

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sistem Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Pada Optik Livina Cabang Raman Utara

Anisa Diah Ananda¹, Ratmono², Fitriani³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Metro

Email : anisadiahananda19@gmail.com, ratmonofeb@gmail.com ,
fitriasrin2606@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sistem Pembayaran Kredit terhadap keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Pengolahan data pada penelitian ini yaitu menggunakan program SPSS versi 26. Dengan hasil Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara, Sistem Pembayaran Kredit berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara, Kualitas Pelayan Dan Sistem Pembayaran Kredit bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Sistem Pembayaran Kredit, Keputusan Pembelian

Abstract

The aim of this research is to find out whether there is an influence of Service Quality and Credit Payment System on the decision to purchase glasses at Optik Livina North Raman Branch. This research uses quantitative research. The sample used in this research was 70 respondents. Data collection techniques use questionnaires. Data processing in this research uses the SPSS version 26 program. With the results, Service Quality has a significant and significant influence on the decision to purchase glasses at Optik Livina North Raman Branch, the Credit Payment System has a significant and significant influence on the decision to purchase glasses at Optik Livina North Raman Branch, Service Quality and The Credit Payment System together has a significant influence on the decision to purchase glasses at Optik Livina North Raman Branch.

Keywords: *Service Quality, Credit Payment System, Purchasing Decisions*

I. Pendahuluan

Teknologi adalah sesuatu yang bermanfaat untuk mempermudah semua aspek kehidupan manusia. Penggunaan teknologi oleh masyarakat menjadikan teknologi semakin lama semakin canggih. Salah satu alat komunikasi yang paling berkembang pada saat ini adalah gadget, gadget merupakan barang yang hampir dimiliki oleh setiap orang baik tua dan muda bahkan anak-anak usia pendidikan dasar sudah banyak yang menggunakannya. Dampak negatif dari penggunaan Gadget adalah menurunnya fungsi penglihatan, mata menjadi kering, kepala sakit, dan mata berair akibat sinar monitor (LED/LCD) yang akan berdampak buruk bagi kesehatan mata, salah satunya yaitu ketajaman pada penglihatan. Kacamata adalah alat bantu untuk memperbaiki ketajaman penglihatan mata dengan ukuran lensa tertentu yang dipasang sesuai dengan ukurannya. Kacamata berfungsi membantu kita

untuk mencapai penglihatan normal.

Optik livina adalah sebuah perusahaan yang bergerak di jasa pengadaan kacamata(kesehatan penglihatan mata/refraksi optisi),menjalankan bisnis dengan membuka toko bernama Optik Livina.Perusahaan ini memiliki banyak cabang yang tersebar di lampung ada 7 cabang salah satu cabangnya yaitu di Kota Raman kecamatan Raman Utara.Terdapat lebih dari 70 karyawan yang bekerja di Optik Livina dari seluruh cabang yang ada di lampung. Pada optik livina terdapat peningkatan penjualan setiap tahunnya tetapi di tahun 2023 mengalami sebuah penurunan penjualan hal ini mungkin disebabkan karena beberapa faktor mungkin dari faktor kualitas pelayanan, kekurangan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan optik livina yaitu tentang waktu dalam pemesanan kacamata, kacamata yang dipesan membutuhkan waktu kurang lebih 3 hari setelah pemesanan, yang menyebabkan penurunan setiap tahun cenderung mengalami penurunan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting.kualililas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan tingkat layanan yang diharapkan.Maka sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan tingkat layanan yang diharapkan.Maka sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Selain kualitas pelayanan Optik Livina menerapkan sistem pembayaran kredit dalam penjualan kacamata. Menurut (Anton, 2016) kredit adalah penyediaan uang atau yang disamakan dengan itu berdasarkan persetujuan pinjam meminjam antara bank dengan pihak peminjam. Pihak peminjam berkewajiban melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga yang ditentukan. Menurut (Kasmir, 2016) pembiayaan atau kredit adalah penyediaan uang yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Sistem pembayaran kredit pada optik livina lebih bnyak diminati oleh konsumen dibandingkan dengan pembayaran secara cash.

