

## **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA BENGKEL LAS SARIRA MELALUI KEPUASAN**

**Abigael Kiding Allo**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE), Jambatan Bulan, Timika, Indonesia

[Abigaeliidingallogalo@gmail.com](mailto:Abigaeliidingallogalo@gmail.com)

**Gabriella**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE), Jambatan Bulan, Timika, Indonesia

[gabrielatangaran@gmail.com](mailto:gabrielatangaran@gmail.com)

**Stepanus Sandy \*<sup>1</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE), Jambatan Bulan, Timika, Indonesia

[Stepanussandy09@gmail.com](mailto:Stepanussandy09@gmail.com)

### **Abstract**

The aim of this research is to test whether service quality and price perceptions influence purchasing decisions at Sarira welding workshop services through satisfaction. The sample in this study came from the respondent population, namely customers of the Sarira welding workshop. The research method used in this research is the associative method. The analytical instrument in this research is a path analysis instrument using SPSS. Based on the results of research and data analysis, it shows that service quality has no significant effect on purchasing decisions, price perception has no significant effect on purchasing decisions, satisfaction has a significant effect on purchasing decisions, service quality has no significant effect on satisfaction, price perception has a significant effect on satisfaction, service quality has no has a significant influence on purchasing decisions through satisfaction and price perception has a significant influence on purchasing decisions through satisfaction. Testing was carried out partially for each variable.

**Keywords:** service quality, price perception, purchasing decisions, satisfaction.

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa bengkel las Sarira melalui kepuasan. Sampel dalam penelitian ini berasal dari populasi responden yaitu pelanggan bengkel las Sarira. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Instrumen analisis dalam penelitian ini adalah instrument analisis jalur path analysis dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan

---

<sup>1</sup> Korespondensi Penulis

terhadap kepuasan, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan serta persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan. Pengujian dilakukan secara parsial dari masing-masing variabel.

**Kata Kunci :** kualitas pelayanan, persepsi harga, keputusan pembelian, kepuasan.

## PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan yang melakukan serangkaian aktivitas jual beli barang atau jasa untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Kegiatan usaha yang terorganisasi yang secara umum ada di dalam industri itu sendiri dengan menjalankan kegiatan bisnis yang mengkombinasikan empat macam sumber yaitu: material, human, finansial, dan informasi. Bisnis meliputi sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintah yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Pada dasarnya usaha ini ditekankan pada perorangan atau sekelompok orang.

Saat ini perkembangan dan persaingan bisnis semakin ketat, kebijakan dan strategi dari perusahaan-perusahaan juga mengalami banyak inovasi dan kreativitas salah satunya bisnis dalam bidang bengkel. Bengkel adalah tempat di mana seseorang melakukan pekerjaannya melayani jasa perbaikan dan perawatan, dalam hal ini pembuatan atau perbaikan sebuah barang dengan menampilkan keterampilan tentang peralatan dan metode membuat, membentuk, mengubah bentuk, ataupun merakit menjadi suatu karya.

Salah satu bengkel yang sering dijumpai adalah bengkel las. Bengkel las merupakan tempat di mana menyediakan jasa pengelasan berbagai jenis logam. Sedangkan pengertian pengelasan adalah suatu teknik penghubungan logam dengan cara mencairkan sebagian logam induk dan logam pengisi dengan atau tanpa tekanan dan dengan atau tanpa logam penambah dan menghasilkan barang yang banyak diminati oleh para konsumen sehingga dari itu bisnis bengkel las ini banyak diminati, karena bisnis di bidang ini menjanjikan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, saat ini sangat banyak ditemui usaha dibidang pengelasan. Pengerjaan di bidang pengelasan membutuhkan pengalaman, keterampilan, ketelitian dan membutuhkan kehati-hatian bagi pekerja untuk mengerjakan pengelasan. Di samping itu, pekerja harus memperhatikan keselamatan dirinya maupun lingkungannya, karena berkaitan dengan pembakaran besi atau api.

