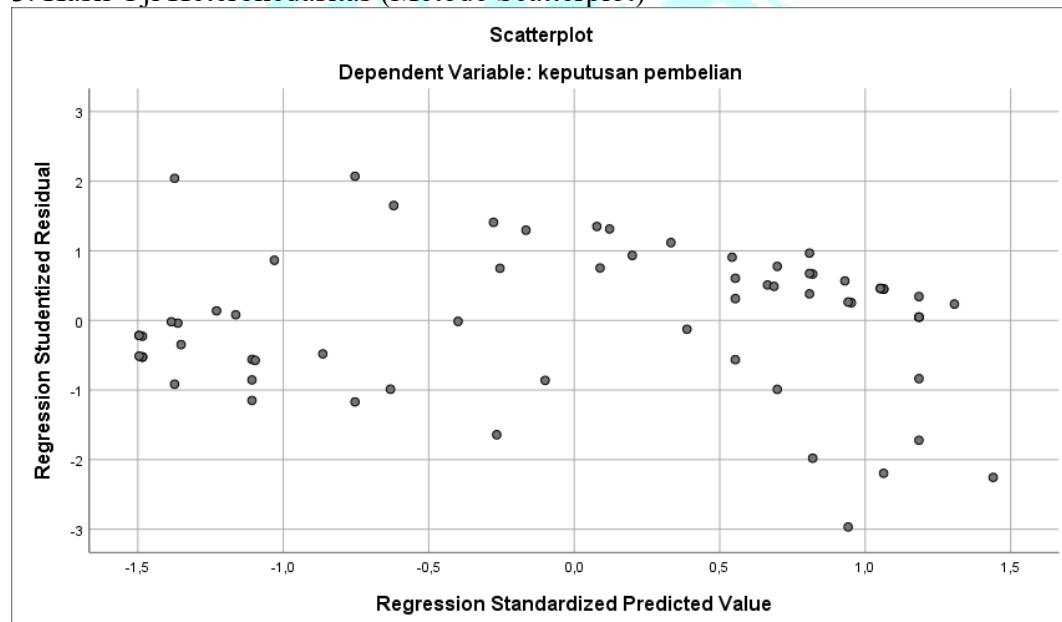


2. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	10,388	4,682		2,219	,030		
	kualitas pelayanan	,368	,130	,320	2,826	,006	,682	1,466
	harga	,402	,106	,429	3,795	,000	,682	1,466

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

3. Hasil Uji Heterokedasitas (Metode Scatterplot)



Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,388	4,682		2,219	,030
	kualitas pelayanan	,368	,130	,320	2,826	,006
	harga	,402	,106	,429	3,795	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10,388	4,682		2,219	,030
	kualitas pelayanan	,368	,130	,320	2,826	,006
	harga	,402	,106	,429	3,795	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

2. Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	604,052	2	302,026	25,280	,000 ^b
	Residual	764,635	64	11,947		
	Total	1368,687	66			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Analisis Koefisiensu Determinasi (R2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,664 ^a	,441	,424	3,457	1,953

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

c. Dependent Variable: keputusan pembelian

Lampiran 4 Tabulasi Distribusi Statistik

1. Tabel r (r-tabel)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568

2. Tabel t (t-tabel)

3. P r	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

3. Tabel f (f-tabel)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68

Lampiran 5 Surat Penelitian



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Prabumulih, 29 Januari 2026

Nomor : 137 /MNJ /FEB/ UNPRA/I/2026
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin
 Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth.
 Owner Pondok Makan Rabel
 Kota Prabumulih
 di
 Tempat

Berdasarkan kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen bahwa mahasiswa yang telah menyelesaikan seluruh mata kuliah diwajibkan untuk membuat Skripsi. Maka kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan izin kepada mahasiswa dibawah ini :

Nama	: Asti Amalia
NIM	: 2022110052
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih

Untuk melaksanakan penelitian sebagai bahan Skripsi di Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Dan mohon kiranya agar Bapak/Ibu dapat membantu untuk memberikan data yang relevan dengan Judul Skripsi tersebut.

