

**THE EFFECT OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON PRODUCT  
PURCHASE DECISIONS (TOP TV) IN. MNC SKY VISION  
KEMEMATAN RENGAT DISTRICT INDRAGIRI HULU**

**By : Zoher Robi'ah Adauwiyah**  
**NIM : 14.10.089.530.439**

Management Study Program  
Indragiri College of Economics  
[wiya.rgt15@gmail.com](mailto:wiya.rgt15@gmail.com)

***Abstract***

*This research was conducted at PT. MNC SKY Vision Rengat District, Indragiri Hulu Regency. The research carried out lasted for more or less 6 (six) months. The purpose of this study was to determine the effect of price and service quality on product purchasing decisions (Top TV) at PT. MNC SKY Vision Rengat District, Indragiri Hulu Regency.*

*The study was conducted with quantitative methods, namely research that illustrates the effect of price and quality of service on product purchasing decisions (Top TV) at PT. MNC SKY Vision Rengat District, Indragiri Hulu Regency. By analyzing data using multiple regression, correlation coefficients, and Hypothesis testing which will be assisted by using SPSS version 21.*

*From the results of the study with the regression equation  $Y = 8.921 + 0.650X1 + 0.064 X2$ .  $a =$  constant of 8.921 means that the product purchase decision (Top TV) is 8.921 if  $X1$  (price) and  $X2$  (service quality) equals 0 (zero).  $b1 =$  price regression coefficient indicates that each increase in price by one unit and other variables (service quality) is fixed, there will be an increase in purchasing decisions.  $b2 =$  regression coefficient of service quality shows that each increase in service quality by one unit and other variables (price) fixed, there will be an increase in purchasing decisions. The correlation coefficient obtained has a direct and direct relationship and is further tested by the multiple determination coefficient ( $R^2$ ), this shows that ( $X1$ ) price and ( $X2$ ) service quality can jointly contribute to the variable ( $Y$ ) purchasing decision of product purchases (Top TV) And the rest is contributed by other variables. Hypothesis test  $F_{count} > F_{table}$  then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that the price and service quality variables together have a significant influence on product purchase decisions (Top TV) at PT. MNC SKY Vision Rengat District Indragiri Hulu District, and based on a partial test where  $t_{arithmetic} > t_{table}$  then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means the price has a significant influence on product purchase decisions (Top TV) and  $t_{arithmetic} > t_{table}$  then  $H_0$  rejected and  $H_a$  accepted, which means the quality of service has a significant influence on product purchasing decisions (Top TV).*

***Keywords: Price, Service Quality, Product Purchase Decision (Top TV)***

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (TOP TV) PADA PT. MNC SKY  
VISION KECAMATAN RENGAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU**

**Oleh : Zoher Robi'ah Adauwiyah**  
**NIM : 14.10.089.530.439**

Program Studi Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri  
[wiya.rgt15@gmail.com](mailto:wiya.rgt15@gmail.com)

**Abstrak**

*Penelitian ini dilakukan pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Pelaksanaan penelitian berlangsung lebih kurang selama 6 (Enam) bulan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV) pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu.*

*Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV) pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Dengan menganalisis data menggunakan regresi berganda, koefisien korelasi, dan uji Hipotesis yang nantinya dibantu dengan menggunakan SPSS versi 21.*

*Dari hasil penelitian dengan persamaan regresinya  $Y = 8,921 + 0,650X_1 + 0,064 X_2$ .  $a =$  konstanta sebesar 8,921 artinya keputusan pembelian produk (Top TV) adalah sebesar 8,921 apabila  $X_1$  (harga) dan  $X_2$  (kualitas pelayanan) sama dengan 0 (nol).  $b_1 =$  koefisien regresi harga menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga sebesar satu satuan dan variabel lain (kualitas pelayanan) tetap, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian.  $b_2 =$  koefisien regresi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan dan variabel lain (harga) tetap, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian. Koefisien korelasi yang didapat memiliki hubungan yang sedang serta searah dan selanjutnya diuji dengan Koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) hal ini menunjukkan bahwa ( $X_1$ ) harga dan ( $X_2$ ) kualitas pelayanan secara bersama – sama dapat memberikan sumbangan terhadap variabel ( $Y$ ) keputusan pembelian produk (Top TV) Dan sisanya di sumbangan oleh variabel lain. Uji hipotesis  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama – sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV) pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu, dan berdasarkan uji parsial dimana  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV) dan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV).*

**Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Produk (Top TV)**

## **1. PENDAHULUAN**

Pada saat ini di dunia pertelevisian sebagai salah satu sarana informasi yang cepat dan penting bagi masyarakat apalagi dengan menggunakan fasilitas nirkabel yang dapat diterima secara langsung dengan menggunakan antena parabola. Akhir-akhir ini semakin banyak berdiri TV kabel yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas lengkap dengan teknologi modren, untuk memanjakan konsumen disertai dengan penawaran paket harga yang bervariasi dan kompetitif.

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang sangat strategis terhadap peningkatan volume penjualan. Selain harga, maka variabel yang paling berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengimbangi harapan konsumen.

Produk MNC SKY Vision adalah tv berlangganan atau yang disebut juga *pay tv*. PT MNC SKY Vision sangat memperhatikan terhadap produk-produk penunjang yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam menciptakan pembelian dan menarik konsumen untuk berlangganan. Selain itu, PT MNC SKY VISION terus memberikan promo-promo guna menarik minat pelanggan untuk berlangganan di Indovision. Promosi yang ada saat ini harus lebih efektif dikarenakan persaingan di bisnis jasa tv berlangganan saat ini sangatlah ketat, maka harus memiliki teknik dan trik khusus dalam menarik minat pelanggan seperti menawarkan paket diskon pemasangan dan berbagai pilihan paket channel tambahan.

Dengan semakin ketatnya bisnis penayangan saluran televisi berlangganan, PT. MNC SKY Vision sebagai penyedia jasa penayangan semakin berkonsentrasi untuk meningkatkan minat beli konsumen untuk berlangganan indovision, Okevision dan Top TV. Beberapa variabel yang diperhatikan indovision adalah harga, kualitas pelayanan.

Untuk mengetahui pembelian produk di PT. MNC SKY Vision dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 1 : Harga Produk pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat selama 5 (Lima) Tahun Terakhir

No	Jenis Produk	Tahun				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Indosvision	Rp.160.000,-	Rp.160.000,-	Rp.180.000,-	Rp.230.000,-	Rp.230.000,-
2	Tov TV	Rp.100.000,-	Rp.100.000,-	Rp.110.000,-	Rp.160.000,-	Rp.160.000,-
3	Okevision	Rp.130.000,-	Rp.130.000,-	Rp.150.000,-	Rp.200.000,-	Rp.200.000,-

Sumber : PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat, tahun 2019

Setiap perusahaan harus menciptakan produk yang mempunyai nilai lebih dibandingkan produsen lain yaitu dengan melakukan inovasi produk. Kegiatan tersebut harus dilakukan oleh setiap produsen yang ingin mendapat konsumen yang loyal terhadap barang produksi yang dihasilkan.

Berikut jenis pelayanan produk yang ditawarkan PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat:

Tabel 2 : Jumlah Canel TV Produk Yang ditawarkan Kepada Konsumen Pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Tahun 2018

No	Jenis Produk	Jumlah Canel yang ditawarkan
1	Indovision	25 Canel TV
2	Okevision	30 Canel TV
3	Top TV	40 Canel TV

Sumber : PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat, Tahun 2019

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting agar produsen tidak kehilangan konsumennya dan juga dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Apabila konsumen tidak puas maka peluang konsumen tersebut beralih ke produk merek lain yang sejenis semakin besar. Jika perusahaan dapat memenuhi harapan, maka kepuasan akan dirasakan oleh konsumen. Dengan demikian akan terbentuk suatu dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas.

Berikut data mengenai Jumlah pengguna di PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat:

Tabel 3 : Target Jumlah Pengguna di PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Tahun 2014-2018

Tahun	Keterangan	Indovision	Okevision	Top TV	Jumlah
2014	- Target	110 unit	100 unit	120 unit	330 unit
	- Realisasi	115 unit	90 unit	109 unit	314 unit
2015	- Target	130 unit	110 unit	150 unit	390 unit
	- Realisasi	143 unit	109 unit	135 unit	387 unit
2016	- Target	110 unit	100 unit	150 unit	360 unit
	- Realisasi	102 unit	64 unit	135 unit	301 unit
2017	- Target	130 unit	100 unit	150 unit	380 unit
	- Realisasi	120 unit	85 unit	140 unit	345 unit
2018	- Target	130 unit	100 unit	150 unit	380 unit
	- Realisasi	123 unit	87 unit	142 unit	352 unit

Sumber : PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat, tahun 2018

Dari latar belakan di atas maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV) di PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu”**.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Keputusan Pembelian Produk

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Kolter, 2009:61) Pengambilan Keputusan Pembeli merupakan proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya. (Mulyadi Nitisusastro, 2013 : 195) Faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga dan kualitas pelayanan.