Kabupaten Mimika merupakan bagian dari provinsi Papua tengah yang saat ini sedang mengalami perkembangan dalam hal pembangunan, baik jalan, gedung dan kepemilikan mobil dan benda-benda lainnya yang terbuat dari besi. Dengan adanya peluang usaha dalam jasa layanan perbaikan atau reparasi membuat banyak para ahli dalam bidang reparasi yang tertarik dalam membuka sebuah usaha tersebut. Maka dari

itu di Kabupaten Mimika ini banyak terdapat bengkel las yang tersebar di berbagai lokasi antara lain:

**Tabel 1.1**  
**Bengkel Las Di Kabupaten MIMIKA Tahun 2023**

No	Bengkel Las Di Kabupaten Mimika	Alamat
1	Bundaran Raya Bengkel Las	JL. Cendarwasih
2	Bengkel Las Monek Timika	Kantor pajak, JL. Cendrawasih sp2
3	Bengkel Las Cahaya Barru	JL. Leo mamiri, Nawaripi
4	Bengkel Las Timika	JL. Pattimura Ujung, Naaripi
5	Bengkel Las SKS	JL. Busiri ujung Gg cemara
6	Bengkel Las Bang Adi Jaya	Unnamed Road, Karang senang, Kec. Kuala Kencana
7	Bengkel Las Dan Reklame Fadhil Sarana steel	JL. Jend. Ahmad Yani Koperapoka
8	Bengkel Las Purnama	Wonosari Jaya, kec Mimika Baru
9	Bengkel Las Jaya	JL. Soponyono, Wonoari Jaya, kec Mimika Baru
10	Bengkel Las Twin Glory	JL. Semangka, Simpang 5 Cendrawaiah sp Timika Jaya
11	Bengkel Las Pak Dhe	SP Jalur 1, JL. Durian Timika Jaya
12	Bengkel Las kilo 9 "Sinar Teknik"	JL. Timika- Pomako, kilo 9, Kamoro Jaya
13	Bengkel Samudra	Karang Senang, KEC. Kuala Kencana
14	Bengkel Las Sarira	JL. C Heatubun

Sumber:Bengkel di Kabupaten MIMIKA 2023

Sebagaimana di perhatikan dari tabel 1.1 terdapat beberapa bengkel las yang berada di berbagai lokasi, maka dari itu usaha dalam bidang bengkel las ini mempunyai persaingan yang kuat antara satu usaha bengkel las dan bengkel las lainnya, sehingga setiap bengkel las yang ada di kabupaten Mimika ini harus memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat menarik para konsumen untuk membeli barang yang mereka tawarkan.

Salah satu bengkel las yang ada di Timika ini adalah, bengkel Las Sarira JL C.heatubun, kabupaten Mimika, provinsi Papua Tengah yang didirikan Marten Tanete Saalino tahun 2016 yang memiliki 7 karyawan yang buka dari pukul 08.00-17.00 WIT. Bengkel Las ini mengerjakan pengrajan pagar, stainless, trails jendela, kanopy, railing tangga yang memiliki harga masing-masing antara lain:

**Tabel 1.2**  
**Harga barang di bengkel Las Sarira**

No	Barang	Harga
1	Pagar	Rp 500.000 /meter
2	Kanopi	Rp 450.000 /meter
3	Trails jendela	Rp 350.000 /lubang
4	Stainless	Rp1.700,000 /meter
5	Railing tangga	Rp 650.000 /meter

Sumber:bengkel Las Sarira 2023

Harga yang ditawarkan, dan pelayanan yang menggunakan tenaga pekerja ahli tidak serta merta membuat pelanggan menjadi puas. Akan tetapi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan itu sendiri dan persepsi harga.

Pada bengkel Las Sarira untuk kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik dalam melayani pelanggan, kualitas pekerjaan, peralatan dan fasilitas, serta keahlian teknis yang diberikan terbilang baik, berkualitas, ramah sehingga banyak konsumen yang datang ke Bengkel Las Sarira untuk menggunakan jasa mereka.

Persepsi harga adalah bagaimana seseorang memandang atau menilai harga suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh bengkel las. Persepsi harga dapat berbeda-beda antara satu orang dengan orang lain, tergantung pada latar belakang, pengalaman, kebutuhan, dan preferensi masing-masing. Persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih bengkel las, apakah ia merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan atau tidak. Oleh karena itu, bengkel las harus mempertimbangkan persepsi harga pelanggan dalam menentukan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang diberikan. Di Bengkel Las Sarira sendiri untuk harga terbilang murah dibandingkan bengkel las yang lain di area Kabupaten Mimika. Contohnya pada bengkel las salah satu yang di Timika yaitu bengkel Las Pak Dhe, harga yang diberikan lebih mahal dibandingkan harga bengkel Las Sarira.

