

## **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KHRONOS E-SPORT ARENA**

**M. Mustaqim Ramdhany Darmaza<sup>1</sup>, Yenny Maya Dora<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

Penulis korespondensi: [yenny.maya@widyatama.ac.id](mailto:yenny.maya@widyatama.ac.id)

---

### **ABSTRAK**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa, pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian yang diambil oleh responden. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi dan walking consumer Khronos E-Sport Arena. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden. Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner yang disebarkan langsung ke responden. Alat analisis yang digunakan yaitu analisi regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dan penetapan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian Khronos E-Sport Arena.*

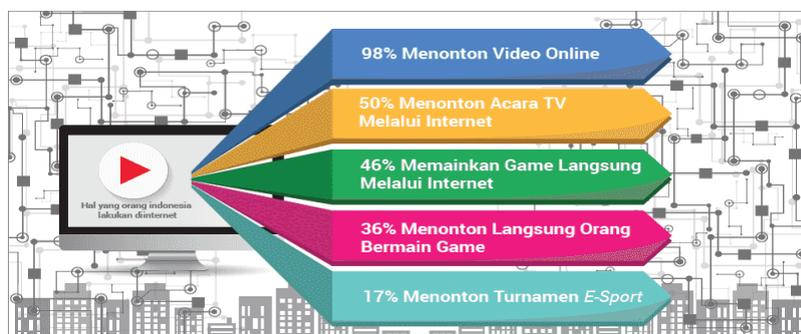
---

### **KATA KUNCI**

Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, Pembelian

## PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi di masa sekarang yang semua orang dapat mengakses berbagai informasi melalui internet, yang mana internet membantu kita dalam berinteraksi melalui dunia maya yang dapat memberikan beberapa sumber informasi mengenai berita, hiburan, media, bahkan pelajaran pun dapat di akses melalui media internet. Salah satu terobosan besar sebagai upaya untuk mengembangkan fungsi dari teknologi adalah kemunculan internet. Internet saat ini tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi namun juga pada hal-hal yang bersifat hiburan (*entertainment*).



Sumber : <http://www.tomato.co.id/data-digital-indonesia-2019/>, 2020

**Gambar 1**

### **Aktivitas Penggunaan Internet di Indonesia Pada Tahun 2019**

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa pengguna internet pada *game online* menduduki peringkat ketiga dengan persentase sebesar 46% dan peringkat pertama yaitu penggunaan menonton *video online* dengan persentase sebesar 98%. Pada persentase sebesar 50% masyarakat menggunakan internet adalah untuk menonton acara tv melalui internet, 36% digunakan untuk menonton langsung orang bermain game, 17% digunakan untuk menonton tournament *e-sport*.

Khronos E-sport Arena adalah salah satu warnet yang menyediakan berbagai fasilitas pada umumnya, juga merupakan warnet gaming. Khronos E-Sport Arena memiliki rating 4,3 di google (2019), dimana merupakan angka yang cukup tinggi untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan. Namun pemilik warnet tersebut mengungkapkan bahwa pendapatan warnet tersebut mengalami fluktuatif dan kurangnya rata-rata pengunjung. Berikut tabel jumlah omset pada Khronos E-sport Arena periode Tahun 2019:

**Tabel 1**  
**Total Omset Khronos E-Sport Arena Tahun 2019**

NO	BULAN	JUMLAH PENJUALAN
1	JANUARI	RP. 71.882.500
2	FEBRUARI	RP. 72.914.700
3	MARET	RP. 77.359.000
4	APRIL	RP. 76.674.000
5	MEI	RP. 78.738.000
6	JUNI	RP. 59.552.000
7	JULI	RP. 43.585.000
8	AGUSTUS	RP. 36.359.500
9	SEPTEMBER	RP. 38.618.000

<b>10</b>	<b>OKTOBER</b>	<b>RP. 60.757.000</b>
<b>11</b>	<b>NOVEMBER</b>	<b>RP. 58.568.000</b>
<b>12</b>	<b>DESEMBER</b>	<b>RP. 68.545.500</b>
	<b>JUMLAH</b>	<b>RP. 744.452.700</b>