Demikianlah surat permohonan penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Ketua Prodi Manajemen

Amardin, S.Pt., M.M.
 NIDN. 0207088802

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id

Lampiran 6 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : Asti Amalia
NIM : 2022110052
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING I : Yudi Tusri, S.E., M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
25/11/2021	Bab I	Par dalam latar belakang.		
27/11/2021	Bab I	Waktu penelitian Tipe penelitian. Perbaiki data pengumpul dan harga - kesimpul latar belakang		
4/1/2022	Bab I Par II	Perbaiki yg di berikan Acc		
		Perbaiki kembali teori yg Relevan. Acc		
9/1/2022	Par III	Perbaiki yg di berikan Acc		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233



Dosen Pembimbing I

Yudi Tusri, S.E., M.Si.
NIDN. 0214087201

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : Asti Amalia
NIM : 2022110052
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING I : Yudi Tusri, S.E., M.Si.

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
21/5 2026	Bab IV	Revisi: - keterangan top 3 tabel vdi t dan vdi t pembahasan		
3/6 2026	Bab IV	Perbaiki 79 di cover		
4/6 2026	Bab IV	Perbaiki 79 di cover fundamental Ace		
4/6 2026	Bab V	Ace		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
 NUPTK: 2544740641230233

Dosen Pembimbing I

Yudi Tusri, S.E., M.Si.
 NIDN. 0214087201

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : Asti Amalia
NIM : 2022110052
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : H. Zakaria Harahap, S.E., I.M.H.I

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
24/10/2021	Bab I	- perbaiki lagi bab ke-1 - buat singkat, don't repeat - perbaiki rumus - perbaiki penulisan rumus paragraf - numbering etc.		
25/10/2021	Bab I			
26/10/2021	Bab II	- perbaiki penulisan Rumus - Sub penomoran, penulisan, Unit dari Data (et.al.) - pemberian penomoran bagian halaman di tengah - perbaiki paragraf, tabel - perbaiki tanda baca		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M.
 NUPK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Zakaria Harahap, S.E., I.M.H.I
 NIDN. 0220107905

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : Asti Amalia
NIM : 2022110052
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : H. Zakaria Harahap, S.E., I.M.H.I

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
14/01/2023	Bab II	Ace	[Signature]	
17/01/2023	Bab III	- perbaikan tabel. penomoran pemeriksaan	[Signature]	
19/01/2023	Bab III	Ace	[Signature]	

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis**

Dr. H. Deshana, S.E., M.M
 NUPTK. 2544740641230233



Dosen Pembimbing II

Zakaria Harahap, S.E., I.M.H.I
 NIDN. 0220107905

[Signature]

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : Asti Amalia
NIM : 2022110052
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pondok Makan Rabel Kota Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : H. Zakaria Harahap, S.E., I.M.H.I

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
13/10/2020 5	bab IV & V.	perbaiki penulisan huruf kapital - lampiran B - tabel diberikan dengan format standar - tabel jangan terpotong - perbaiki penomoran		
20/10/2020 5	bab IV & V.	ACC.		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M.
 NIP. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Zakaria Harahap, S.E., I.M.H.I
 NIDN. 0220107905

Jalan Duta No. 50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713) 3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id

Lampiran 7 Dokumentasi



Lampiran 7 Riwayat Hidup



Asti Amalia adalah penulis dari skripsi ini. Penulis lahir di Desa Talang Balai, Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim, Provinsi Sumatra Selatan. Pada Tanggal 22 Agustus 2004 sebagai anak kedua dari empat bersaudara, dari pasangan bapak Sudarmo dan Ibu Yulisa. Penulis memulai pendidikan formal di SD Negeri 07 Belida Darat pada tahun 2010 dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2016. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke MTS Darussalam cambai dan lulus pada tahun 2019. Selanjutnya, penulis melanjutkan

pendidikan ke MA Darussalam cambai dan berhasil menyelesaikan pendidikan pada tahun 2022. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Prabumulih, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selama menempuh pendidikan tersebut, penulis aktif mengikuti kegiatan akademik dan menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi. Dengan semangat, ketekunan, serta motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Pondok Makan Rabel 55 Kota Prabumulih” penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaaat, menambah wawasan, serta menjadi bahan referensi bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan