

PENGARUH PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI XPANDER PADA PT MITSUBISHI BOSOWA CABANG MANADO

THE INFLUENCE OF PEOPLE, PROCESS, AND PHYSICAL EVIDENCE ON MITSUBISHI XPANDER CAR PURCHASE DECISIONS ON PT MITSUBISHI BOSOWA MANADO BRANCH

Oleh:

Abigail A. Hermanus¹
Silvy L. Mandey²
Reitty L. Samadi³

¹²³Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[1abigailaliciahermanus@gmail.com](mailto:abigailaliciahermanus@gmail.com)

[2silvyalmandey@unsrat.id.com](mailto:silvyalmandey@unsrat.id.com)

[3reittylilysamadi@gmail.com](mailto:reittylilysamadi@gmail.com)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli Mobil Mitsubishi Xpander PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado pada tahun 2018-2022 yang berjumlah 2.529 konsumen. Perhitungan sampel menggunakan rumus slovin dimana jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 96 orang responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *people*, *process* dan *physical evidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado. *People* secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado, *process* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado dan *physical evidence* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.

Kata Kunci: *people*, *process*, *physical evidence*, keputusan pembelian

Abstract: This research aims to examine the influence of *people*, *process*, and *physical evidence* on Mitsubishi Xpander car purchase decisions at PT Mitsubishi Bosowa Manado Branch. This study used an associative approach. The population in this study is buyers of Mitsubishi Xpander Cars PT Mitsubishi Bosowa Manado Branch in 2018-2022 which amounted to 2,529 consumers. The sample calculation uses the slovin formula where the number of samples obtained is 96 respondents. Data analysis using multiple linear regression analysis. The results showed that *people*, *process* and *physical evidence* simultaneously have a significant influence on the purchase decision of Mitsubishi Xpander car at PT Mitsubishi Bosowa Manado Branch. *People* partially have a positive insignificant influence on the Mitsubishi Xpander car purchase decision at PT Mitsubishi Bosowa Manado Branch, *process* partially has a significant positive effect on the Mitsubishi Xpander car purchase decision at PT Mitsubishi Bosowa Manado Branch and *physical evidence* partially has a significant positive effect on the purchase decision of Mitsubishi Xpander car at PT Mitsubishi Bosowa Manado Branch.

Keywords: *people*, *process*, *physical evidence*, purchase decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling efektif untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang ataupun jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* suatu produk ataupun jasa. Dalam mengejar profit optimal strategi bauran pemasaran berkembang menjadi konsep 7P, yaitu *Product*, *Price*, *Place*,

Promotion, People, Process dan *Physical evident*. Pada penelitian ini variabel penelitian dibatasi pada tiga variabel, yaitu *people, process* dan *physical evidence*.

Sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan tidak hanya mempengaruhi operasional, tetapi juga memainkan peran penting dalam memahami perilaku konsumen. Melalui pengetahuan mereka tentang psikologi, motivasi, dan preferensi, tim dapat membantu memahami bagaimana keputusan pembelian dibuat. Dengan pengelolaan yang baik terhadap karyawan, termasuk pelatihan, motivasi, dan kepuasan kerja, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang mendukung untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, mengarah pada pengambilan keputusan pembelian yang lebih baik dari konsumen. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian, dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian produk atau jasa yang dijual.

Proses dalam konteks keputusan pembelian membentuk fondasi untuk pengambilan keputusan konsumen. Proses ini mencakup serangkaian langkah yang diambil individu sebelum akhirnya membuat keputusan pembelian. Mulai dari mengidentifikasi kebutuhan atau masalah, mencari informasi, mengevaluasi opsi yang tersedia, hingga akhirnya melakukan pembelian. Tahapan-tahapan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengaruh sosial, preferensi pribadi, pengalaman sebelumnya, dan pengaruh dari pemasar atau promosi. Memahami proses ini memungkinkan para pemasar untuk lebih baik menyesuaikan strategi mereka agar sesuai dengan tahapan-tahapan yang dilalui konsumen, memengaruhi keputusan pembelian mereka, dan pada gilirannya, meningkatkan keberhasilan produk atau layanan yang ditawarkan.