Sumber: Khronos E-Sport Arena, 2020

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa omset tahun yang dihasilkan oleh Khronos E-Sport Arena di tahun 2019 sebesar Rp.744.452.700, dengan rata-rata omset perbulannya sebesar Rp. 62.037.725. Dari data yang disajikan pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan jumlah pelanggan. Hal tersebut dapat disebabkan oleh dampak kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mungkin kurang memuaskan bagi pelanggan. Oleh karena itu peneliti melakukan Pra-Survey kepada 30 pelanggan Khronos E-Sport Arena mengenai kualitas jasa, penetapan harga, serta keputusan pembelian. Dari hasil Pra-Survey 30 responden didapat data sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Pra-Survey Variabel Kualiatas Pelayanan**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		
		Ya	Tidak	Total
<b>Kualitas Pelayanan</b>				
1	Apakah spesifikasi yang digunakan oleh Khronos E-Sport Arena ini memuaskan?	25 83.33%	5 16.67%	30 100%
2	Apakah kualitas produk yang disewakan oleh Khronos E-Sport Arena ini memuaskan?	24 80%	6 20%	30 100%
3	Apakah harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sesuai dengan fasilitas yang diberikan?	24 80%	6 20%	30 100%

Sumber: Data Olahan Penulis 2020

Berdasarkan tanggapan 30 responden mengenai kualitas pelayanan, dapat dilihat bahwa 83,3% responden merasa puas dengan spesifikasi yang digunakan, 80% responden merasa puas dengan kualitas yang disewakan, dan 80% responden merasa harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Berdasarkan tabel diatas, diartikan bahwa banyak responden yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Khoros E-Sport Arena.

Berikut tanggapan responden mengenai Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena:

**Tabel 3**  
**Pra-Survey Variabel Harga**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		
		Ya	Tidak	Total
<b>Penetapan Harga</b>				
1	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena ini terjangkau?	25 83.33%	5 16.67%	30 100%

2	Menurut anda apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan?	22 73.33%	8 26.67%	30 100%
3	Menurut anda apakah harga yang ditawarkan terlalu mahal dibandingkan dengan harga pasar?	14 46.67%	16 53.33%	30 100%

Sumber: Data Olahan Penulis 2020

Berdasarkan tanggapan 30 responden mengenai penetapan harga, dapat dilihat bahwa 83,33% responden mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena terjangkau, 73,33% mengatakan bahwa harga yang ditawarkan sudah sesuai, dan 46,67% responden mengatakan bahwa harga yang ditawarkan terlalu mahal dibandingkan harga pasar. Berdasarkan tabel diatas, diartikan bahwa penetapan harga Khronos E-Sport Arena cukup baik dan terjangkau bagi responden.

Berdasarkan latar belakang diatas, nampak bahwa ada disharmonisasi antara kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian yang merupakan pangkal permasalahan yang memerlukan pengkajian lebih dalam bentuk penelitian. Maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena.**”

## KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2014:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan atau kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Kotler (2012:248) ada lima dimensi utama kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.
3. Ketanggapan (*responsiviness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.
4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para karyawan.
5. Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang

diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

### **Penetapan Harga**

Tjiptono (2006:180) menyatakan bahwa “Penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu yang bersifat *relative* terhadap tingkatan harga pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategis pemasaran”. Sedangkan definisi menurut Philip Kotler (2009:519) mengatakan bahwa “Penetapan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti oleh suatu jangka waktu tertentu (mengenai perkembangan pasar)”.