## **B. Harga**

Harga menurut Buchari Alma yang dikutip oleh (KUSDIANSYAH, 2018) menyatakan bahwa Harga (price) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga juga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. (Kasmir, 2016: 191). Penetapan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Setelah ditetapkan tujuan dari penentuan harga, langkah selanjutnya adalah menentukan besarnya harga berdasarkan angka. Besarnya nilai harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga.

## **C. Kualitas Pelayanan**

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap perusahaan perlu menjaga citra positif produk dan perusahaan di mata pelanggannya atau masyarakat umumnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perusahaan, wirasahawan perlu mempersiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan ini kita sebut *Customer Service*(CS). Jika perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang nyata-nyata mereka terima

atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2010:78). Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2007:83).

### **3. METODE PENELITIAN**

Dalam penulisan ini, penulisan melakukan penelitian langsung pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Jenis data yang digunakan data kuantitatif dan data kualitatif karena data penelitian ini diperoleh langsung dari perusahaan terkait seperti harga dan uraian tugas bagian perusahaan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan questionare. Analisis data dengan menggunakan SPSS yaitu dengan uji validitas, uji Reliabilitas, uji asumsi klasik yang terbagi menjadi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, serta uji regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji t.

### **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dari pengujian uji validitas angka  $r$  hitung untuk  $X_1$  (harga) sebesar 0,511 dan  $r$  hitung untuk  $X_2$  (kualitas pelayanan) sebesar 0,564, hasil tersebut menunjukkan bahwa variable  $X_1$  dan  $X_2$  adalah valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,3, uji reliabilitas diketahui angka Cronbach's Alpa adalah sebesar 0,732, jadi angka tersebut (0,732) lebih besar dari pada nilai minimal Cronbach's Alpa 0,6, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian produk (Top TV) dapat dikatakan reliabel atau handal. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas diperoleh titik menyebar disekitar garis diagonal sehingga berdistribusi normal. Uji autokorelasi, diperoleh nilai  $du$  dan  $4 - du$  ( 1,6452

dan 1,900). Uji multikolinieritas, hasil analisis dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance 0,361 dan VIF 2,773, maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas karna tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Uji heteroskedastisitas diperoleh bahwa titik-titik tidak memiliki pola yang teratur, titik-titik menyebar diantara -2 hingga 2. Jadi disimpulkan bahwa pada variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh  $Y = 8,921 + 0,650X_1 + 0,064 X_2$ . Yang artinya, jika harga dan kualitas pelayanan sama dengan 0 maka keputusan pembelian produk menurun. Jika harga meningkat sebesar 1 rupiah (sementara kualitas pelayanan tetap) maka keputusan pembelian produk akan mengalami kenaikan. Jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 rupiah (sementara harga tetap) maka keputusan pembelian produk mengalami penurunan. Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,531, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk. Dan nilai koefisien korelasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai 0,282 atau 28,2% sedangkan sisanya sebesar 71,8% yang disumbangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk (Uji F). Nilai F tabel diperoleh dengan melihat tabel distribusi F yang mana (df) residual (sisa) yaitu 56 sebagai df penyebut dan df Regresion (perlakuan) yaitu 2 sebagai df pembilang dengan taraf signifikan 0,05, sehingga diperoleh F tabel 3,16.

