



**THE 12<sup>th</sup> FIPA**  
**FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI**  
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP**  
**UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

---

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP**  
**PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI PT. CAHYA MITRA PRATAMA**  
**MADIUN**

**Dela Renggawati<sup>1</sup>**  
**Pendidikan Akuntansi FKIP**  
**Universitas PGRI Madiun**  
**dela.rengga@gmail.com**

**Isharijadi<sup>2</sup>**  
**Pendidikan Akuntansi FKIP**  
**Universitas PGRI Madiun**  
**Isharijadi57@unipma.ac.id**

**Juli Murwani<sup>3</sup>**  
**Pendidikan Akuntansi FKIP**  
**Universitas PGRI Madiun**  
**Jmurwani@unipma.ac.id**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap pembelian sepeda motor secara parsial maupun simultan pada PT. Cahya Mitra Pratama Madiun. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang melakukan *service* perawatan dengan jumlah 281 orang. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan teknik sampling insidental dalam pengambilan sampel. Data yang digunakan adalah data primer dengan cara menyebar kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian sepeda motor, sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap pembelian motor. Secara simultan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Pembelian

**PENDAHULUAN**

Perkembangan di Indonesia yang semakin berkembang dan pertumbuhan ekonomi serta industri telah banyak mengalami kemajuan yang sangat pesat di bandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Pemasaran industri adalah suatu kegiatan yang diberikan fasilitas dengan tujuan untuk melakukan penukaran suatu produk kepada konsumen yang dilakukan dalam pasar industri serta mencakup pada perusahaan untuk membeli barang dan jasa industrinya kemudian digunakan



**THE 12<sup>th</sup> FIPA**  
**FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI**  
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP**  
**UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

---

sebagai penghasil barang dan jasa yang akan dijual kepada konsumen lain ( Subroto, 2011: 2).

Parasuraman, dkk (dalam Ananta 2008: 71) “ menyebutkan dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan, bila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersiapkan baik dan memuaskan. Pelayanan jasa merupakan suatu faktor yang dapat menyebabkan konsumen untuk memutuskan membeli barang. Dimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian sangat penting karena pada dasarnya pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa senang dan akhirnya memutuskan untuk membeli dan karena pelayanan yang baik maka konsumen tidak akan memiliki dua kali untuk membeli. Pelayanan memuaskan dan harapan konsumen turut berperan dalam mempengaruhi pembelian di suatu perusahaan.

Harga dan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang difikirkan oleh konsumen dalam kegiatan mengambil keputusan untuk membeli barang atau sesuatu yang diinginkannya. Biasanya konsumen akan mencari terlebih dahulu mengenai produk yang ingin dibeli. Bagaimana harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah satu produk dapat menyebabkan penjualan menurun. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan harga, serta harus dapat menentukan harga jual sesuai pangsa pasar agar penjualan meningkat.

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya persaingan dealer motor yang semakin ketat sehingga tingkat pemasaran sangat penting. Di era sekarang ini harga sepeda motor per unit rata-rata mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan dan spesifikasi sepeda motor tersebut, baik itu dari segi body, tingkat ketahanan mesin, maupun pilihan warna yang semakin beragam. Berdasarkan uraian tersebut maka pihak dealer cahya motor madiun harus melakukan peningkatan baik dari segi harga yang disesuaikan dengan spesifikasi motor dan standar harga pasar, serta peningkatan kualitas pelayanan di dealer cahya motor madiun agar terciptanya rasa puas pada diri pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian

tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Sepeda Motor di PT. Cahya Mitra Pratama Madiun.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diambil untuk penelitian, antara lain :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pramata Madiun?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pramata Madiun?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pramata Madiun?

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Harga**

Menurut Herlambang (2014: 47) harga merupakan elemen daribauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkatkan atau menurunkan dan juga merupakan satu satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dan penjualan. Menurut Kotler dan Arsmtrong (dalam Salfina 2018: 88 ) variabel harga dapat di ukur dengan 4 indikator sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan Harga
- 2) Daya Saing Harga
- 3) Kesesuaian Harga dengan Manfaat
- 4) Potongan Harga

#### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan sangat penting terutama dalam hal planning, leadership dan implentansi komitmen terhadap perusahaan untuk mengembangkan budaya perusahaan yang punya orientasi kualitas dalam setiap agenda perusahaan. Wyckof (dalam Ananta, 2008: 71) menyatakan bahwa “ Kualitas pelayanan

merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian merupakan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan” Variabel Kualitas Pelayanan diukur 5 (lima) indikator sebagai berikut :