Menurut Kotler dan Keller (2009) “Perusahaan harus memikirkan dimana ia akan memposisikan penawaran pasarnya, semakin jelas tujuan perusahaan, maka akan semakin memudahkan penentuan harga”. Menurut Kotler dan Keller (2012:411) perusahaan dapat mengejar lima tujuan utama penetapan harga melalui:

1. Kelangsungan Hidup (*Survival*)
2. Memaksimalkan Keuntungan (*Profit Maximization*)
3. Memaksimalkan Pangsa Pasar (*Maximum Market Share*)
4. Kepemimpinan Kualitas Produk (*Leadership in Product Quality*)
5. Memaksimalkan Market Skimming (*Maximum Market Skimming*)

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian artinya bahwa seorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono (2016:59) kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Karena minat beli adalah kemungkinan konsumen untuk membeli produk atau jasa, serta kemungkinan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lainnya.

Menurut penelitian terdahulu Nurjannah Daulay (2017) menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Penyet Surabaya. Serta hasil jurnal penelitian yang dilakukan oleh Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA (2016) menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pembelian motor Honda.

### **Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan pembelian**

Kotler dan Armstrong (2016:324) mengatakan bahwa “Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa”.

Hasil jurnal penelitian yang dilakukan oleh Nova Dita Kurniasari, Suryono Budi Santoso (2013) menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Waroeng Steak dan Shake Cabang Jl. Sriwijaya No 11, Semarang.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Kualitas pelayanan dan penetapan harga merupakan faktor berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan dan memiliki hubungan langsung terhadap perusahaan dalam meningkatkan penjualan demi mencapai tujuan organisasi.

Hasil jurnal penelitian yang dilakukan oleh Rizza Anggita, Hapzi Ali (2017) bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Susu Bunda SGM.

## METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan atau menemukan data yang valid untuk selanjutnya dikembangkan dan juga dibuktikan, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

### Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui pengamatan langsung pada perusahaan tempat penulis melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data primer dari perusahaan tempat penulis melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Khronos E-Sport Arena.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan dengan mempelajari literature-literatur baik berupa buku-buku perpustakaan, karya ilmiah, jurnal dan referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Populasi dapat dibedakan menjadi 2 antara lain : Populasi tak terhingga, yaitu suatu populasi dimana obyeknya tak terhingga atau tidak terhitung jumlahnya.

- a. Populasi terhingga, yaitu suatu populasi yang terhingga obyeknya atau dapat dihitung jumlahnya.
- b. Pada penelitian ini penulis menggunakan populasi tidak terhingga, karena jumlah populasi yang tidak diketahui. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang bermain di Khronos E-Sport Arena.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni Teknik *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$z$  = skor  $z$  pada kepercayaan 95 % = 1,96  $p$  = maksimal estimasi = 0,5

$d$  = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$\frac{1-\alpha/2}{d^2}$$
$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)$$

---

$$0,1^2$$
$$n = 3,8416 \cdot 0,25$$

---

$$0,01$$
$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah  $96,04 = 100$  orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Studi pustaka merupakan penelitian secara teoritis untuk memperoleh data sekunder yang dilakukan untuk mendapatkan teori yang diperlukan sebagai landasan teori di dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan data primer. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Kuesioner, yaitu metode peengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis dan diberikan kepada responden.
- b. Meneliti dan mengumpulkan data yang didapat dari perusahaan tempat penulis melakukan penelitian.

#### **Teknik Analisis Data**

##### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis data adalah cara-cara mengolah data yang telah terkumpul kemudian dapat memberikan interpretasi. Hasil pengolahan data ini digunakan untuk menjawab masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

Menurut Sugiyono (2014:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a \pm b_1X_1 \pm b_2X_2 \pm e$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian  
a : Konstanta  
X<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan  
X<sub>2</sub> : Penetapan Harga  
b<sub>1,2</sub> : Koefisien Regresi  
e : Error

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh antara dua variabel X dan Y yang telah memiliki beberapa sub variabel X.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Melalui pernyataan penulis berikan dalam kuisoner yang disebarakan untuk keperluan penelitian ini, maka penulis dapat mengetahui tanggapan responden mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena.

Berdasarkan hasil kuisoner yang disebarakan kepada responden, maka dapat diketahui pernyataan responden setiap jawaban diberi nilai berdasarkan skala likert.

