

ABSTRAK

“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat dalam Melakukan Transaksi di Toko Basmalah (Studi Kasus Toko Basmalah Cabang Kamal Bangkalan Madura)”

Harga sangat memegang peran penting selain untuk mempengaruhi keuntungan, harga juga mempunyai peran dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Selain harga, konsumen juga memperhatikan masalah kepuasan dalam berbelanja. Harga dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam minat konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi di toko Basmalah. Penelitian ini dilaksanakan di Toko Basmalah Cabang Kamal Bangkalan Madura dengan jumlah responden 85 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan koesioner yang disiapkan untuk masing-masing responden, diukur dengan menggunakan skala likert yakni dengan point 1 sampai 5.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian dengan uji instrumen data yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, sedangkan pada uji asumsi klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan menggunakan hipotesis koefisien determinasi (R^2), Uji t, Uji f dan Uji Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian dalam strategi pemasaran harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Pada variabel harga nilai sig 0,015, maka nilai sig $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat masyarakat. dalam kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat dengan nilai sig 0,00 maka nilai sig $< 0,005$. Hal ini menunjukkan berpengaruh terhadap minat masyarakat. Secara keseluruhan kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap minat masyarakat. Hal ini berdasarkan nilai $f_{hitung} 21,117 > 3,11$ serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,00 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Minat Masyarakat.

ABSTRACT

“The Influence of Price and Service Quality Marketing Strategies on Community Interests in Conducting Transactions in Basmalah Stores
(Case Study of Basmalah Stores, Kamal Branch Bangkalan Madura)”

Price plays an important role in addition to influencing profits, prices also have a role in creating customer value and building relationships with customers. Service quality is the amount of difference between expectations or desires of consumers with their level of perception. In addition to prices, consumers also pay attention to the issue of satisfaction in shopping. Price and service quality are very influential in customers interests.

This study aims to determine the effect of price and service quality on community interest in marketing transactions at Basmalah stores. This research was conducted at Basmalah Shop, Kamal Branch Bangkalan Madura with the amount 85 respondents who used *nonprobability sampling* techniques in taking a sample. Data collection techniques using questionnaires prepared for each respondent, measured using a Likert scale with points 1 to 5.

The analytical method used in the study with the data instrument test is the Validity Test, Reliability Test, while the classic assumption test is Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, and using the hypothesis of coefficient determination (R^2), T-test, F-test, and Linear Regression Test Multiple.

The results of the research in the price have no significant effect on community interest. In the marketing strategy variable the price of *Sig* value is 0,015, then the *Sig* value is $< 0,05$. This shows no effect on community interest. In service quality has a significant effect on interest with a *Sig* value of 0,00 then the value of *Sig* $< 0,005$. This shown an influence on community interest. Overall both of these variables have an effect on community interest. This is based on F_{count} value of 21,117 $> 3,11$ and the significance value obtained is $0,00 < 0,05$.

Keywords : Price , Service Quality, and Community Interest.