

## PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN DOMPET DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTAURANT FAST FOOD MCD JABODETABEK TAHUN 2022

<sup>1</sup>Muhammad Sopiya, <sup>2</sup>Septian Arief Budiman

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
E-mail: dosen01447@unpam.ac.id

### ABSTRACT

This study entitled "The Influence of Price, Service Quality and Digital Wallets on Purchase Decisions at MCD Fast Food Restaurants in JABODETABEK". This study aims to determine the effect of price, service quality and digital wallet on purchasing decisions. With Price, Service Quality and Digital Wallet as independent variables and Purchase Decision as the dependent variable. This study uses a quantitative research design with associative methods. Data collection in this study is by distributing questionnaires to 35 respondents from MCD JABODETABEK customers. Processing the data in this study using SPSS 24. The results of this study indicate that (1) the price variable has a positive and significant influence on purchasing decisions with a value of  $t_{count} -2.892 < t_{table} 2.240$  with (sig.  $0.007 < 0.05$ ). (2) the service quality variable has a positive and significant influence on purchasing decisions with a  $t_{count}$  of  $2.754 > t_{table} 2.040$  with (sig.  $0.010 < 0.05$ ). (3) the Digital Wallet variable in this study Digital Wallet has a significant influence on Purchase Decisions because the value of  $t_{count}$  is  $2.441 > t_{table} 2.040$  with (sig.  $0.021 < 0.05$ ). (4) in the simultaneous test there are results that the variables Price, Service Quality and Digital Wallet together have a positive and significant effect on Purchase Decisions at McDonald's Fast Food Restaurant JABODETABEK with  $F_{count} 4,580 > F_{table} 3,305$  (sig.  $0.009 < 0.05$ ).

**Keywords :** Price, Service Quality, Digital Wallet, Purchase Decision

### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Dompet Digital Terhadap Keputusan Pembelian pada Restaurant Fast Food MCD di JABODETABEK". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Dompet Digital Terhadap Keputusan Pembelian. Dengan Harga, Kualitas Pelayanan dan Dompet Digital sebagai variabel independen dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 35 responden pelanggan MCD JABODETABEK. Olah data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} -2,892 < t_{tabel} 2,240$  dengan (sig.  $0,007 < 0,05$ ). (2) variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} 2,754 > t_{tabel} 2,040$  dengan (sig.  $0,010 < 0,05$ ). (3) variabel Dompet Digital dalam penelitian ini Dompet Digital memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dikarenakan nilai  $t_{hitung} 2,441 > t_{tabel} 2,040$  dengan (sig.  $0,021 < 0,05$ ). (4) pada uji simultan terdapat hasil bahwa variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Dompet Digital secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Restaurant Fast Food Mcdonald's JABODETABEK dengan  $t_{hitung} 4,580 > t_{tabel} 3,305$  (sig.  $0,009 < 0,05$ ).

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Dompet Digital, Keputusan Pembelian

### PENDAHULUAN

Pada dasarnya perkembangan makanan cepat saji (*fast food*) masuk ke Indonesia pada tahun 1959. Diawali dengan hadirnya restoran cepat saji asal Amerika Serikat Seperti Kentucky Fried Chicken (MCD) dan McDonald's. MCD pertama kali didirikan di Indonesia pada bulan Oktober 1979, tepatnya pada jalan Melawai, Jakarta. Berdasarkan data yang didapatkan pada website MCD ([www.MCDIndonesia.com](http://www.MCDIndonesia.com) yang dikunjungi

pada tanggal 29 Maret 2022), hingga saat ini terdapat kurang lebih 740 gerai yang tersebar di 169 kota/kabupaten di seluruh Indonesia. Alat pembayaran dompet digital juga bekerja sama dengan beberapa perusahaan atau yang disebut juga dengan merchant, yaitu salah satunya MCD. MCD menjadi salah satu restoran yang menyediakan pembayaran melalui dompet digital sebagai alat pembayaran dengan tujuan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi dan untuk mempromosikan Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja sebagai alat pembayaran berupa dompet digital.