Kepuasan pelanggan dalam bengkel las Sarira merujuk pada tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh bengkel las Sarira dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam hal pengelasan. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan dapat diukur melalui seberapa baik bengkel las Sarira mampu memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, seperti waktu penggerjaan yang tepat, kualitas pengelasan yang baik, harga yang wajar, dan pelayanan yang ramah dan profesional. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, bengkel las Sarira perlu memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- a. Memiliki teknisi yang kompeten dan berpengalaman dalam bidang pengelasan.
- b. Menggunakan peralatan dan bahan yang berkualitas tinggi untuk memastikan hasil pengelasan yang baik.

- c. Menawarkan harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan.
- d. Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional kepada pelanggan.
- e. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memberikan layanan purna jual yang memuaskan.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, bengkel las Sarira dapat memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga pelanggan akan merasa puas dan memiliki kembali menggunakan jasa bengkel las Sarira di masa depan serta merekomendasikan bengkel tersebut kepada orang lain.

Keputusan pembelian bengkel las dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya:

- a. Kualitas pekerjaan: Salah satu faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian bengkel las adalah kualitas pekerjaan yang dihasilkan. Pelanggan akan mencari bengkel las yang mampu memberikan hasil pekerjaan yang berkualitas tinggi, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- b. Pelayanan dan responsivitas: Pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh pelayanan dan responsivitas bengkel las. Pelanggan akan mencari bengkel las yang memberikan pelayanan yang baik, cepat dalam merespon permintaan, dan mampu memberikan solusi atas berbagai masalah yang muncul selama proses pengrajan.

Dari keputusan pembelian di Bengkel Las Sarira sendiri menurut para pelanggan untuk kualitas pekerjaan sudah maksimal di mana hasil pekerjaan karyawan sudah berkualitas sehingga memuaskan bagi para pelanggan. Pelayanan dan responsivitas di Bengkel Las Sarira sendiri juga sudah baik, menurut para pelanggan Bengkel Las Sarira sendiri karena kualitas serta pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah baik dan ramah, sehingga banyak konsumen menggunakan jasa bengkel tersebut.

Pada dasarnya, bagaimana suatu konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil yang mempunyai pengaruh kuat baik kepada minat beli dan kepuasan dalam pembelian melalui kualitas pelayanan dan budaya organisasi. Berdasarkan kondisi latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderator”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini berupa metode asosiatif. Metode asosiatif digunakan untuk mengetahui variabel-variabel kinerja dalam hal ini metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan sebagai variabel moderator.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Data**

## **Uji Ketepatan Model**

Dalam proses analisis data, model penelitian dibagi menjadi dua substruktur dimana hasil pengujian ketepatan model masing-masing substruktur dapat dijelaskan sebagai berikut:

### a. Uji Ketepatan Model Substruktur Pertama

Pada model sub struktur pertama dilakukan pengujian pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ), persepsi harga ( $X_2$ ) dan Kepuasan ( $Z$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hasil uji ketepatan model substruktur pertama dapat dilihat pada tabel 5.1

**Tabel 5.1**  
**Uji Ketepatan Model Sub Struktur Pertama**

ANOVA <sup>a</sup>		
Model	F	Sig.
1	Regression	256,863
	Residual	
	Total	
a. Dependent Variable: Y		
b. Predictors: (Constant), Z, X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub>		

*Sumber: hasil pengolahan data (2023)*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5.1 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau lebih besar dari alfa 5% dengan demikian dapat disimpulkan model penelitian pada substruktur pertama dinyatakan layak (fit) sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

### b. Uji Ketepatan Model Substruktur Pertama

Pada model sub struktur kedua dilakukan pengujian pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan persepsi harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan ( $Z$ ). Hasil uji ketepatan model substruktur pertama dapat dilihat pada tabel 5.1

**Tabel 5.2**  
**Uji Ketepatan Model Sub Struktur Kedua**

ANOVA <sup>a</sup>		
Model	F	Sig.
1	Regression	212,109
	Residual	
	Total	
a. Dependent Variable: Z		
b. Predictors: (Constant), X <sub>2</sub> , X <sub>1</sub>		

*Sumber: hasil pengolahan data (2023)*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5.2 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau lebih besar dari alfa 5% dengan demikian dapat

disimpulkan model penelitian pada substruktur kedua dinyatakan layak (fit) sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

### **Analisis Jalur (Path Analysis)**

Berdasarkan analisis regresi pada masing-masing model substruktur seperti yang disajikan pada tabel 5.3 digunakan sebagai dasar dalam menghitung analisis jalur.