Adapun kriteria penilaian sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	=	5
Setuju (S)	=	4
Kurang Setuju (KS)	=	3
Tidak Setuju (TS)	=	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	=	1

$$\text{Skor tertinggi} \quad P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana :

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data terbesar – Data terkecil

Banyak kelas = 5

Berdasarkan rumus, maka panjang kelas interval adalah :  $P = \frac{5-1}{5} = 0,8$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Interpretasi Skor**

Nilai Rata – Rata	Interpretasi
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Kurang Baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Statistik Untuk Penelitian

**Tabel 5**

### Analisis Deskriptif Mengenai Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Khronos E-Sport Arena

No	Variabel	Kategori Jawaban					Total	Rata - Rata	Ket
		STS	TS	KS	S	SS			
<b>Kualitas Pelayanan</b>									
1	Ruang bermain Khronos E-Sport Arena terjaga kebersihannya dan terasa nyaman.	2	6	29	34	29	382	3,82	Baik
2	Spesifikasi komputer di Khronos E-Sport Arena lengkap dan canggih dibanding tempat lainnya.	3	27	21	23	26	342	3,42	Baik
3	Karyawan Khronos E-Sport Arena memberikan informasi yang mudah dipahami.	1	16	34	23	26	357	3,57	Baik
4	Ketepatan karyawan Khronos E-Sport Arena dalam melayani permintaan konsumen.	1	16	29	25	29	365	3,65	Baik
5	Karyawan Khronos E-Sport Arena mampu menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan dengan baik.	2	9	28	35	26	374	3,74	Baik
6	Karyawan Khronos E-Sport Arena cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen.	3	8	29	31	29	375	3,75	Baik
7	Karyawan Khronos E-Sport Arena memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi dengan konsumen.	2	7	29	36	26	377	3,77	Baik
8	Pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan Khronos E-Sport Arena tentang produk dan jasa yang ditawarkan sudah terjamin.	3	16	29	24	28	358	3,58	Baik

9	Karyawan Khronos E-Sport Arena terampil dan bersikap ramah dalam melayani konsumen	2	8	24	32	34	388	3,88	Baik
10	Karyawan Khronos E-Sport Arena memberikan perhatian dan kepedulian akan kebutuhan kosnsumen.	5	9	29	29	28	366	3,66	Baik
<b>Rata-Rata</b>							<b>368,4</b>	<b>3.684</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data kuisioner yang telah diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

1. Berdasarkan pernyataan 1 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang, setuju sebanyak 34 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 6 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa kebersihan dan kenyamanan yang diberikan oleh Khronos E-Sport Arena harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
2. Berdasarkan pernyataan 2 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang, setuju sebanyak 23 orang, kurang setuju sebanyak 21 orang, tidak setuju sebanyak 27 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa kecanggihan dan kelengkapan spesifikasi komputer yang diberikan oleh Khronos E-Sport Arena harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
3. Berdasarkan pernyataan 3 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang, setuju sebanyak 23 orang, kurang setuju sebanyak 34 orang, tidak setuju sebanyak 16 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa karyawan Khronos E-Sport Arena mampu memberikan informasi yang mudah dipahami dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
4. Berdasarkan pernyataan 4 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang, setuju sebanyak 25 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 16 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa karyawan Khronos E-Sport Arena mampu memberikan langkah yang tepat dalam melayani permintaan konsumen dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
5. Berdasarkan pernyataan 5 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang, setuju sebanyak 35 orang, kurang setuju sebanyak 28 orang, tidak setuju sebanyak 9 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa kemampuan karyawan Khronos E-Sport Arena dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
6. Berdasarkan pernyataan 6 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat

setuju sebanyak 29 orang, setuju sebanyak 31 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 8 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa karyawan Khronos E-Sport Arena cepat tanggap dalam mengatasi dan merespon keluhan konsumen dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.