Harga merupakan salah satu cara untuk mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian produk MCD. Dimana harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan sangat bervariasi. MCD menawarkan paket harga untuk membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan uang saku yang dimiliki konsumennya, yang mana apabila konsumen membeli dengan paket harga dibandingkan konsumen membeli satu persatu dari produk MCD.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu titik inti dalam strategi pemasaran untuk menstimulus dalam melakukan keputusan pembelian. MCD melakukan kualitas pelayan dengan cara self ordering kiosk dimana MCD menyediakan suatu teknologi layar sentuh untuk memudahkan konsumen melakukan pemesanan dan pembayarannya sendiri. Dengan cara ini akan mempercepat proses pemesanan serta mengurangi kesalahan dalam pesanan.

Dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk atau jasa tentunya yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka dari itu perusahaan MCD harus mampu untuk bisa menarik konsumen dalam keputusan pembeliannya dengan memberikan harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan sangat berpengaruh terhadap konsumen untuk mengambil keputusan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dari itu penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan dompet digital terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji MCD. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini peneliti mengambil judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN DOMPET DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTAURANT FAST FOOD MCD JABODETABEK TAHUN 2022”.

### **Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Teori keagenan adalah suatu teori yang menyebutkan bahwa ada perbedaan kepentingan antara pemilik saham (pemegang saham), direksi (profesional perusahaan) dan karyawan perusahaan. dan kemudian akan menimbulkan pertentangan antara kepentingan individu dengan kepentingan perusahaan. Masalah keagenan muncul dikarenakan tindakan oportunistik yang dilakukan manajer untuk mensejahterakan kepentingan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan pemegang saham (principal). (Hartati 2015).

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2012:227) Proses Keputusan Pembelian Merupakan Proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah

itu. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian salah satu tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen pada akhirnya membeli sebuah produ dan benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

### **Harga**

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:315) Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlakukan untuk mendapat sebuah produk. Menurut Lupiyoadi (2011:61). Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli, harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Lebih umum, harga adalah nilai total yang pelanggan berikan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan.

### **Kualitas Pelayanan**

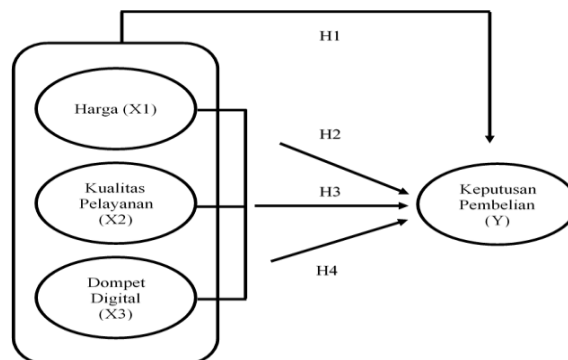
Menurut Ibrahim dan Hardiyansyah (2011:40) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut. Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli, kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan tidak berwujud yang terjadi seperti karena interaksi antara konsumen dan karyawan atau masalah yang disediakan oleh perusahaan jasa untuk memecahkan masalah konsumen atau pelanggan.

### **Dompet Digital**

Penggunaan teknologi fintech dalam bidang keuangan memberikan kemudahan terutama dalam hal pembayaran digital. (Arner, Barberis, dan Buckley, 2015). Teknologi finansial dalam kegiatan bisnis sebagai penyedia layanan keuangan dalam perangkat yang modern (Weekly Fintech, 2017). Dari beberapa definsi diatas, dompet elektronik atau e-wallet adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, dan untuk melakukan pembayaran Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Pasal 1 ayat 7.

### **Kerangka Konseptual dan Hipotesis**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dalam kajian pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Bagan Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka dapat disusun empat hipotesis ini adalah sebagai berikut :

H1: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga, Kualitas Pelayanan dan Dompot Digital secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian

H2: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian

H3: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

H4: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Dompot Digital terhadap Keputusan Pembelian

## **METODE**

### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi**

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian adalah: “Cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.” Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sanusi (2012) “data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.” Data ini diperoleh dengan cara peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi sekumpulan pertanyaan yang diberikan kepada responden yang membeli produk MCD untuk dijawab.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non-Probability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan peneliti adalah convenience sampling.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner sebagai pengumpulan data primer. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang harus dijawab dan atau diisi oleh responden. Kuesioner akan dibagikan langsung oleh peneliti kepada responden dan pengisian kuesioner akan dilakukan langsung oleh responden dengan memberikan tanda pada jawaban yang telah disediakan.

Objek dari suatu penelitian dapat berasal dari suatu populasi dan sampel dari penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (2019:126) definisi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen restoran MCD di JABODETABEK.