1. Berwujud (*Tangible*)
2. Keadalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)

### **Pembelian**

Pembelian adalah suatu transaksi dimana perusahaan membutuhkan barang atau jasa, baik untuk dipakai maupun untuk persediaan yang akan dijual. Pembelian merupakan kegiatan utama menjamin kelancaran transaksi penjualan yang terjadi dalam perusahaan. Menurut Soemarno (2009: 208) “pembelian adalah (*purchasing*) akun yang digunakan untuk mencatat semua pembelian barang dan jasa dalam suatu periode”. Variabel pembelian diukur 5 (lima) indikator sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku Pasca Pembelian

### **HIPOTESIS PENELITIAN**

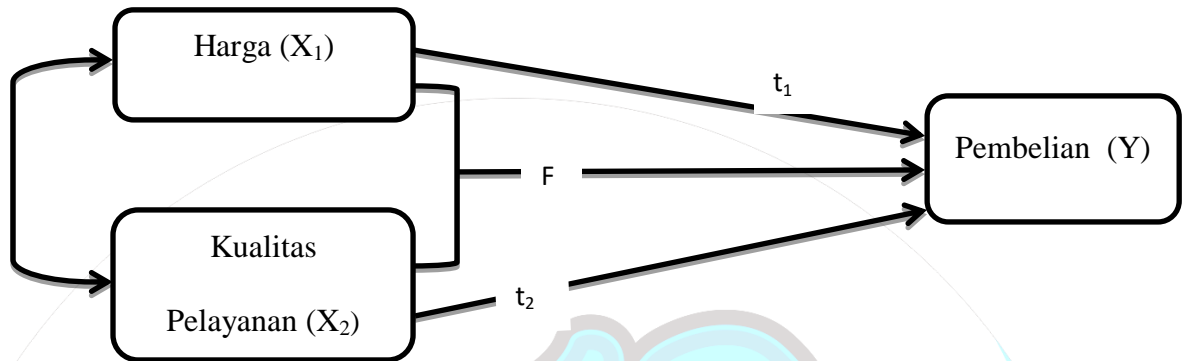
H1: Ada hubungan positif antara harga terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pramata Madiun.

H2 : Ada hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pramata Madiun.

H3 : Secara bersamaan ada hubungan positif antara harga dan kualitas pelayanan secara bersama terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pramata Madiun

## METODOLOGI PENELITIAN

### Desain Penelitian



Gambar 1. Desain Penelitian

### Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli produk sepeda motor di Dealer Cahya Motor Madiun sejumlah 945 pada Januari sampai Oktober tahun 2018. Dari perhitungan rumus solvin dapat ditentukan sampel sebesar 281 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probabilitas sampling dengan metode sampling incidental.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### Uji Validitas

Uji Validitas data digunakan untuk mengetahui seberapa besar kevalidan data kuesioner dari responden dengan menggunakan aplikasi SPSS 24. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dalam hal ini adalah jumlah sampel. Pengujian masing-masing variabel menggunakan kolerasi *bivariate* yang dilakukan dengan menghitung dengan kolerasi antar skor dari masing masing butir pernyataan pada kuesioner. Penentuan valid tidaknya sesuatu data dilakukan dengan ketentuan nilai  $r_{hitung}$  (*correlated item – item correlated*) lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  ( $df = 192$ ) menunjukkan bahwa data tersebut valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
<b>X1 ( Harga )</b>	X1_1	0,500	0,116	Valid
	X1_2	0,518	0,116	Valid
	X1_3	0,371	0,116	Valid
	X1_4	0,345	0,116	Valid
<b>X2 (Kualitas Pelayanan)</b>	X2_1	0,656	0,116	Valid
	X2_2	0,492	0,116	Valid
	X2_3	0,759	0,116	Valid
	X2_4	0,550	0,116	Valid
	X2_5	0,809	0,116	Valid
<b>Y (Pembelian)</b>	Y_1	0,772	0,116	Valid
	Y_2	0,550	0,116	Valid
	Y_3	0,803	0,116	Valid
	Y_4	0,651	0,116	Valid
	Y_5	0,273	0,116	Valid