7. Berdasarkan pernyataan 7 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang, setuju sebanyak 36 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 7 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa karyawan Khronos E-Sport Arena mampu memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi dengan konsumen dan hal tersebut harus dipertahankan dan dikembangkan.
8. Berdasarkan pernyataan 8 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang, setuju sebanyak 24 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 16 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan Khronos E-Sport Arena tentang produk dan jasa yang ditawarkan sudah terjamin dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
9. Berdasarkan pernyataan 9 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 34 orang, setuju sebanyak 32 orang, kurang setuju sebanyak 24 orang, tidak setuju sebanyak 8 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa karyawan Khronos E-Sport Arena terampil dan bersikap ramah dalam melayani konsumen dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
10. Berdasarkan pernyataan 10 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang, setuju sebanyak 29 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 9 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa karyawan Khronos E-Sport Arena memberikan perhatian dan kepedulian akan kebutuhan konsumen dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.

**Tabel 6**  
**Analisis Deskriptif Mengenai Penetapan Harga (X<sub>2</sub>) Khronos E-Sport Arena**

No	Variabel	Kategori Jawaban					Total	Rata - Rata	Ket
		STS	TS	KS	S	SS			
<b>Penetapan Harga</b>									
1	Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena relatif murah.	3	17	27	27	26	356	3,56	Baik
2	Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sesuai untuk semua kalangan masyarakat.	4	31	29	12	24	321	3,21	Kurang Baik
3	Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sesuai dengan kualitas spesifikasi produk.	3	21	28	27	21	342	3,47	Baik
4	Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	2	17	29	27	25	356	3,56	Baik
5	Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena jauh lebih murah dibanding tempat lainnya.	2	20	38	18	22	338	3,38	Kurang Baik
6	Paket harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena lebih menarik dibandingkan tempat lainnya.	3	12	35	28	22	354	3,54	Baik
7	Harga yang ditawarkan oleh	4	6	30	36	24	370	3,70	Baik

	Khronos E-Sport Arena sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Manfaat yang diberikan sesuai dengan harapan	2	21	36	22	19	335	3,35	Kurang Baik
8									
	<b>Rata-Rata</b>						<b>346,5</b>	<b>3.465</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data kuisioner yang telah diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

1. Berdasarkan pernyataan 1 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang, setuju sebanyak 27 orang, kurang setuju sebanyak 27 orang, tidak setuju sebanyak 17 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena relatif murah dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
2. Berdasarkan pernyataan 2 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang, setuju sebanyak 12 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 31 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan kurang baik, dengan artian bahwa harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena memang relative murah namun belum sesuai untuk semua kalangan masyarakat sehingga masih perlu dilakukan langkah perbaikan.
3. Berdasarkan pernyataan 3 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang, setuju sebanyak 27 orang, kurang setuju sebanyak 28 orang, tidak setuju sebanyak 21 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sudah sesuai dengan kualitas spesifikasi produk dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
4. Berdasarkan pernyataan 4 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang, setuju sebanyak 27 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 17 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sudah sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
5. Berdasarkan pernyataan 5 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang, setuju sebanyak 18 orang, kurang setuju sebanyak 38 orang, tidak setuju sebanyak 20 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan kurang baik, dengan artian bahwa harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena tidak jauh lebih murah dibanding tempat lainnya sehingga masih perlu dilakukan langkah perbaikan dalam menentukan harga.
6. Berdasarkan pernyataan 6 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang, setuju sebanyak 28 orang, kurang setuju sebanyak 35 orang, tidak setuju sebanyak 12 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden

secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa paket harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena memang lebih menarik dibandingkan tempat lainnya dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.

7. Berdasarkan pernyataan 7 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang, setuju sebanyak 36 orang, kurang setuju sebanyak 30 orang, tidak setuju sebanyak 6 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
8. Berdasarkan pernyataan 8 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang, setuju sebanyak 22 orang, kurang setuju sebanyak 36 orang, tidak setuju sebanyak 21 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan kurang baik, dengan artian bahwa manfaat yang diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga masih perlu dilakukan langkah perbaikan.

