

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. PROBESCO DISATAMA  
MEDAN**

***IMPACT OF THE PRICE, PRODUCT QUALITY, AND THE QUALITY OF  
SERVICE TOWARD THE PURCHASE DECISION IN PT. PROBESCO  
DISATAMA MEDAN***

**Idcha Bey Hutabarat<sup>1</sup>, Nurmaidah Ginting<sup>2</sup>, Erlita Julianti Sinaga<sup>3</sup>,  
Florentina Putri Indah Garamba<sup>4</sup>**

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

[nurmaidahginting@yahoo.com](mailto:nurmaidahginting@yahoo.com)<sup>1</sup>

**ABSTRACT**

*This research has the purpose of knowing the influence of Price, Product Quality, and Service Quality on Customer Purchase Decisions partially and simultaneously at PT Probesco Disatama, The research population is all customers of PT Probesco Disatama conducted with accidental sampling sample techniques obtained by 100 people. Adjusted R Square value is 0.825 which is a research-free variable in the form of Price, Product Quality and Quality of service contributes greatly in explaining the customer decision of PT Probesco Disatama by 82.50%, and the difference is influenced by other factors outside the research. The study concludes that Price has a significant effect on customer decisions, product quality has a significant effect and is the dominant variable influencing customer decisions, service quality has a significant effect on customer decisions as well as simultaneous price, product quality and service quality significantly affect customer decisions PT. Probesco Disatama.*

**Keywords:** *Price, Product Quality, Quality of the Service and Customer's Decision.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan dalam mengetahui pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan secara parsial maupun juga secara simultan pada PT Probesco Disatama, Populasi penelitian yaitu seluruh pelanggan PT Probesco Disatama yang dilakukan dengan teknik sampel *accidental sampling* diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 orang. Nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,825 yang dimana variabel bebas penelitian berupa Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan memberikan sumbangsih sangat besar dalam menjelaskan tentang Keputusan pelanggan PT Probesco Disatama sebesar 82,50% dan selisihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Kesimpulan penelitian adalah Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan merupakan variabel dominan mempengaruhi Keputusan pelanggan, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan serta secara simultan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan PT Probesco Disatama.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Keputusan pelanggan

## PENDAHULUAN

PT. PROBESCO DISATAMA MEDAN merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produk alat berat dan pemilihan alat berat yang tepat adalah peranan yang penting yang sangat dibutuhkan untuk mempercepat suatu pekerjaan maupun proyek besar.

Mesin yang digunakan harus tepat untuk melakukan pekerjaan dengan baik. Pekerjaan yang tidak efektif dan efisien dapat dicapai terutama untuk proyek karena kesalahan dalam pemilihan mesin. Keterlambatan dalam pelaksanaan proyek oleh karena itu dapat menyebabkan pengeluaran berlebih. Saat ini, berbagai barang alat berat dengan desain yang berbeda dari perusahaan manufaktur telah berkembang secara signifikan di sektor alat berat.

Alat berat sudah masuk ke beberapa wilayah wilayah, dan Medan salah satunya. Medan sebagai metropolis pengembangan harus dilengkapi dengan pekerjaan berat seperti bangunan, bangunan, penggalian, dan proyek mesin berat lainnya.

Keputusan pembelian pelanggan pada PT.Probesco Disatama Medan dalam penjualan produk tidak stabil terkadang mengalami kenaikan dan penurunan disetiap tahunnya. Berikut adalah tabel penjualan pada PT. Probesco Disatama Medan.

**Tabel 1. Data Penjualan PT.Probesco Disatama Medan**

Bulan	Target penjualan	Realisasi Pencapaian	Presentase
Januari	Rp.2.000.000.000	Rp.1.661.572.942	83%
Febuari	Rp.2.000.000.000	Rp. 834.152.837	41%
Maret	Rp.2.000.000.000	Rp.3.581.297.131	179%
April	Rp.2.000.000.000	Rp.5.863.104.277	293%
Mei	Rp.2.000.000.000	Rp.1.972.213.023	98%
Juni	Rp.2.000.000.000	Rp.4.723.440.775	236%
Juli	Rp.2.000.000.000	Rp.1.965.969.880	98%
Agustus	Rp.2.000.000.000	Rp.1.354.628.384	67%
September	Rp.2.000.000.000	Rp.4.800.655.798	240%
Oktober	Rp.2.000.000.000	Rp. 273.027.604	13%
November	Rp.2.000.000.000	Rp. 674.062.680	33%
Desember	Rp.2.000.000.000	Rp. 472.314.696	23%