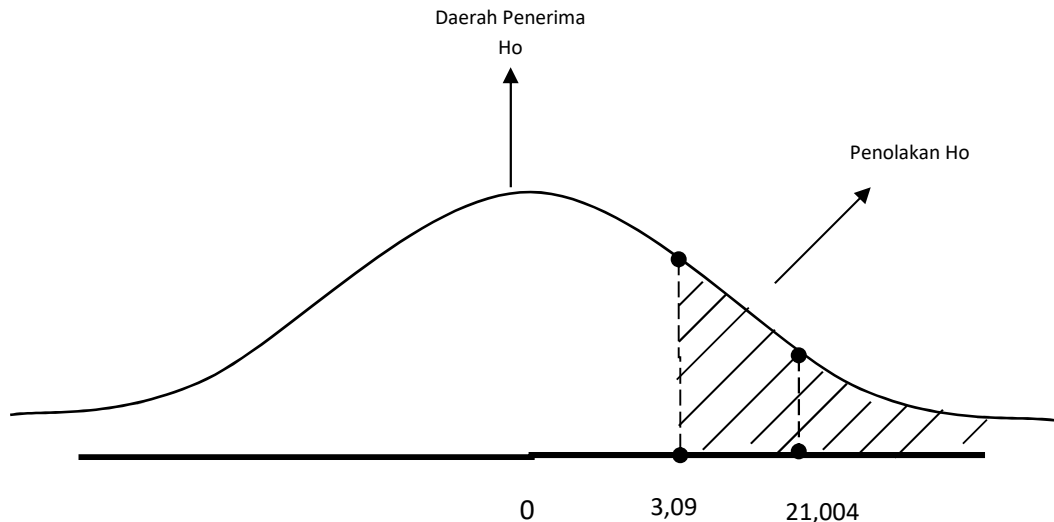
ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	230.706	2	115.353	21.004	.000 <sup>b</sup>
Residual	587.027	56	10.483		
Total	817.733	58			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Dari tabel diatas dapat dilihat F hitung yaitu 21,004, sedangkan F tabel dapat diperoleh dengan menggunakan tabel F dengan derajat bebas (df) residual (sisa) yaitu 56 sebagai df penyebut dan df Regresion (perlakuan) yaitu



2 sebagai df pembilang dengan taraf signifikan 0,05, sehingga diperoleh F tabel 3,16. karena F hitung (21,004) > F tabel (3,16) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama – sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV) pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu.



Sumber : Data Olahan, Tahun 2018

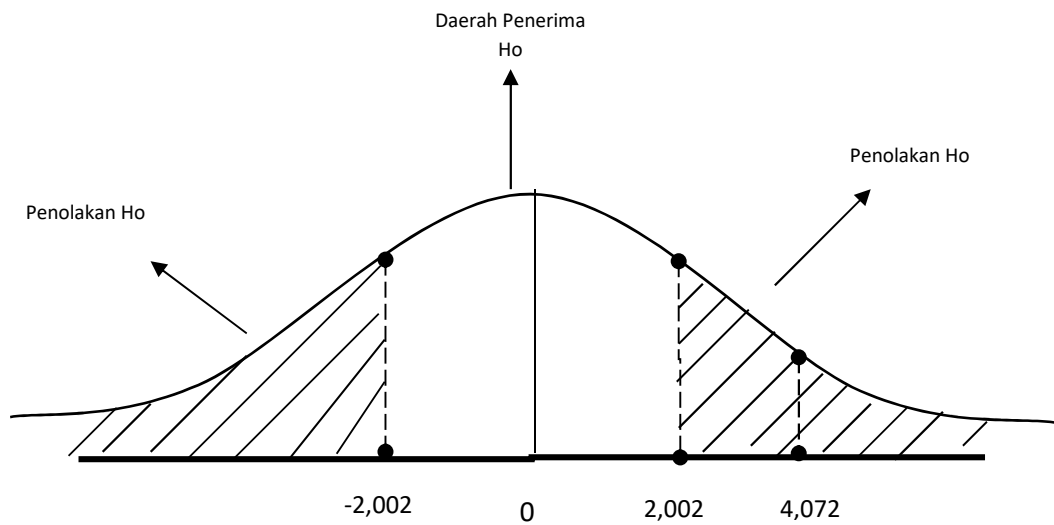
Gambar 3 : Kurva Normal Uji F Untuk Variabel Harga dan Kualitas Pelayanan

Uji Hipotesis Pengaruh harga secara Parsial terhadap keputusan pembelian produk (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.921	1.416		6.301	.000
1 Harga	.650	.160	.475	4.072	.000
Kualitas Pelayanan	.064	.050	.149	2.278	.207