Tabel 7

Analisis Deskriptif Mengenai Keputusan Pembelian (Y) Khronos E-Sport Arena

No	Variabel	Kategori Jawaban					Total	Rata Rata	Ket
		STS	TS	KS	S	SS			
<b>Keputusan Pembelian</b>									
1	Produk atau jasa yang diberikan oleh Khronos E-Sport Arena memberikan kepuasan dan kepercayaan.	2	18	32	21	27	353	3,53	Baik
2	Produk atau jasa yang diberikan oleh Khronos E-Sport Arena merupakan yang terbaik dibanding tempat lainnya.	2	13	30	33	22	360	3,60	Baik
3	Pengalaman dari orang terdekat yang merekomendasikan Khronos E-Sport Arena.	6	13	29	30	22	349	3,49	Baik
4	Konsumen relatif sering menggunakan produk atau jasa Khronos E-Sport Arena.	9	19	33	19	20	322	3,22	Kurang Baik
5	Konsumen menyampaikan informasi yang positif kepada orang lain agar tertarik menggunakan jasa Khronos E-Sport Arena.	2	7	30	36	25	375	3,75	Baik
6	Konsumen mereferensikan orang lain untuk menggunakan jasa dari Khronos E-Sport Arena.	1	11	26	31	31	380	3,80	Baik

	Konsumen ingin melakukan pembelian								
7	ulang bermain di Khronos E-Sport Arena.	5	12	35	22	26	352	3,52	Baik
	Konsumen berniat untuk menjadi								
8	pelanggan tetap di Khronos E-Sport Arena.	9	12	38	23	18	329	3,29	Kurang Baik
<b>Rata-Rata</b>							<b>352,5</b>	<b>3,525</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data kuisioner yang telah diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

1. Berdasarkan pernyataan 1 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang, setuju sebanyak 21 orang, kurang setuju sebanyak 32 orang, tidak setuju sebanyak 18 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa produk atau jasa yang diberikan oleh Khronos E-Sport Arena memberikan kepuasan dan kepercayaan konsumen dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
2. Berdasarkan pernyataan 2 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang, setuju sebanyak 33 orang, kurang setuju sebanyak 30 orang, tidak setuju sebanyak 13 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa produk atau jasa yang diberikan oleh Khronos E-Sport Arena merupakan yang terbaik dibanding tempat lainnya dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
3. Berdasarkan pernyataan 3 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang, setuju sebanyak 30 orang, kurang setuju sebanyak 29 orang, tidak setuju sebanyak 13 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa banyak pengalaman dari orang terdekat yang merekomendasikan Khronos E-Sport Arena kepada konsumen dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
4. Berdasarkan pernyataan 4 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang, setuju sebanyak 19 orang, kurang setuju sebanyak 33 orang, tidak setuju sebanyak 19 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan kurang baik, dengan artian bahwa konsumen belum sering menggunakan produk atau jasa Khronos E-Sport Arena sehingga masih perlu dianalisa penyebab terjadinya hal tersebut oleh karena itu diperlukan langkah perbaikan.
5. Berdasarkan pernyataan 5 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang, setuju sebanyak 36 orang, kurang setuju sebanyak 30 orang, tidak setuju sebanyak 7 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa banyak konsumen menyampaikan informasi yang positif kepada orang lain agar tertarik menggunakan jasa Khronos E-Sport Arena dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
6. Berdasarkan pernyataan 6 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang, setuju sebanyak 31 orang, kurang setuju sebanyak 26 orang, tidak

setuju sebanyak 11 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa banyak konsumen yang mereferensikan orang lain untuk menggunakan jasa dari Khronos E-Sport Arena dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.