Analisis Data adalah proses menghimpun atau pengumpulan, pemodelan dan transformasi data dengan tujuan untuk menyortir dan memperoleh informasi yang bermanfaat, memberikan saran, kesimpulan dan mendukung pembuatan keputusan penelitian. Supaya kesimpulan menjadi valid, maka data yang diperoleh sebaiknya diuji

terlebih dahulu kelayakannya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah Kosumen Restoran Fast Food MCD di JABODETABEK dengan jumlah responden sebanyak 35 orang. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pria 57% dan wanita 43%. Proporsi responden didominasi oleh jenis kelamin pria. Karakteristik responden untuk usia, sebagian besar responden berusia 17 – 21 tahun, 21 – 29 tahun, 30 – 38 tahun dengan jumlah 28,57%, sedangkan > 38 tahun sejumlah 14,28% hal tersebut menunjukkan proporsi responden didominasi oleh usia 17 – 38 tahun. Karakteristik responden jenjang pendidikan terakhir menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi mendominasi dengan jumlah 43%, respondengan dengan tingkat pendidikan SMA 29%, sedangkan untuk tingkat SMP dan SD masing-masing 14 % dan untuk yang tidak sekolah/tidak lulus SD sejumlah 0% hal ini menunjukkan proporsi responden didominasi oleh tingkat pendidikan perguruan tinggi.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pegawai swasta/wiraswasta mendominasi dengan 57%, sedangkan ibu rumah tangga, buruh/petani, dan lainnya masing-masing 14%, hal ini menunjukkan proporsi responden didominasi oleh pegawai swasta/wiraswata. Terakhir karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal di Jakarta dan Tangerang masing-masing 29%, Bogor 8%, Depok 20%, dan Bekasi 14%, hal ini menunjukkan proporsi sebagian besar responden yang tinggal di Jakarta dan Tangerang.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83197452
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.063
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji normalitas dapat dilihat dari grafik normal Probability Plot atau grafik p-plot dengan penyebaran data disekitar garis diagonal dan hal tersebut menyatakan bahwa residual telah terdistribusikan dengan normal. Sedangkan, uji Kolmogrov-Smirnov dapat dikatakan terdistribusi normal ketika nilai signifikan diatas 0,05.

## 2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Collinearity Statistics
		Tolerance VIF
1	(Constant)	
	TOTAL_X1	.992 1.008
	TOTAL_X2	.991 1.009
	TOTAL_3	.993 1.007

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Berdasarkan hasil pengujian Multikolinearitas yang dapat dilihat pada tabel 4.13, terlihat bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada tabel variabel independen memiliki nilai di bawah 10, yaitu untuk Harga (X1) bernilai 1,008, Kualitas Pelayanan (X2) bernilai 1,009, dan Dompert Digital (X3) Bernilai 1,007. Demikian juga angka Tolerance lebih dari 0,1, yaitu nilai tolerance untuk Harga (X1) adalah 0,992, Kualitas Pelayanan (X2) adalah 0,991, dan Dompert Digital (X3) adalah 0,993. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas (independen).

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.774	3.016		.919	.365
	TOTAL_X1	-.117	.084	-.234	-1.392	.174
	TOTAL_X2	-.054	.098	-.093	-.551	.585
	TOTAL_X3	.110	.064	.286	1.706	.098

a. Dependent Variable: res2

Dari hasil di atas, didapatkan nilai signifikansi untuk variabel Harga (X1) 0,174. Nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,585 dan nilai Dompert Digital (X3) sebesar 0,098. Hal ini menjelaskan bahwa masing–masing variabel tidak ada gejala heteroskedastisitas karena variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Dompert Digital (X3) memiliki nilai signifikan lebih dari 0.05 atau 5%.