Sumber Data diolah dengan SPSS 24

Hasil pengujian validitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa indikator untuk masing-masing variabel dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  bernilai 0,116. Berdasarkan tabel 4.5 Indikator masing-masing variabel memenuhi syarat nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga variabel ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah daftar pernyataan yang digunakan dapat di percaya atau handal sebagai pertanyaan yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel, apabila nilai *alpha cronbach* suatu variabel  $>0,6$  maka daftar pertanyaan yang digunakan oleh variabel  $>0,6$  maka daftar pertanyaan yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Harga	0,600 $>$ 0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,723 $>$ 0,6	Reliabel
Pembelian	0,697 $>$ 0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 24

Hasil Uji reliabilitas memperlihatkan nilai *alpha cronboach* semua variabel diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan daftar pertanyaan yan digunakan oleh variabel harga, variabel kualitas pelayanan, dan variabel pembelian dapat di percaya dan handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

### Uji Hipotesis 1

Hasil dari pernyataan Hipotesis pertama (H1) yaitu diduga ada pengaruh antara harga terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pratama. Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai harga (X1) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,126 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,968. Sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yaitu  $1,126 < 1,968$ . Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap pembelian.

Hipotesis pertama (H1) harga tidak berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor karena Dealer Cahya Motor Madiun memberikan potongan harga sehingga pelanggan kurang puas.

### **Uji Hipotesis 2**

Hasil dari pernyataan hipotesis kedua (H2) yaitu diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pratama. Berdasarkan tabel 4.7 untuk nilai kualitas pelayanan (X2) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 26,375 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,968 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak yaitu  $26,375 > 1,968$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap pembelian.

Hipotesis kedua (H2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor karena Dealer Cahya Motor memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap sehingga konsumen akan merasa lebih puas dan jaminan yang diberikan kepada pelanggan akan lebih bagus. Maka, hal itu akan meningkatkan pembelian terhadap sepeda motor di Dealer Cahya Motor Madiun.

### **Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)**

Hasil dari pernyataan hipotesis ketiga (H3) yaitu diduga ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap pembelian secara bersama sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pratama. Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan nilai signifikan adalah 0,000 menunjukkan bahwa nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Jika  $H_0$  ditolak artinya H3 dapat diajukan sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama terhadap pembelian sepeda motor.

### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *adjusted R Square* pada tabel 4.9. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,747 yang berarti 74,7% pembelian disebabkan oleh perubahan harga dan kualitas pelayanan. Sisanya



sebesar 25.3% pembelian di pengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti, seperti merek, lokasi, kebutuhan dan lain-lain.

### **Pengaruh harga terhadap pembelian**

Pembelian menunjukkan bahwa pada dasarnya pembelian sangat di pengaruhi oleh pengenalan masalah, pencarian masalah, evaluasi masalah, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian ( Abubakar, 2008). Pembelian merupakan suatu usaha dalam memenuhi kebutuhan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil uji stastistik t, di dapat nilai signifikan untuk harga sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,126 < 1,968$  maka penelitian ini menunjukkan tidak ada pengaruh harga dengan pembelian. Nilai koefisien regresi sebesar 0,044 menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dengan pembelian, dimana hal ini artinya harga di Dealer Cahya Motor Madiun tidak dapat dijadikan ukuran sebagai dasar menentukan pembelian. Meskipun harga telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan tetapi tidak memberikan pengaruh terhadap pembelian.

Harga terhadap pembelian sepeda motor tidak berpengaruh, karena pada masa ini mayoritas masyarakat telah menganggap sepeda motor sebagai salah satu kebutuhan pokok yang mudah dan efektif. Hal ini harga adalah salah satu bahan pertimbangan untuk melakukan pembelian sepeda motor pada dealer tersebut. Dealer Cahya Motor memberikan potongan harga tetapi hasil penelitian dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden, dapat dilihat dari pernyataan dalam kuesioner negatif yaitu Dealer Cahya Motor tidak pernah memberikan potongan harga atau diskon. Dari hasil pengisian kuisoner yang ada, banyak responden yang beranggapan bahwa pernyataan tersebut positif sehingga nilai pada pernyataan tersebut rendah. Dapat disimpulkan dari pernyataan diatas bahwa di kalangan masyarakat ada maupun tidak ada potongan harga (diskon) tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dikarenakan kebutuhan akan kendaraan sangatlah penting bagi masyarakat.