7. Berdasarkan pernyataan 7 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang, setuju sebanyak 22 orang, kurang setuju sebanyak 35 orang, tidak setuju sebanyak 12 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan baik, dengan artian bahwa banyak konsumen yang ingin melakukan pembelian ulang dalam bermain di Khronos E-Sport Arena dan hal tersebut harus tetap dipertahankan dan dikembangkan.
8. Berdasarkan pernyataan 8 tersebut dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, setuju sebanyak 23 orang, kurang setuju sebanyak 38 orang, tidak setuju sebanyak 12 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat diinterpretasikan kurang baik, dengan artian bahwa tidak banyak konsumen yang berniat untuk menjadi pelanggan tetap di Khronos E-Sport Arena. sehingga masih perlu dianalisa penyebab terjadinya hal tersebut oleh karena itu diperlukan langkah perbaikan.

### Analisis Regresi Berganda

Hasil dari analisis regresi kali ini, peneliti akan melakukan dua kali tahap pengujian, yang di antaranya sebagai berikut:

Regresi linier berganda pengaruh konstanta dan variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat:

**Tabel 8**  
**Regresi Linier Berganda Pengaruh Kualtias Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.714	2.102		2.718	.008		
Kualitas_Pelayanan	.255	.073	.319	3.511	.001	.542	1.845
Penetapan_Harga	.472	.086	.498	5.478	.000	.542	1.845

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan hasil dari regresi linier berganda diperoleh estimasi pada persamaan berikut:

$$Y = 5.714 + 0.255.X_1 + 0.472.X_2$$

Penjelasan :

- 1) Konstanta atau intersep sebesar 5.714 (positif) diartikan bahwa Keputusan Pembelian akan turun apabila Kualitas Pelayanan, dan Peneapan Harga sama dengan nol/dianggap kontan tidak mengalami perubahan, sehingga Keputusan Pembelian adalah sebesar 5.714. Kenyataan ini menegaskan betapa pentingnya peran Kualits Pelayanan, dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Khronos E-Sport Arena.

- 2) Kualitas Jasa ( $X_1$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,255 atau 25,5%, artinya peningkatan Kualitas Pelayanan yang baik akan mendorong Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena.
- 3) Penetapan Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,472 atau 47,2%, artinya Penetapan Harga yang baik akan mendorong Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian ini menghasilkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Kualitas Pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.000. Dari uji t pada variabel Kualitas Pelayanan diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 3.511 lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.98472. Sehingga berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima. Penilaian terhadap Kualitas Pelayanan dalam kategori baik. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian Kualitas Produk untuk dilakukan perbaikan guna meningkatkan Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena.

#### **Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian ini menghasilkan bahwa Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Penetapan Harga memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.000. Dari uji t pada variabel Penetapan Harga diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 5.478 lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  sebesar 1.98472. Sehingga berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis menyatakan bahwa Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima. Penilaian terhadap Penetapan Harga dalam kategori baik. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian Penetapan Harga untuk dilakukan perbaikan guna meningkatkan Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Penelitian ini menghasilkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.000. Dari uji F pada variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 63.061 lebih besar dibandingkan  $F_{tabel}$  sebesar 3.09. Sehingga berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima. Penilaian terhadap Keputusan Pembelian dalam kategori baik. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian untuk dilakukan perbaikan guna meningkatkan Keputusan Pembelian Khronos E-Sport Arena.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Khronos E-Sport Arena tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Berdasarkan tanggapan responden pada penelitian deskriptif diperoleh hasil sebagai berikut (a) Kualitas Pelayanan yang telah diberikan Khronos E-Sport Arena sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai pernyataan “Ruang bermain Khronos E-Sport Arena terjaga kebersihannya dan terasa nyaman” yang paling tertinggi dan yang terendah pada pernyataan mengenai “Spesifikasi komputer di Khronos E-Sport Arena lengkap dan canggih dibanding tempat lainnya”. Sehingga diasumsikan perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. (b) Penetapan Harga yang telah diberikan Khronos E-Sport Arena sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai pernyataan “Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sesuai dengan fasilitas yang diberikan” yang paling tertinggi dan yang terendah pada pernyataan mengenai “Harga yang ditawarkan oleh Khronos E-Sport Arena sesuai untuk semua kalangan