II. Kajian Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut kasmir (2017:47), menghatakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan sesama karyawan dan juga pimpinan. Menurut Kotler. (2016:47) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Riyono dan Budiharja (2016) Kualitas pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Sistem Pembayaran Kredit

Kata kredit berasal dari bahasa latin yaitu *credere*, yaitu di terjemahkan sebagai kepercayaan atau *credo* yang berarti saya percaya. Kredit dan kepercayaan (*trust*) adalah ibarat sekeping mata uang logam yang tidak dapat di pisahkan, karena tidak akan mungkin adanya pemberian pinjaman tanpa adanya bangunan kepercayaan di sana dan kepercayaan itu adalah sesuatu yang mahal harganya. Menurut Anton. (2016) kredit adalah penyediaan uang atau yang disamakan dengan itu berdasarkan persetujuan pinjam meminjam antara bank dengan pihak peminjam. Pihak peminjam berkewajiban melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga yang ditentukan. Menurut Kasmir (2016) pembiayaan atau kredit adalah penyediaan uang yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan

persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:177) keputusan pembelian yakni komponen dari perilaku pelanggan, dimana sikap pelanggan adalah studi terkait seperti apakah individu ataupun kelompok untuk membeli, menentukan, mengkonsumsi, dan seperti apakah produk, pengalaman, ide guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Alma, B. (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, process*. Menurut Tjiptono (2015:21) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah Optik Livina Cabang Raman Utara. Penelitian ini akan dilakukan di Optik Livina Cabang Raman Utara yang berada di wilayah Kota Raman, Kecamatan Raman Utara, Kabupaten Lampung Timur Provinsi Lampung. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Optik Livina Cabang Raman Utara. Metode pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan menggunakan metode penelitian sampling dengan teknik *sampling accidental* dengan rumus Hair sehingga jumlah sampel yang akan dilakukan penelitian yaitu sebanyak 70 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian persyaratan instrumen yaitu terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian persyaratan analisis yaitu terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas. Model regresi yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdiri dari Uji T, Uji bersama-sama (Uji F), dan Uji koefisien determinasi (Uji R²). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 26.

IV. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini bertujuan guna mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak normal. Dengan menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov (K-S) dimana nilai signifikansi adalah 5% atau 0,05. Sehingga hasil dinyatakan normal bila hasil signifikan lebih atau sama dengan 0,05 dan akan dinyatakan tidak normal apabila kurang dari 0,05.

- 1) Uji Normalitas variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Variabel (X1) dan (Y)

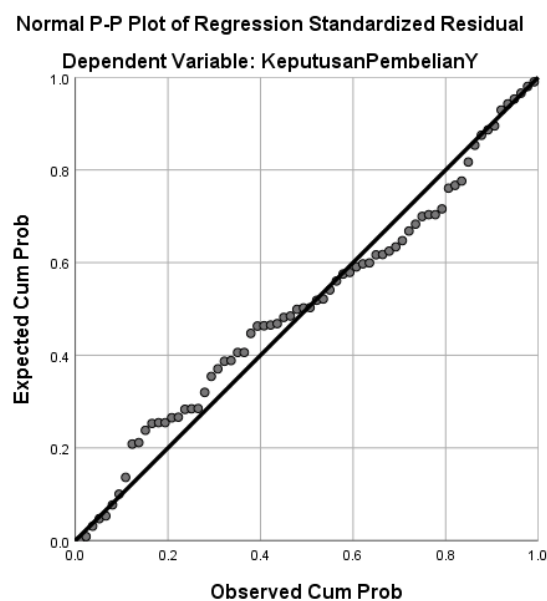
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.69529062
Most Extreme Differences	Absolute	.107

	Positive	.079
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada data variabel Kualitas Pelayanan (X1) ditemukan nilai yang signifikan sebesar 0,102 yang dimana tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini juga dapat dilihat pada diagram P P lot sebagai berikut:

Gambar 1. Diagram P Plot Variabel (X1) dan (Y)



Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Dari gambar tersebut P Plot memiliki titik-titik yang ada dan selalu mengikuti dan mendekati garis diagonal. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa sebaran data kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dinyatakan berdistribusi normal.

- 2) Uji Normalitas variabel Sistem Pembayaran Kredit (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Variabel (X2) dan (Y)

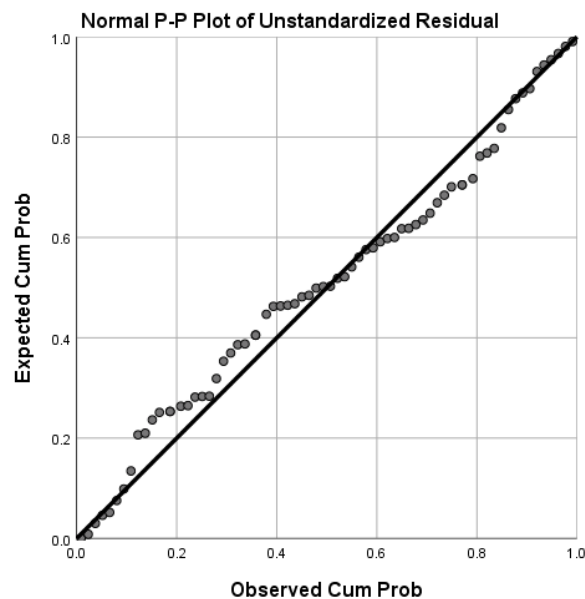
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.93324476
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.083
	Negative	-.094
Test Statistic		.094