Pada kenyataan pembelian sepeda motor tidak hanya dilihat dari harganya saja dikarenakan pembelian sepeda motor diukur dari berbagai aspek. Pembelian sepeda motor lebih dilihat dari kebutuhan individu itu sendiri. Harga disemua dealer pasti sudah memiliki standar pasaran yang berlaku. Dealer Cahya Motor Madiun memiliki standar harga pembelian motor begitupun dengan dealer-dealer yang lain, sehingga Dealer Cahya Motor Madiun memprioritaskan harga pembelian motor terjangkau oleh semua masyarakat, hal ini dibuktikan berdasarkan pembelian sepeda motor oleh konsumen dilatarbelakangi oleh tingkat kebutuhan

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Garatu (2013) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan bahwa konsumen akan mempertimbangkan harga yang lebih murah dalam membuat keputusan pembelian. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Dewi (2017) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena kualitas produk dan kualitas pelayanan yang di berikan sangat memuaskan sehingga harga yang mahal tidak mempengaruhi konsumen untuk pindah tempat lain.

#### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian**

Kualitas pelayanan pada dasarnya sering dijadikan ukuran kepuasan dalam pembelian konsumen, dimana kualitas pelayanan juga dijadikan dasar penentuan pandangan pelanggan terhadap pelayanan jasa maupun produk yang diberikan. Dealer Cahya Motor bergerak pada bidang otomotif dalam hal ini kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen dapat dijadikan tolak ukur pembelian.

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan dibilang baik apabila dilaksanakan dengan ramah, cepat, adil, tepat dan menggunakan etika baik sehingga bisa mencukupi keinginan, kebutuhan dan kepuasan bagi para pelanggan. Kualitas pelayanan penting bagi perusahaan karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan memeberikan suatu gambaran baik mengenai

perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan harus dikelola sebaik mungkin supaya tetap mendapatkan kepercayaan dari pengguna jasa.

Hasil pengujian  $t$  yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $26,375 > 1,968$  artinya bahwa nilai lebih besar dari pada variabel  $X_2$  berpengaruh pada variabel  $Y$ . hal ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian.

Hasil penelitian dari kuesioner yang telah dibagikan kepada konsumen Dealer Cahya Motor Madiun dapat dilihat dari pernyataan tertinggi yaitu saya merasa nyaman dengan pelayanan Dealer Cahya Motor Madiun. Dikarenakan setelah melihat hasil penelitian dan pengamatan pada Dealer Cahya Motor Madiun didapat pelayanan yang ramah dan nyaman. Dalam hal ini menunjukkan bahwa dengan kenyamanan dan keramahan serta dapat diandalkan sehingga pembelian pada Dealer Cahya Motor Madiun.

Indikator kualitas pelayanan terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan produk-produk fisik. Keandalan dilihat dari pihak Dealer memberikan kepercayaan kepada konsumen, hal ini terbukti jika semakin tinggi keandalan konsumen dalam memberikan kepercayaan kepada pelanggan semakin tinggi pula pembelian pada Dealer Cahya Motor. Daya tanggap yaitu kecepatan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, jaminan yang diberikan kepada pelanggan juga memberikan pengaruh terhadap pembelian pelanggan. Begitu pula empati dan produk-produk fisik yang diberikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Garatu (2013) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada meningkatkan keputusan pembelian. Hasil ini juga mendukung penelitian Dewi (2017) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu yang kompleks untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

**Pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama terhadap pembelian**

Pada hipotesis ketiga menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pembelian. Jika harga berdiri sendiri tidak dapat memberikan pengaruh terhadap pembelian maka jika harga dan kualitas pelayanan secara bersama diukur dapat memberikan pengaruh terhadap pembelian.

Berdasarkan pengujian secara simultan kedua variabel secara bersamaan menyatakan bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Menunjukkan kriteria yang telah ditetapkan nilai signifikan yang kurang dari 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Ukuran signifikan pengaruh dari kedua variabel tersebut terhadap pembelian adalah sebesar 74,7 % yang berarti sisanya 25,3% dipengaruhi dari faktor – faktor lain.

Pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama terhadap pembelian sepeda motor di Dealer Cahya Motor Madiun. Hasil penelitian dari kuesioner yang telah dibagikan kepada konsumen Dealer Cahya Motor Madiun dapat dilihat dari pernyataan tertinggi yaitu menyesuaikan budget dan kualitas sepeda motor yang akan dibeli. Hal ini disebabkan karena harga yang sudah sesuai dengan pasaran dan kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik oleh Dealer Cahya Motor Madiun yang nantinya akan meningkatkan pembelian sepeda motor pada Dealer tersebut.

