

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Prima Freshmart di Kota Bandung

Muhammad Abdul Azis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Prima Freshmart Kota Bandung. Latar belakang penelitian ini didasari oleh hasil observasi dan pra-survei yang menunjukkan adanya penurunan minat beli konsumen, yang tercermin dari keluhan terhadap kualitas pelayanan, kurangnya keramahan petugas, serta persepsi harga yang dianggap kurang bersaing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen aktif. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,904 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 90,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan mutu pelayanan serta penerapan strategi harga yang kompetitif untuk mendorong keputusan pembelian konsumen di Prima Freshmart Kota Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at Prima Freshmart in Bandung City. The background of this research is based on observations and a preliminary survey indicating a decline in consumer purchase interest, reflected in complaints about service quality, a lack of staff friendliness, and the perception that prices are less competitive. This research employs a quantitative approach involving 100 respondents who are active consumers. The analysis results show that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and price also has a positive and significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination value of 0.904 indicates that these two variables contribute 90.4% to purchasing decisions, while the remainder is influenced by other factors outside this study. These findings emphasize the importance of improving service quality and implementing competitive pricing strategies to encourage consumer purchasing decisions at Prima Freshmart in Bandung City.

Keywords: Service Quality, Price, Purchasing Decision