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada data variabel Sistem Pembayaran Kredit (X2) ditemukan nilai yang signifikan sebesar 0,200 yang dimana tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini juga dapat dilihat pada diagram P P lot sebagai berikut:

Gambar 2. Diagram P Plot Variabel (X2) dan (Y)



Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Dari gambar tersebut P Plot memiliki titik-titik yang ada dan selalu mengikuti dan mendekati garis diagonal. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa sebaran data Sistem Pembayaran Kredit (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dinyatakan berdistribusi normal.

a. Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk menguji apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan linieritas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KeputusanPembelianY * KualitasPelayananX1	Between Groups	(Combined)	2381.906	23	103.561	2.725	.002
		Linearity	1036.786	1	1036.786	27.285	.000
		Deviation from Linearity	1345.121	22	61.142	1.609	.187
	Within Groups		1747.937	46	37.999		

	Total	4129.843	69			
--	-------	----------	----	--	--	--

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui sig Deviation from linierity sebesar 0,187 > 0,05. Maka dapat disimpulkan antara variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) dengan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) terdapat hubungan yang linier. maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian terdapat hubungan linier.

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas Sistem Pembayaran Kredit (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian Y * Sistem Pembayaran Kredit X2	Between Groups	(Combined)	2520.210	33	76.370	1.708	.059
		Linearity	813.021	1	813.021	18.183	.000
		Deviation from Linearity	1707.189	32	53.350	1.193	.302
	Within Groups		1609.633	36	44.712		
	Total		4129.843	69			

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui sig Deviation from linierity sebesar 0,305 > 0,05. Maka dapat disimpulkan antara variabel bebas Sistem Pembayaran Kredit (X2) dengan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) terdapat hubungan yang linier. maka dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran kredit terhadap keputusan pembelian terdapat hubungan linear.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas ini digunakan untuk mengetahui dua atau lebih kelompok data atau sampel berasal dari populasi varians sama dan taraf signifikansi 0,05. Jika hasil dari uji homogenitas memiliki nilai yang lebih besar dari angka 0,05 maka varians dikatakan homogen, dan sebaliknya jika kurang dari 0,05 maka dikatakan tidak homogeny. Hasil dari uji homogenitas adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Keputusan Pembelian Y	Based on Mean	4.102	14	26	.101
	Based on Median	.832	14	26	.632
	Based on Median and with adjusted df	.832	14	9.623	.634
	Based on trimmed mean	2.980	14	26	.002

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui pada tabel Test oh Homogeneity of Variances didapat nilai signifikan sebesar 0,101. Dikarenakan nilai signifikan 0,101 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat varian yang homogen atau sama antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas dan Linieritas merupakan sifat sifat yang berhubungan dengan linier atau variabel. Yang artinya setiap terjadi perubahan satu perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Hasil model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Model Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.836	9.941		3.102	.003
	KualitasPelayananX1	.426	.121	.386	3.526	.001
	SistemPembayaranKreditX2	.216	.081	.291	2.660	.010

a. Dependent Variable: KeputusanPembelianY

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian tabel 7. maka dapat diuraikan sebagai berikut:

$$Y = 30,836 + 0,426 + 0,426$$

Penjelasan dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai (*Constant*) yang diperoleh sebesar 30.836, Maka dapat diartikan jika Variabel Independen bernilai 0 (konstan) Maka variabel Dependen bernilai 30.836.
2. Koefisien regresi sebesar 0,426 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% pada variabel kualitas pelayanan maka akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 42,6% diasumsikan variabel tersebut konstan.
3. Koefisien regresi sebesar 0,216 menunjukkan bahwa bahwa setiap kenaikan 1% pada variabel sistem pembayaran kredit maka akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 21,6% diasumsikan variabel tersebut konstan.

Berdasarkan hasil analisis linier berganda diatas, telah diketahui nilai pengaruh pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel yang terikat maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu kualitas pelayanan (X1). Hal ini sudah dibuktikan dengan didapatkan nilai koefesian regresinya pada variabel kualitas pelayanan (X1) lebih besar dibandingkan dengan sistem pembayaran kredit (X2) yaitu 0,426 terhadap keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pada konsumen Optik Livina Cabang Raman Utara.