Dalam interaksi pemasaran perlu adanya suatu tujuan yang harus dicapai oleh sebuah proses interaksi pemasaran yang dilakukan. Setelah menetapkan sasaran dengan pendapatannya, pemasar segera memutuskan respon yang terjadi. Respon tersebut berupa tahapan kesadaran, tahap tindakan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, dan perilaku pasca pembelian. Pembelian pada dasarnya menentukan satu diantara banyaknya sebuah alternatif berdasarkan pertimbangan.

Sedangkan yang dilakukan di Dealer Cahya Motor Madiun menunjukkan harga penting untuk ditingkatkan karena semakin tinggi tingkat harga dampaknya akan meningkatkan kualitas dalam pelayanan. Seperti yang diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian sehingga apabila secara

bersamaan di ukur maka memiliki nilai yang lebih tepat untuk mengukur tingkat pembelian.

Hasil peneliti sesuai dengan yang dilakukan oleh Garatu (2013) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pembelian. Hal ini disebabkan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian dalam membeli suatu produk. Hasil ini juga mendukung penelitian dari Dewi (2017) secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian. Apabila harga dan kualitas pelayanan semakin baik maka pembelian produk akan semakin meningkat.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu dikarenakan objek penelitian, indikator yang digunakan dan jumlah sampel. Selain itu, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Perusahaan yang di teliti hanya Dealer Cahya Motor Madiun. Penelitian ini dilakukan hanya konsumen yang berkunjung untuk melakukan *service* perawatan dan data yang diolah dari penyebaran kuesioner.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap pembelian sepeda motor di PT. Cahya Mitra Pratama sebagai berikut :

1. Harga terhadap pembelian sepeda motor tidak berpengaruh. Dapat disimpulkan dari pernyataan diatas bahwa di kalangan masyarakat ada maupun tidak ada potongan harga (diskon) tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dikarenakan kebutuhan akan kendaraan sangatlah penting bagi masyarakat.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor. Dikarenakan setelah melihat hasil penelitian dan pengamatan pada Dealer Cahya Motor Madiun didapatkan pelayanan yang ramah dan nyaman. Dalam hal ini menunjukkan bahwa dengan kenyamanan dan keramahan serta dapat di

andalkan sehingga membuat pembelian pada Dealer Cahya Motor dapat meningkat.

3. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap pembelian sepeda motor di Dealer Cahya Motor Madiun. hal ini disebabkan karena harga yang sudah sesuai dengan pasaran dan kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik oleh Dealer Cahya Motor Madiun yang nantinya akan meningkatkan pembelian sepeda motor pada Dealer tersebut.

### SARAN

Saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya terkait pembelian yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Bagi pihak perusahaan diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan yang optimal seperti adanya potongan harga kepada produk baru dan produk lama, adanya diskon pada saat tahun baru atau hari tertentu hal tersebut diperlukan agar dapat meningkatkan penjualan produk yang ada Dealer Cahya Motor Madiun.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap pembelian sepeda motor di Dealer Cahya Motor Madiun. Sebaiknya peneliti selanjutnya mencari variabel-variabel yang juga mempengaruhi pembelian selain harga dan kualitas pelayanan misalnya promosi, *brand image*, kualitas produk, lokasi, citra merek, dan lainnya, sehingga diharapkan peneliti lebih maksimal.

### DAFTAR PUSTAKA

Arikunto Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Assuari Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada



**THE 12<sup>th</sup> FIPA**  
**FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI**  
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP**  
**UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

---

Dewi, Februana, Irmala. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Metro Ceria Busana Kabupaten Tulungagung*. Simki-Economic. Vol 01. No. 06.

Garatu, Timotius. (2013). *Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Ramayana Motor Poso Sulawesi Tengah*. Jurnal Ekomen. Vol 13. No. 1.

Ghozali, imam, (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Nasution, M.N. (2016). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Priansa, Donni, Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.

Priyanto, Dwi. (2012). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.

Salfina, Lili. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak- Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman*.  
Jurnal Dosen Indonesia. Vol.1. No. 01.

Subroto, Budiato. (2011). *Pemasaran Industri Business to Business Marketing*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sangadji, E.M, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis dengan Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publisher.



**THE 12<sup>th</sup> FIPA**  
**FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI**  
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP**  
**UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

---

---

Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT BumioAksara