**Tabel 5.3**  
**Hasil Analisis Regresi Masing-Masing Substruktur**

<b>Sub Struktur Pertama</b>			
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	t	Sig.
,886	1,29036		
<b>Coefficients</b>			
	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)		7,705	,000
X1	,104	1,819	,072
X2	-,145	-1,519	,132
Z	1,000	12,694	,000
<b>Sub Struktur Kedua</b>			
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	t	Sig.
,810	1,46222		
<b>Coefficients</b>			
	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)		4,589	,000
X1	-,091	-1,240	,218
X2	,973	13,319	,000

*Sumber: hasil pengolahan data (2023)*

Langkah-langkah dalam perhitungan analisis jalur adalah sebagai berikut:

- Menentukan pengaruh error pada masing-masing substruktur

Besarnya pengaruh error pada subsstruktur pertama adalah sebagai berikut:

$$Pe1 = \sqrt{1 - R_1^2}$$

$$Pe1 = \sqrt{1 - 0,886}$$

$$Pe1 = \sqrt{0,114}$$

$$Pe1 = 0,34$$

Besarnya pengaruh error pada substruktur kedua adalah sebagai berikut:

$$Pe2 = \sqrt{1 - R_2^2}$$

$$Pe2 = \sqrt{1 - 0,81}$$

$$Pe2 = \sqrt{0,19}$$

$$Pe2 = 0,44$$

b. Menentukan koefisien determinasi total

Tujuan dilakukan perhitungan nilai koefisien determinasi total adalah untuk menentukan kekuatan pengaruh masing-masing variabel penelitian. Nilai koefisien determinasi total dalam model penelitian ini dihitung sebagai berikut:

$$R_m^2 = 1 - (P_{e1}^2)(P_{e2}^2)$$

$$R_m^2 = 1 - (0,34^2)(0,44^2)$$

$$R_m^2 = 1 - (0,116)(0,194)$$

$$R_m^2 = 1 - 0,032$$

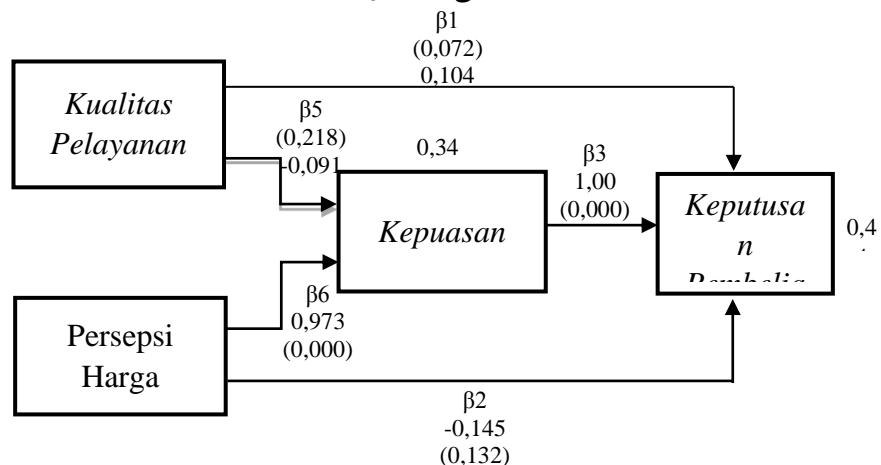
$$R_m^2 = 0,97$$

Koefisien determinasi total sebesar 0,97 atau 97% yang berarti model penelitian ini mampu menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga baik baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan sebesar 97% sedangkan 3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

c. Model diagram jalur path

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada tabel 5.3, maka digambarkan diagram jalur seperti pada gambar 5.1

**Gambar 5.1 Diagram Jalur Path**



*Sumber: hasil pengolahan data (2023)*

Berdasarkan diagram jalur pada gambar 5.1 dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian maupun terhadap kepuasan. Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung melalui kepuasan dengan koefisien path pengaruh tidak langsung  $= -0,091 \times 1,00 = 0,091$ . Persepsi harga memberikan pengaruh tidak langsung ke keputusan pembelian melalui kepuasan dengan koefisien path pengaruh tidak langsung  $= 0,973 \times 1,00 = 0,973$ .

### Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan, maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

#### a. Pengujian hipotesis pengaruh langsung

Perbandingan nilai signifikansi pengaruh masing-masing substruktur disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 5.4  
Nilai Signifikansi Pengaruh**

Substruktur	Variabel	Sig.
1	Kualitas Pelayanan	0,072
	Persepsi Harga	0,132
	Kepuasan	0,000
Dependent Variable: Keputusan Pembelian		
2	Kualitas Pelayanan	0,218
	Persepsi Harga	0,000
Dependent Variable: Kepuasan		

*Sumber: hasil pengolahan data (2023)*

Pengujian hipotesis pengaruh langsung adalah sebagai berikut:

#### a) Hipotesis 1

$H_0$  = Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

$H_a$  = Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Diketahui nilai signifikansi pengaruh adalah sebesar 0,072 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang

berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b) Hipotesis 2

$H_0$ = Diduga persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

$H_a$ = Diduga persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Diketahui nilai signifikansi pengaruh adalah sebesar 0,132 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

c) Hipotesis 3

$H_0$ = Diduga kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

$H_a$ = Diduga kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Diketahui nilai signifikansi pengaruh adalah sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

d) Hipotesis 4

$H_0$ = Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

$H_a$ = Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

Diketahui nilai signifikansi pengaruh adalah sebesar 0,218 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

e) Hipotesis 5

$H_0$ = Diduga persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

$H_a$ = Diduga persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

Diketahui nilai signifikansi pengaruh adalah sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Pengujian hipotesis pengaruh langsung

Nilai koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung dapat disajikan pada tabel 5.5

**Tabel 5.5**  
**Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak langsung**

Pengaruh	Hubungan Variabel	Koefisien Jalur
Langsung	X <sub>1</sub> -----> Y	0,104
	X <sub>2</sub> -----> Y	-0,145
	Z -----> Y	1,000
	X <sub>1</sub> -----> Z	-0,091
	X <sub>2</sub> -----> Z	0,973
Tidak Langsung	X <sub>1</sub> --->Z--->Y	-0,091
	X <sub>2</sub> --->Z--->Y	0,973

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung adalah sebagai berikut:

a) Hipotesis 6

H<sub>0</sub>= Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan.

H<sub>a</sub>= Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan.

Diketahui koefisien jalur pengaruh langsung antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,104 sedangkan koefisien jalur pengaruh tidak langsung melalui kepuasan adalah sebesar -0,091 artinya DE(*direct effect*) > IE (*indirect effect*) sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan

b) Hipotesis 7

H<sub>0</sub>= Diduga persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan

H<sub>a</sub>= Diduga persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan

Diketahui koefisien jalur pengaruh langsung antara persepsi harga dan keputusan pembelian adalah sebesar -0,145 sedangkan koefisien jalur pengaruh tidak langsung melalui kepuasan adalah sebesar 0,973 artinya DE(*direct effect*) < IE (*indirect effect*) sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima

yang berarti persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan.

### **Pembahasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dilakukan pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh tidak signifikan dibuktikan dengan hasil hipotesis Ho diterima dan Ha ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel Las Sarira lebih rendah dari pada yang diharapkan sehingga tidak memberikan kepuasan untuk melakukan keputusan pembelian pada Bengkel Las Sarira.

b. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh tidak signifikan dibuktikan dengan hasil hipotesis Ho diterima dan Ha ditolak. Hasil penelitian yang tidak signifikan disebabkan karena pada pelanggan Bengkel Las Sarira mempertimbangkan persepsi harga dimana responden menganggap bahwa persepsi harga yang diberikan oleh Bengkel Las Sarira kurang memuaskan serta tidak sesuai. Hasil penelitian ini dapat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Mendur et al., (2021: 107) yang menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

c. Pengaruh kepuasan terhadap keputusan pembelian

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh signifikan dibuktikan dengan hasil hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima. Pada responden menganggap bahwa kepuasan yang diberikan oleh Bengkel Las Sarira telah memenuhi kepuasan pelanggan sehingga dianggap berpengaruh positif. Hasil penelitian yang signifikan dapat disebabkan karena para pelanggan mempertimbangkan kepuasan yang diberikan oleh Bengkel Las Sarira sebelum melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat diperkuat dengan pandangan Maulana, (2007:115) berpendapat bahwa kepuasan pembelian merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya. Ketika seorang calon pembeli mendapat rangsangan kepuasan dari inderanya maka akan timbul keinginan untuk membeli produk yang dilihat atau dirasakanya.

d. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan memiliki pengaruh tidak signifikan dibuktikan dengan hasil hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bengkel Las Sarira tidak mampu memberikan layanan terbaik kepada konsumen dimana Bengkel Las Sarira tidak

mampu merealisasikan keiginan konsumen melalui etos kerja, kecakapan, keterampilan, dan daya usaha. Ketidakmampuan tersebut menyebabkan konsumen tidak merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

e. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga terhadap kepuasan memiliki pengaruh signifikan dibuktikan dengan hasil hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan daya saing harga dari produk Bengkel Las Sarira, memiliki pengaruh baik dan dapat diterima oleh konsumen sehingga dijadikan indikator yang paling mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada Bengkel Las Sarira.

f. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan tidak berpengaruh signifikan dibuktikan dengan hasil hipotesis Ho diterima dan Ha ditolak. Pada responden menganggap bahwa kualitas pelayanan pada Bengkel Las Sarira tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan.

g. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan berpengaruh signifikan dibuktikan dengan hasil hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima. Pada responden menganggap bahwa persepsi harga pada Bengkel Las Sarira berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

- a. kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
- b. Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
- c. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
- d. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
- e. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
- f. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan
- g. Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan

### Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, adapun saran di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kepada pemilik bengkel Las Sarira untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk yang ada di bengkel Las Sarira.
- b. Kepada pemilik bengkel Las Sarira untuk tetap memperhatikan persepsi harga yang ditawarkan agar dapat dijangkau oleh semua kalangan yang termasuk dalam kategori dewasa sehingga pelanggan bengkel Las Sarira merasa kepuasaan dalam menggunakan produk dari bengkel Las Sarira dan meningkatkan keputusan pembelian pada bengkel Las Sarira.
- c. Kepada pemilik bengkel Las Sarira untuk tetap memperhatikan kepuasaan yang diberikan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk yang ada di bengkel Las Sarira.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar, I., & Satrio, B. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 25–39. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.247>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Hari, W. (2015). Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomika Universitas Wijayakusuma Purwokerto*, 14, 109–145. <https://media.neliti.com/media/publications/23137-ID-strategi-pemasaran.pdf>
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*, 57. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/141>
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1251–1259. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2536>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113–125. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/1624>
- Montung, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). The Influnce Of Produk Quality , Service Quality And Price. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 678–689.
- Musyaffa, N., & Ngatno. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro PT. KAI DAOP IV Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24638>
- Novertiza, E. C. K., & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel Las Sinar Baru Di Jepara. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–13.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Dinamika Kepariwisataan*, 11(2), 13–23.

- Ramadhan, A., & Razali. (2022). Penilaian Kualitas Jasa Pelayanan Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Berdasarkan Preferensi Konsumen (Studi Kasus: Primagama Cabang Medan). *Jurnal Nusantara Of Engineering*, 5(2), 66–71. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/1624>
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Volume 2 N, 55. <https://media.neliti.com/media/publications/96569-ID-identifikasi-kepuasan-konsumen-ditinjau.pdf>
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 128–147. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/jem.v5i2.329>
- Simatupang, J. (2019). Perancangan Sistem Informasi Jasa Servis Kendaraan Dan Penjualan Suku Cadang Pada Jaya Bersama. *Jurnal Intra-Tech*, 3(1), 1–9. <https://www.journal.amikmahaputra.ac.id/index.php/JIT/article/view/41>
- Syakur, A. (2018). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dan Loyalitas Mahasiswa Ditinjau Dari Model Pembelajaran Di Akademi Farmasi Surabaya. *Jurnal Reformasi*, 8(2), 100–108.
- Wibowati, J. I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Adminika*, 7(1), 94–110. <https://www.journal.poltekanika.ac.id/index.php/adm/article/view/266/231>