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Parsial (Uji T)

Uji parsial t digunakan untuk mengetahui masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali 2018, 152). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi uji $t < 0.05$ maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji T pada tingkat signifikan 0,05%. Hasil uji T dalam ini adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.836	9.941		3.102	.003
	KualitasPelayananX1	.426	.121	.386	3.526	.001
	SistemPembayaranKreditX2	.216	.081	.291	2.660	.010

a. Dependent Variable: KeputusanPembelianY

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 8. Diatas dapat disimpulkan :

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Berdasarkan tabel dapat diinterpretasikan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 3.526 dan T_{tabel} 1.666 jadi dapat disimpulkan bahwa (T_{hitung} 3.526 > T_{tabel} 1.666) dengan tingkat signifikan $0.001 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kaca mata pada Optik Livina Cabang Raman Utara, artinya tinggi rendahnya kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Sistem Pembayaran Kredit (X_2)

Berdasarkan tabel dapat diinterpretasikan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 2.660 dan T_{tabel} 1.666 jadi dapat disimpulkan bahwa (T_{hitung} 2.660 > T_{tabel} 1.666) dengan tingkat signifikan $0.010 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel sistem pembayaran kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kaca mata pada Optik Livina Cabang Raman Utara, artinya sistem pembayaran kredit sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Bersama-Sama (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya dengan tingkat signifikan 0.05 dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1332.242	2	666.121	15.953	.000 ^b
	Residual	2797.601	67	41.755		
	Total	4129.843	69			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelianY

b. Predictors: (Constant), SistemPembayaranKreditX2, KualitasPelayananX1

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 9. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ dan perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} sebesar $15.953 > 3.13$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan sistem pembayaran kredit terhadap keputusan pembelian kaca mata pada Optik Livina Cabang Raman Utara.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi Uji R^2 bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variansi dari variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness – fit dari model regresi nilai

koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variabel dari variabel dependen yang sangat erbatas. Namun jika nilainya mendekati satu, maka variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk emprediksi variabel- variabel dependen. Hasil koefisien Determinasi R^2 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.323	.302	6.46183
a. Predictors: (Constant), SistemPembayaranKreditX2, KualitasPelayananX1				

Sumber : Data diolah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 18. diketahui nilai *R Square* adalah 0,323 yang berarti bahwa kemampuan variabel bebas (independen) dalam menjalankan dari variabel terikat(dependen) adalah 32,25% dengan ini berarti variabel bebas mampu memberikan partisipasi sebesar 32,3%.

B. Hipotesis Statistik

Uji hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan uji signifikasi secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikasi dari suatu variabel independent/bebas terhadap variabel dependen/terikat. Uji signifikasi dilakukan dengan uji-t pada Tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisis (alpha) 5%.

1. Uji Hipotesis 1

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian

No	Variabel pengujian	Koefisien β	T _{hitung}	T _{tabel}	Keterangan
1.	X1 dengan Y	0.426	3.526	1.666	H _a Diterima

Berdasarkan tabel diatas, terdapat tabel yang menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan nilai $\beta = 0.426$ dengan T_{hitung} sebesar 3.526 . Berdasarkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka koefisien β signifikan atau dapat diartikan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Dapat disimpulkan bahwa berpengaruh langsung dan signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y).

2. Uji Hipotesis 2

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Sistem Pembayaran Kredit dengan Keputusan Pembelian

No	Variabel pengujian	Koefisien β	T _{hitung}	T _{tabel}	Keterangan
1.	X2 dengan Y	0.216	2.660	1.666	H _a Diterima

Berdasarkan tabel diatas, terdapat tabel yang menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis Sistem Pembayaran Kredit (X2) menunjukkan nilai $\beta = .216$ dengan T_{hitung} sebesar 2.660 Berdasarkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka koefisien β signifikan atau dapat diartikan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Dapat disimpulkan bahwa berpengaruh langsung dan signifikan dari variabel Sistem Pembayaran Kredit (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y).

Tabel 23. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

No	Variabel pengujian	F _{hitung}	F _{tabel}	Keterangan
1.	Hipotesis Secara Simultan	15.953	3.13	H _a Diterima

Berdasarkan tabel diatas, terdapat tabel yang menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dan sistem pembayaran kredit terhadap keputusan pembelian diperoleh $F_{hitung} = 15.953$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3.13$ karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan sistem pembayaran kredit (X_2) secara bersama-sama berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Y).