Sumber PT. Probesco Disatama Medan, 2019

Tabel 1. diatas dapat terlihat bahwa penjualan pada PT. PROBESCO DISATAMA. Target yang ditetapkan perusahaan dari Januari 2019 - Desember 2019 sebanyak Rp. 2.000.000.000 perbulannya dan presentase tertinggi dicapai pada bulan April yaitu sebesar

293% dan presentase terendah dibulan oktober sebesar 13%.

Harga yang ditetapkan pada PT. PROBESCO DISATAMA masih lebih tinggi dibandingkan dengan harga pesaingnya dengan produk yang sama. Sehingga membuat pelanggan sering melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lainnya.

Dalam Keputusan Pembelian, kualitas barang juga berdampak pada banyak pembeli. Karena pembeli akan memilih barang-barang berkualitas tinggi karena mereka akan meningkatkan penjualan produk.

Kualitas Pelayanan PT. PROBESCO DISATAMA sering sekali mengalami komplain sehingga membuat para pelanggan kurang nyaman dalam pelayanan perusahaan ini.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan *kuantitatif*. Strategi kuantitatif adalah menyelidiki positivisme dengan menggunakan pengumpulan data instrumental, analisis data statistik, atau penyelidikan populasi, sampel, atau pengambilan sampel acak tertentu sugyono (2015).

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *deskriptif kuantitatif*. Pada saat tertentu dalam mengetahui pengetahuan atau teori dapat digunakan strategi yang disebut penelitian deskriptif (Mukthar 2013).

### Jenis Data

Jenis data yang digunakan daam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer berupa hasil wawancara peneliti kepada narasumber dari PT.PROBESCO DISATAMA MEDAN. Data sekunder berupa dokumen-dokumen maupun data-data dari perusahaan.

**Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara (Interview)
2. Penyebaran Kuesioner (Questionare)
3. Studi Dokumentasi

**Metode Pengolahan Data**

**Uji Validitas**

Uji validitas berlaku untuk melihat apakah kuesioner sah atau tidak. Jika pernyataan tentang kuesioner dapat menunjukkan pengukuran oleh kuesioner, kuesioner dianggap valid (Ghozali 2016).

**Tabel 2 Uji Validitas Item-Total Statistics**

Ques ioner	Harga (X1)		Kualitas produk (X2)		Kualitas pelayanan (X3)		Keputusan pembelian pelanggan (Y)	
	Pearso n correlation	Signifikan	Pearson correlation	Signifi kan	Pearson correlation	signifikan	Pearson correlation	Signifi kan
1	.635	0,05	.441	0,05	.657	0,05	.691	0,05
2	.584	0,05	.731	0,05	.740	0,05	.610	0,05
3	.557	0,05	.628	0,05	.551	0,05	.559	0,05
4	.738	0,05	.730	0,05	.549	0,05	.753	0,05
5	.459	0,05	.695	0,05	.769	0,05	.648	0,05
6	.557	0,05	.719	0,05	.577	0,05	.704	0,05
7	.715	0,05			.743	0,05	.689	0,05
8	.549	0,05			.683	0,05	.645	0,05
9	.792	0,05					.761	0,05
10	.734	0,05					.825	0,05

**Uji Reliabilitas**

Menurut (Ghozali 2016) Tes Keandalan adalah teknik untuk mengukur faktor atau indikasi konstruksi kuesioner. Uji reabilitas sendiri bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran tersebut dilakukan dengan cara berulang, dasar pengambilan keputusan adalah kuesioner dikatakan reable jika nilai cronbach alpha > 0,6.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria	N of item	Keterangan
Harga	0.928	0,60	10	Reliable
Kualitas Produk	0.949	0,60	6	Reliable
Kualitas Pelayanan	0.919	0,60	8	Reliable
Keputusan Pembelian Pelanggan	0.927	0,60	10	Reliable