## Uji Hipotesis

### 1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), apakah masing–masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami peningkatan atau penurunan. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan oleh tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.770	5.652		.667	.510
	TOTAL_X3	.232	.120	.305	1.923	.064
	TOTAL_X2	-.031	.184	-.027	-.169	.867
	TOTAL_X1	-.376	.157	-.379	-2.388	.023

a. Dependent Variable: ln\_res

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel diatas, maka didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 3,770 + 0,223X_3 - 0,031X_2 - 0,376X_1$$

2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.554 <sup>a</sup>	.307	.240	1.919
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Berdasarkan tabel dan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi adalah sebesar 0,240 yang berarti Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Dompet Digital (X3) sebesar 24% sedangkan sisanya 0,760 atau 76% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

3. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji Statistik F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.577	3	16.859	4.580	.009 <sup>b</sup>
	Residual	114.108	31	3.681		
	Total	164.686	34			
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						
b. Predictors: (Constant), TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2						

Dari tabel 4,18 di atas terlihat bahwa nilai Fhitung adalah 4,580 yang berarti lebih besar daripada nilai Ftabel yaitu 3,305, sehingga hasil pengujian yang diperoleh signifikan dan dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Dompset Digital (X3) jika diuji bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Statistik t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	15.943	4.500		3.543	.001
	TOTAL_X1	-.458	.158	-.446	-2.892	.007
	TOTAL_X2	.445	.161	.398	2.754	.010
	TOTAL_X3	.275	.113	.375	2.441	.021
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						

Harga (X1) sebesar 0,007 atau lebih kecil dari 0,05 (5%), maka variabel Harga dapat dinyatakan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Untuk nilai signifikansi Variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,010 atau lebih kecil dari 0,05 (5%), maka variabel Kualitas Pelayanan dapat dinyatakan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dan untuk nilai signifikansi variabel Dompset Digital sebesar 0,021 atau lebih kecil dari 0,05 (5%), maka variabel Dompset Digital dapat dinyatakan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

## **PEMBAHASAN**

### **H1 : Pengaruh Secara Simultan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Dompot Digital terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian ini menguji apakah Harga, Kualitas Pelayanan, dan Dompot Digital terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil uji statistik F menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel dependen atau Keputusan Pembelian yaitu 0,009 dengan nilai F sebesar 4.580 artinya signifikan yang dimiliki variabel dependen kurang dari 0,05 yaitu  $0,009 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $4,580 > 3,305$ . Hal ini menyatakan bahwa H1 diterima. Sehingga seluruh variabel independen yaitu Harga, Kualitas Pelayanan, dan Dompot Digital berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu dapat dilihat dari uji koefisien determinasi  $r^2$  diperoleh nilai sebesar 0,240 atau 24% yang menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Dompot Digital sebanyak 24%.

### **H2 : Pengaruh Secara Parsial Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian selanjutnya yaitu peneliti menguji bagaimana pengaruh secara parsial Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Pada hasil uji statistik t, hasil signifikan dari variabel Harga yaitu 0,009 dengan nilai t  $-2,892$  yang artinya signifikansi yang dimiliki oleh Harga kurang dari 0,05 yaitu  $0,009 < 0,05$ . Sedangkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu sebesar  $-2,892 < 2,040$ . hal ini menyatakan bahwa H2 diterima dan dapat dikatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **H3 : Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian selanjutnya yaitu peneliti menguji bagaimana pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Pada hasil uji statistik t, hasil signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan yaitu 0,010 dengan nilai t senilai  $2,754$  yang artinya signifikansi yang dimiliki oleh Kualitas Pelayanan kurang dari 0,05 yaitu  $0,010 < 0,05$ . Sedangkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,754 > 2,040$ . Hal ini menyatakan bahwa H3 diterima dan dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **H4 : Pengaruh Secara Parsial Dompot Digital terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian selanjutnya yaitu peneliti menguji bagaimana pengaruh secara parsial Dompot Digital terhadap Keputusan Pembelian. Pada hasil uji statistik t, hasil signifikan dari variabel Dompot Digital yaitu 0,021 dengan nilai t senilai  $2,441$  yang artinya signifikansi yang dimiliki oleh Dompot Digital kurang dari 0,05 yaitu  $0,021 < 0,05$ . Sedangkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,441 > 2,040$ . Hal ini menyatakan bahwa H3 diterima dan dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Harga, Kualitas Pelayanan, dan Dompot Digital secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran fast food MCD di JABODETABEK tahun 2022.



2. Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran fast food MCD di JABODETABEK tahun 2022.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran fast food MCD di JABODETABEK tahun 2022.
4. Dompot Digital secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran fast food MCD di JABODETABEK tahun 2022.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akrim Ashal Lubis. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*. Medan. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.16 No.2
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12-22.
- Asrizal Efendy Nasution, Muhammad Taufik Lesmana. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)*. Medan. Vol.1.