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan maka dapat dimaknai dan dibahas sehingga dapat diberikan pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) yang diukur menggunakan indikator kualitas pelayanan yaitu: berwujud, empati, cepat tanggap, kehandalan dan kepastian. Pada saat ini kualitas pelayanan cukup menjadi pertimbangan konsumen dalam suatu keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharma Virya (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian Dharma Virya adalah lokasi penelitian, populasi dan sampel yang digunakan serta indikator yang digunakan dalam penelitian.

2. Pengaruh Sistem Pembayaran Kredit (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel sistem pembayaran kredit (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) yang diukur menggunakan indikator sistem pembayaran kredit yaitu: adanya debitur dan kreditur, unsur kepercayaan, adanya persetujuan, adanya unsur waktu dan kadanya bunga. Pada saat ini sistem pembayaran kredit cukup menjadi pertimbangan konsumen dalam suatu keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Eka Umi Pratiwi (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian Eka Umi Pratiwi adalah lokasi penelitian, populasi dan sampel yang digunakan serta indikator yang digunakan dalam penelitian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Dan Sistem Pembayaran Kredit (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan sistem pembayaran kredit menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan sistem pembayaran kredit secara bersama-sama akan mempengaruhi akan jumlah kosumen dalam suatu keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Eka Umi Pratiwi (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan sistem pembayaran kredit terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian Eka Umi Pratiwi adalah lokasi penelitian, populasi dan sampel yang digunakan serta indikator yang digunakan dalam penelitian.

V. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara. Hal tersebut berarti kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh perusahaan telah memunculkan perilaku terhadap konsumen dalam sebuah keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara.
2. Sistem Pembayaran Kredit berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara. Hal tersebut berarti sistem pembayaran kredit yang telah diterapkan oleh perusahaan telah memunculkan perilaku terhadap konsumen dalam sebuah keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara.
3. Kualitas Pelayanan Dan Sistem Pembayaran Kredit bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara. Hal tersebut berarti kualitas pelayanan dan sistem pembayaran kredit yang telah diterapkan oleh perusahaan telah memunculkan perilaku terhadap konsumen dalam sebuah keputusan pembelian kacamata pada Optik Livina Cabang Raman Utara.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada Optik Livina Cabang Raman Utara adalah :

1. Optik Livina Cabang Raman Utara dari segi kualitas pelayanan pada saat melayani konsumen , sebaiknya lebih tanggap, cekatan dan tepat waktu terhadap keluhan konsumen.
2. Optik Livina Cabang Raman Utara lebih berhati-hati dalam segi sistem pembayaran kredit dengan pembelian produk secara kredit konsumen harus melengkapi data-data dengan mengajukan fotocopy KTP atau kelengkapan data lainnya, Hal ini sangat penting karena apabila ada konsumen yang tidak bertanggung jawab maka Perusahaan mempunyai identitas konsumen tersebut dengan jelas.
3. Optik Livina Cabang Raman Utara Untuk terus mempertahankan dan memperbaiki kualitas pelayanan, menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen agar konsumen lebih nyaman dalam melakukan pembelian produk dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan Optik Livina Cabang Raman Utara.

Daftar Pustaka

- Abdu, S., dkk. (2021). Dampak Penggunaan Gadget terhadap Penurunan Ketajaman Penglihatan. *Jurnal Keperawatan Florence Nightingale*, 4(1), 24-30.
- Chisto, FN,Bawelle. (2016). “Efek Negatif Penggunaan Gadget Terhadap Kesehatan salah satunya fungsi Penglihatan”.*eBiomedik*, 4(2)
- Dictio.id. (2017, December). Apa yang dimaksud dengan Pelayanan? - Ekonomi & Bisnis / Manajemen - Dictio Community. Dictio.Id. <https://www.dictio.id/t/apa-yangdimaksud-dengan-pelayanan/14452>
- Fitriani, F., & Darmayanti, E. F. (2022). Pengaruh Risiko Pembelian Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Feb Um Metro Angkatan 2020). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(2), 341-350.
- Marpaung, J. (2018). Pengaruh penggunaan gadget dalam kehidupan. *KOPASTA: Journal of the Counseling Guidance Study Program*, 5(2).

- Monitaria, A. M. (2021). *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Ningrum, M. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 2(1)
- Pratiwi, E. U. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Sistem Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Di Optik Berkah Klaten* (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).
- Putri, E. B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Torabika Coffe PT Cipta*
- Niaga Semesta (MAYORA GROUP) DI Punggur* (Doctoral dissertation, <https://ummetro.ac.id/>).
- Ratmono, R., & Kurniawan, R. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Data Internet Telkomsel di Kota Metro. *Journal Dinamika STIE Lampung*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Pendekatan Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sunyoto, (2009), *analisis regresi dan uji hipotesis*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wijayanti, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Kota Metro* 233