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisa Deskriptif**

**Tabel 4. Data Deskriptif Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	100	18	50	33.84	6.594
Kualitas Produk	100	11	30	20.42	3.964
Kualitas Pelayanan	100	17	40	26.70	5.117
Keputusan Pelanggan	100	21	50	33.09	6.502
Valid N (listwise)	100				

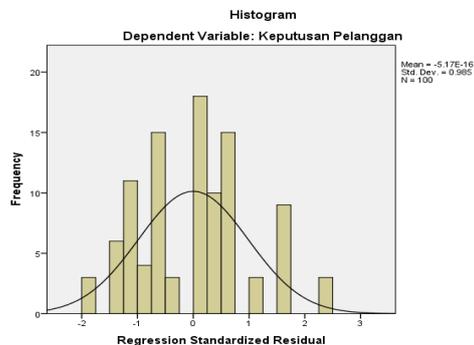
Sumber: Hasil *Output* SPSS (2021)

Dari Hasil *output* Tabel diatas berdasarkan jawaban 100 responden maka hasil pengukuran variabel Harga (X1) angka minimal 18, nilai maksimal 50, rata-rata 33.84 dan standar deviasi 6.594. Kualitas Produk (X2) nilai minimal 11, nilai maksimal 30, rata-rata 20.42 dan standar deviasi 3.964. Kualitas Pelayanan (X3) nilai minimal 17, maksimal 40, rata-rata 26.70 dan standar deviasi 5.177. Keputusan Pelanggan (Y) nilai minimal 21, maksimal 50, rata-rata 33.09 dan standar deviasi 6.502.

**Uji Asumsi Klasik**

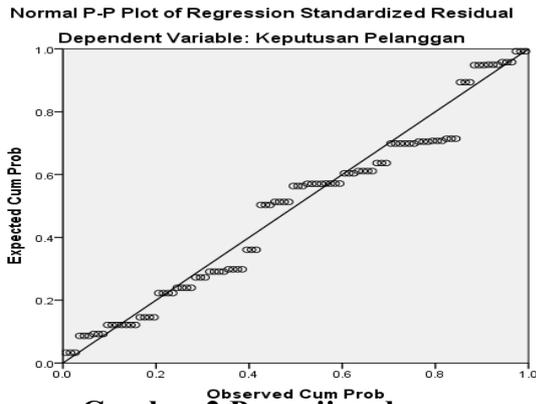
Uji asumsi klasik merupakan menilai kinerja model regresi linear. Uji heteroskedastisitas, Uji normalitas, dan Uji multikolinearitas termasuk dalam tes asumsi dasar ini.

**Uji Normalitas**



**Gambar 1. Uji Normalitas**

Pada Gambar 1 grafik histogram normalitas, residual data telah menunjukkan menggambarkan bentuk pola distribusi yang normal dan kurva normal membentuk lonceng.



**Gambar 2** Pengujian dengan Probability Plot

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2021)

Pada Gambar 2, Dapat diamati bahwa, mengikuti data di sepanjang garis diagonal, bentuk P-plot menggambarkan titik penyebaran sedikit jauh dari garis diagonal, yang berarti data didistribusikan.

**Tabel 5.** Hasil Experimen Normalitas One-Sample Kolmogorov Test Smirnov

		Keputusan Pelanggan
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	33.0900
	Std. Deviation	6.50267
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.177
	Positive	.105
	Negative	-.177
Test Statistic		.177
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 <sup>b</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber Data : Hasil *Output* SPSS (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 4. Dapat ditunjukkan bahwa data biasanya didistribusikan dengan asimpic. Nilai signifikansi uji statistik 0,177, sementara 0,070 di atas 0,05 atau 5 persen signifikan. Atau nilai asymp.sig (2-tailed) > 0,05 dengan demikian nilai *Asymp.Sig* > 0,05 (0,100 > 0,05).