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

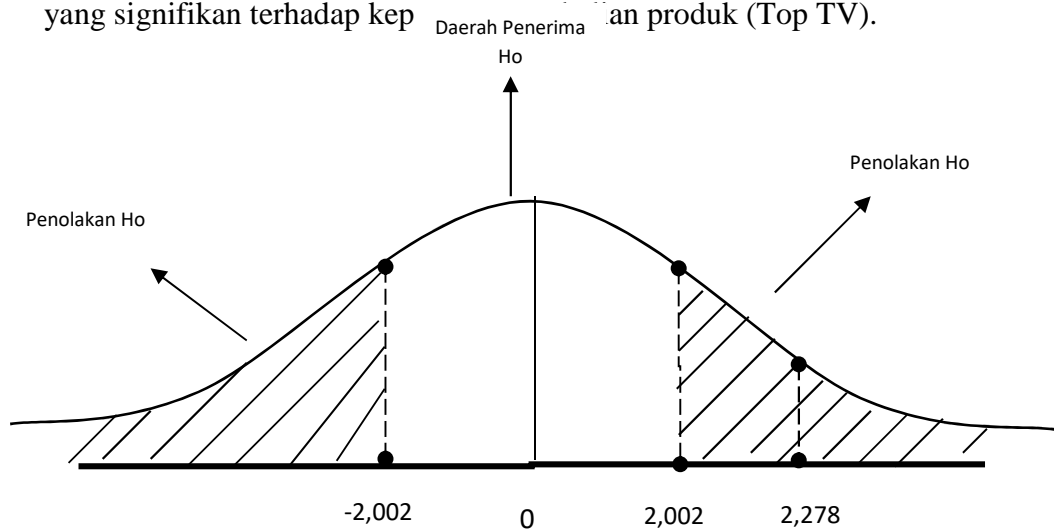
Harga : berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat t hitung untuk variabel harga adalah 4,072, pada tabel t dengan db 57 dan taraf signifikan 0,025 di peroleh 2,002. karena t hitung (4,072) > dari pada t tabel (2,002) maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV).



Sumber : Data Olahan, Tahun 2018  
 Gambar 4 : Kurva Uji t Untuk Variabel Harga

Uji Hipotesis Pengaruh kualitas pelayanan secara Parsial terhadap keputusan pembelian produk (Uji t).

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 2,278, pada tabel t dengan db 57 dan taraf signifikan 0,025 di peroleh 2,002. karena t hitung (2,278) > dari pada t tabel (2,002) maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV).



Sumber : Data Olahan, Tahun 2018  
 Gambar 5 : Kurva Uji t Untuk Variabel Kualitas Pelayanan

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Maka dapat diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi berganda adalah SPSS 21 di ketahui bahwa konstanta (a) adalah 8,921. dan koefisien  $X_1$  ( $b_1$ ) adalah 0,650 dan koefisien  $X_2$  ( $b_2$ ) adalah 0,064 dengan persamaan regresi berganda adalah  $Y = 8,921 + 0,650X_1 + 0,064 X_2$ . a= konstanta sebesar 8,921 artinya keputusan pembelian produk (Top TV) adalah sebesar 8,921 apabila  $X_1$  (harga) dan  $X_2$  (kualitas pelayanan) sama dengan 0 (nol).  $b_1$  = koefisien regresi harga sebesar 0,204 menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga sebesar satu satuan dan variabel lain (kualitas pelayanan) tetap, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian produk (Top TV) sebesar 0,204.  $b_2$  = koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,064 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan dan variabel lain (harga) tetap, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian produk (Top TV) sebesar 0,064.
2. Nilai koefisien korelasi diketahui bahwa ( $X_1$ ) harga dan ( $X_2$ ) kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan (Y) keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi berganda R adalah 0,531 artinya memiliki hubungan yang sedang serta searah dan selanjutnya diuji dengan Koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) adalah 0,282. hal ini menunjukkan bahwa ( $X_1$ ) harga dan ( $X_2$ ) kualitas pelayanan secara bersama – sama dapat memberikan sumbangan terhadap variabel (Y) keputusan pembelian produk (Top TV) sebesar 28,2 % Dan sisanya 71,8 % di sumbangan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Dari hasil perhitungan di peroleh F hitung yaitu 21,004, sedangkan F tabel dapat diperoleh dengan menggunakan tabel F dengan derajat bebas (df) residual (sisa) yaitu 56 sebagai df penyebut dan df *Regression* (perlakuan) yaitu 2 sebagai df pembilang dengan taraf signifikan 0,05, sehingga diperoleh F tabel 3,16. karena F hitung (21,004) > F tabel (3,16) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel harga dan kualitas pelayanan

secara bersama – sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV) pada PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu

4. t hitung untuk variabel harga adalah 4,072, pada tabel t dengan db 57 dan taraf signifikan 0,025 di peroleh 2,002. karena t hitung (4,072) > dari pada t tabel (2,002) maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV).
5. t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 2,278, pada tabel t dengan db 57 dan taraf signifikan 0,025 di peroleh 2,002. karena t hitung (2,278) > dari pada t tabel (2,002) maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Top TV).

## **B. SARAN**

Adapun saran–saran yang diperlukan dalam penelitian ini sehubungan dengan kesimpulan di atas dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Pimpinan PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu perlu mengupayakan peningkatan kemampuan karyawan melalui pemberian pendidikan dan pelatihan sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan baik dan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan.
2. Konsumen harus lebih memahami dan memperhatikan prosedur dalam memperoleh pelayanan. Jadi PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hululebih bekerja keras untuk memberikan pelayanan dengan memberikan fasilitas yang nyaman bagi pelanggan.
3. Karena adanya pengaruh antara pelayanan terhadap keputusan pembelian produk maka PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu perlu meningkat pelayan terhadap pelanggan sehingga akan mendapat respon yang positif dari pelanggan dan akan meningkatkan kepuasan nasabah.

4. Dengan melihat persepsi PT. MNC SKY Vision Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu dalam tugas, pokok dan fungsi pelayanan ditinjau dari sikap dan norma-norma, sopan santun dalam pelayanan terhadap konsumen, pelaksanaan pelayanan perusahaan penilaian dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan tersebut, diharapkan perusahaan sebagai pelaku utama atau pengendali jalannya sistem organisasi agar bisa lebih meningkatkan pelayanan khususnya layanan dibidang administrasi dan lebih dekat serta memperhatikan kebutuhan pelanggan. Memperhatikan dalam segi peningkatan kualitas, kemudahan, ketepatan waktu, ekonomis, serta keamanan dalam memberikan pelayanan.

## **6. DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin, Yunus. 2010. *Strategi Membaca Teori Dan Pembelajarannya*. RIZKY PRESS, Bandung
- Ema, Wibowo., 2007, *Panduan Pengembangan Masyarakat*, PT Rajagrafindo Persada Jakarta
- Endah, Rayi 2008, *Analisis Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. PT, Indeks. Kelompok Gramedia. Jakarta.
- KUSDIANSYAH. (2018). PENGARUH HARGA DAN KENYAMANAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TRAMA MART KUD TRANI MAJU DESA PONTIAN MEKAR KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN INDRAGIRI HULU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Dan Bisnis (JIM2B)*, 1(1), 12–17.
- Lupiyoadi, Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Payne, Adrian, 2007, *Service Marketing Pemasaran Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Siagian, Sondang P, 2008. *Administrasi Pembangunan: Konsep, Dimensi dan Strateginya*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak, 2006, *Reformasi Pelayanan Publik (Teori, Kebijakan, dan Implementasi)*, Bumi Aksara, Jakarta.

- Soetomo., 2006, *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Supraptono, Suryo 2008, *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Rawat Inap RSUD Dr. MURJANI*, Tesis, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Sumaryadi, I Nyoman 2010, *Efektifitas Implementasi Otonomi Daerah*, Citra Utama Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Penerbit Bayumedia Publishing, Malang.
- Ulandari, 2011, *Pengaruh motivasi berprestasi dan kebiasaan belajar terhadap prestasi belajar siswa (studi pada siswa kelas II dan III Program Studi Administrasi Perkantoran di SMK BM Ardjuna 2 Malang*. Skripsi : Universitas Malang.
- Yoeti, Oka A, 2006, *Pemasaran Pariwisata*. Edisi Revisi, Angkasa, Bandung.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, dan Gremler, 2006, *Service Marketing 2nd edirtion*. McGraw Hill, Singapore.
- Undang-undang No. 25 Tahun 2009