masyarakat". Sehingga diasumsikan perusahaan telah memberikan penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. (c) Keputusan Pembelian yang telah diberikan Khronos E-Sport Arena sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai pernyataan "Konsumen menyampaikan informasi yang positif kepada orang lain agar tertarik menggunakan jasa Khronos E-Sport Arena" yang paling tertinggi dan yang terendah mengenai "Konsumen relatif sering menggunakan produk atau jasa Khronos E-Sport Arena". Sehingga diasumsikan perusahaan telah memunculkan keputusan pembelian terhadap jasa yang ditawarkan. (2) Berdasarkan pengujian hipotesis terkait pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian terdapat pengaruh secara statistik signifikan dan positif sehingga hipotesis yang penulis ajukan Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) diterima. (3) Berdasarkan pengujian hipotesis terkait pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian terdapat pengaruh secara statistik signifikan dan positif sehingga hipotesis yang penulis ajukan Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) diterima. (4) Berdasarkan pengujian hipotesis terkait pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian terdapat pengaruh secara statistik signifikan dan positif sehingga hipotesis yang penulis ajukan Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Penetapan Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) diterima.

#### **KETERBATASAN DAN SARAN**

Bagi Praktisi:

1. Bagi Khronos E-Sport Arena untuk terus melakukan perbaikan dalam segi Kualitas Pelayanan dengan menjaga dan meningkatkan kualitas dalam spesifikasi komputer yang canggih dan lengkap guna kepentingan konsumen dalam bermain.
2. Bagi Khronos E-Sport Arena untuk terus melakukan perbaikan dalam segi Penetapan dengan lebih mengoptimalkan harga yang terjangkau oleh semua kalangan yang sesuai dengan spesifikasi komputer dan fasilitas.
3. Keputusan Pembelian yang dimiliki oleh Khronos E-Sport Arena tercermin melalui kualitas pelayanan dan penetapan harga yang telah dilakukan oleh perusahaan, mengingat berdasarkan tanggapan responden diperoleh hasil kurang baik pada aspek kebiasaan menggunakan jasa Khronos E-Sport Arena dan menjadi pelanggan tetap Khronos E-Sport Arena. Sehingga perbaikan dan peningkatan tersebut baik adanya dilakukan terus-menerus untuk menjadikan langkah perusahaan menjaga penurunan pengunjung dan sebagai salah satu langkah meningkatkan penjualan Khronos E-Sport Arena.

Bagi Peneliti Selanjutnya:

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menambahkan variabel-variabel lain yang belum dilakukan dalam penelitian ini, guna menyempurnakan pemahaman terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Khronos E-Sport Arena, atau melakukan penelitian kembali guna melihat perkembangan yang telah dicapai oleh Khronos E-Sport Arena dikemudian hari.

## REFERENSI

- Amrullah, Pamasang S Siburian, Saida ZZA. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Volume. 13 No. 2.
- Anggita, Rizza, Hapzi Ali. 2017. *The Influence of Product Quality, Service Quality, and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. Scholars Bulletin Vol. 3
- Annual Report Khronos E-Sport Arena tahun 2019
- Armstrong, Kotler. 2015. *“Marketing an Introducing Prentice Hall: 12 Edition”*, England: Pearson Education, Inc.
- Haqiqi, Fabtaghun, Khuzaini. 2020. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume. 9 No.4
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management: 14 Edition*, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kurniasari, Nova Dita, Suyono Budi Santoso. 2013. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak and Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)*. Vol. 2 No. 2
- Muhana, Andaru Prayoga. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Hotel Galuh Prambanan*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran
- Rosvita, 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, Ph D dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction* Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yulianto, Teguh. 2008. *Analysis Of Effect Of Product Quality, Price And Promotion Decisions To Purchase Nokia Mobile Brands. (Case Studies Faculty Of Economics, University Of Semarang Force 2008)*. Vol. 4, No, 3, Mei 2008.
- <http://www.tomato.co.id/data-digital-indonesia-2019/> Data Digital Indonesia 2019: Sebuah Pengantar Awal Tahun Diunduh Pada: 23 November 2020