### Uji Multikolonieritas

**Tabel 6** Uji Multikolinieritas

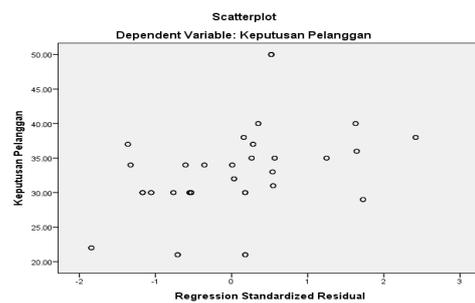
Model	Coefficients <sup>a</sup>	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga	.182	5.505
Kualitas Produk	.252	3.976
Kualitas Pelayanan	.161	6.214

a. Dependent Variable: Keputusan pelanggan

Sumber Data : Hasil *Output* SPSS (2021)

Berdasarkan angka dalam Tabel 5. Nilai toleransi pada setiap variabel adalah > 0,10, kemudian nilai VIF lebih kecil dari 10. Demikian dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 3.** Histogram Scatterplot

Sumber Data : Hasil *Output* SPSS (2021)

Diketahui bahwa titik tersebut meluas secara acak berdasarkan data pada gambar 3 dan tidak membuat pola tertentu dan meluas di atas ataupun disekitar nol di sumbu y. Heteroskedastis tidak ditemukan dengan model regresi karenanya dalam memperkirakan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan sebagai faktor independen atas keputusan pelanggan dapat digunakan Model Regresi.

**Uji Hipotesis**  
**Uji Regresi Linier Berganda**  
**Tabel 7. Uji Regresi linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
		1	(Constant)	.916	1.509	
	Harga	.274	.097	.278	.182	5.505
	Kualitas produk	.580	.138	.354	.252	3.976
	Kualitas pelayanan	.414	.133	.326	.161	6.214

a. Dependent Variable: Keputusan pelanggan

Sumber Data : Hasil *Output* SPSS (2021)

$$Y = 0,916 + 0,274 \text{ Harga} + 0,580 \text{ Kualitas Produk} + 0,414 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$$

**Koefisien Determinasi *Adjusted* (R<sup>2</sup>)**  
**Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.911 <sup>a</sup>	.830	.825	2.72053	1.831

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Harga  
 b. Dependent Variable: Keputusan pelanggan

Sumber Data : Hasil *Output* SPSS (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 7, diketahui Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* yaitu 0,825 atau *adjusted R<sup>2</sup>* x 100% sebesar 82,50%, artinya Harga, Kualitas produk dan Kualitas pelayanan memberikan sumbangsih besar dalam menjelaskan tentang Keputusan pelanggan sebesar 82,50% sedangkan sisanya 17,50% Faktor-faktor lain di luar dari penelitian ini, termasuk variabel campuran pemasaran, promosi, kecenderungan pembelian, keadaan pribadi, dan keadaan, kebijakan pemerintah, dan lingkungan ekonomi nasional, mempengaruhi mereka.

**Uji F (Secara Simultan)**  
**Tabel 9. Hasil Statistik Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3475.666	3	1158.555	156.534	.000 <sup>b</sup>
	Residual	710.524	96	7.401		
	Total	4186.190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Harga

Sumber Data : Hasil *Output* SPSS (2021)

Berdasarkan data dalam Tabel 8, dapat dijelaskan pengaruh simultan dari variabel independen keseluruhan pada keputusan pelanggan (Y) di mana diperoleh nilai Fhitung Harga (X<sub>1</sub>), Kualitas produk (X<sub>2</sub>) dan kualitas Layanan (X<sub>3</sub>) adalah 156.534 dan nilai ttabel adalah 2.462, fhitung > ftabel (24.139 > 2.462) dan nilai SIG 0,000 < 0,05, sehingga dinyatakan bahwa Harga, Kualitas produk, dan kualitas layanan secara bersamaan berdampak signifikan pada keputusan pelanggan pada PT Probesco Disatama.

**Uji t (Secara Parsial)**  
**Tabel 10. Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.607	.546		
	Harga	2.817	.006	.182	5.505
	Kualitas produk	4.218	.000	.252	3.976
	Kualitas pelayanan	3.110	.002	.161	6.214

a. Dependent Variable : Keputusan pelanggan

Sumber Data : Hasil *Output* SPSS (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 9, dapat diuraikan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut:

1. Hasil pengaruh secara parsial Harga (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan pelanggan (Y) dimana diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> Harga (X<sub>1</sub>) adalah 2,817 dan nilai t<sub>tabel</sub> sebesar 1,983 dengan ketentuan nilai t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> (2,817 > 1,983) dan nilai sig < 0,05 (0,006 < 0,05), sehingga dinyatakan bahwa Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan pada PT Probesco Disatama

- Medan.
2. Hasil pengaruh secara parsial Kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan pelanggan (Y) dimana diperoleh nilai  $t_{hitung}$  Kualitas produk ( $X_2$ ) adalah 4,218 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,983 dengan ketentuan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,218 > 1,983$ ) dan nilai  $sig < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dinyatakan bahwa Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan pada PT Probesco Disatama Medan.
  3. Hasil pengaruh secara parsial Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan pelanggan (Y) dimana diperoleh nilai  $t_{hitung}$  Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) adalah 3,110 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,983 dengan ketentuan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,110 > 1,983$ ) dan nilai  $sig < 0,05$  ( $0,002 < 0,05$ ), sehingga dinyatakan bahwa Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan pada PT Probesco Disatama Medan.
  4. Hasil Uji F menyatakan variabel Harga ( $X_1$ ), variabel Kualitas produk ( $X_2$ ), dan variabel Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) secara simultan mempengaruhi secara signifikan atas Keputusan pelanggan pada PT Probesco Disatama Medan dan nilai  $sig < 0,05$ .

#### Saran

Untuk bahan pelajaran diperpustakaan dan kepada adek junior yang akan melakukan penelitian selanjutnya

1. Pemimpin PT Probesco Diatama Medan disarankan untuk dapat mempertahankan Keputusan pelanggan agar tetap tersedia melakukan pembelian produk alat berat yang dijual perusahaan selama ini dengan meningkatkan minat beli pelanggan dan berorientasi pada kinerja produk yang berkualitas untuk mendukung peningkatan penjualan perusahaan.
2. Pimpinan PT Probesco Disatama Medan disarankan kiranya memberi perhatian yang lebih pada Harga produk dan Kualitas pelayanan dengan mendorong penetapan harga yang sesuai dengan kualitas maupun harga jual sesuai dengan harga pasar dan mendorong pegawai bekerja dan melayani pelanggan dengan baik, sehingga pelanggan berkomitmen dan mengambil keputusan membeli produk.
3. Kepada Universitas Prima Indonesia, semoga penelitian ini dapat menjadi acuan untuk bahan pelajaran diperpustakaan dan kepada adek junior yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
4. Para peneliti bahwa hasil penelitian ini mungkin diuraikan lebih lanjut dengan menambahkan beberapa variabel lain yang belum diselidiki dalam penelitian.

#### PENUTUP

##### Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan :

1. Hasil Uji t menyatakan variabel Harga ( $X_1$ ) secara parsial mempengaruhi secara signifikan atas Keputusan pelanggan pada PT Probesco Disatama Medan dan nilai  $sig < 0,05$ .
2. Hasil Uji t menyatakan variabel Kualitas produk ( $X_2$ ) secara parsial mempengaruhi secara signifikan atas Keputusan pelanggan pada PT Probesco Disatama Medan dengan nilai  $sig < 0,05$ .
3. Berdasarkan hasil Uji t menyatakan variabel Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) secara parsial memiliki pengaruh signifikan atas Keputusan pelanggan dan merupakan variabel yang mempengaruhi Keputusan pelanggan secara dominan dan nilai  $sig < 0,05$ .

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin, Francis Tantri. (2015). *Manajemen Pemasaran* Edisi 1 Cetakan 4, Jakarta : Rajawali Pers
- Afifi, John. (2014). *Inovasi-inovasi Kreatif Manajemen Kelas dan Pengajaran Efektif*. Jogjakarta : Diva Press.
- Ali hasan (2014). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Buku I, cetakan kedua. Penerbit CAPS, Yogyakarta.
- Ali Hasan, 2016. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta
- Anwar Sanusi, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*. Indonesia, Jakarta.
- Danang Sunyoto. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS
- Ghozali . (2016). *Aplikasi Analisis Multivarieta Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Malau, Harman, (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modelnisasi Global*. Bandung : CV. Alfabeta
- Mukhtar, (2013). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : GP Press Group.
- Santoso, Slamet (2014). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*, Ponorogo : Umpo Press.
- Sugyono (2015), *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sungadji dan Sopiah, (2013), *perilaku konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*.Cetakan Ke-1. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategic*. Edisi Kedua. Yogyakarta : AND