Physical evidence sebagai salah satu elemen dalam bauran pemasaran, memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Ketika konsumen berinteraksi dengan produk atau layanan, bukti fisik yang diberikan oleh merek atau perusahaan dapat secara signifikan memengaruhi persepsi mereka. Kualitas fisik produk, tampilan toko atau lingkungan tempat pelayanan, desain kemasan, dan kesan visual secara keseluruhan dapat menjadi faktor penentu apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak. Bukti fisik yang kuat bisa meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan, menciptakan daya tarik visual, dan memberikan kesan kualitas yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, memahami pentingnya *physical evidence* dalam pengalaman konsumen adalah kunci untuk membentuk keputusan pembelian yang positif. Elemen dari *physical evidence* termasuk seluruh aspek fasilitas fisik dari organisasi jasa yang terdiri dari atribut eksterior dan interior serta hal berwujud lainnya.

PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado adalah perusahaan otomotif yang berlokasi di Manado, Sulawesi Utara, Indonesia. Perusahaan ini merupakan salah satu dealer atau distributor mobil di Indonesia yang berfokus pada penjualan dan layanan purna jual mobil. Tantangan persaingan dalam dunia otomotif saat ini semakin ketat seiring dengan perubahan global dalam teknologi, keberlanjutan, dan preferensi konsumen. Selama periode 2018 hingga 2022, PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado mencatat sejumlah penjualan kendaraan yang bervariasi. Fluktuasi dalam penjualan ini dapat mencerminkan sejumlah faktor, termasuk perubahan dalam strategi pemasaran, preferensi konsumen, atau bahkan pengaruh peristiwa eksternal. Kendaraan mobil yang ada di Indonesia yang terkenal salah satunya adalah merek Mitsubishi, diantaranya mobil Xpander yang telah menjadi *Country's best-selling small MPV* di 2022. Mitsubishi Xpander satu-satunya yang bisa menyaingi penjualan nasional perbulan dari Avanza. Citra mobil Mitsubishi Xpander dimata beberapa konsumen menunjukkan bahwa mobil ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan mobil yang sejenis. Dan tentunya dengan memiliki mobil Xpander, konsumen beserta keluarga mendapatkan keuntungan yaitu bisa menghindari kontak secara bebas dengan tidak perlu lagi menaiki transportasi umum, dari segi bisnis bisa menciptakan peluang usaha seperti menyediakan jasa transportasi *online* maupun mengantarkan sembako dan lain sebagainya, dari segi bisnis lainnya Xpander yang telah menjadi bekas masih memiliki harga jual yang tinggi daripada mobil lainnya. Berdasarkan latar belakang masalah yang di paparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *People, Process*, dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado".

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *People, Process*, dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh *People* terhadap Keputusan Pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Process* terhadap Keputusan Pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Pengertian manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan suatu organisasi dengan cara berkerja dalam team. Menurut Kotler dan Keller (2016:6), Pemasaran (*marketing*) merupakan hal yang sangat mendasar sehingga tidak dapat dilakukan sebagai fungsi yang terpisah.

People

Sumber daya manusia adalah semua pelaku yang mempermainkan perana dalam penyedia jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Elemen-elemen dari *People* adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. *People* adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian produk atau jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembelian. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian, dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian produk atau jasa yang dijual. (Hurriyati, 2005).

Process

Proses merupakan gabungan semua aktivitas umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan pada konsumen.

Physical Evidence

Physical Evidence atau bukti fisik adalah lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa dengan konsumen berinteraksi. Beserta dengan semua komponen lainnya yang mendukung terwujudnya atau terkomunikasinya jasa. Elemen dari *Physical Evidence* termasuk seluruh aspek fasilitas fisik dari organisasi jasa yang terdiri dari atribut eksterior dan interior serta hal berwujud lainnya (Kotler dan Keller, 2016:211).

Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penelitian sumber-sumber informasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa pencarian informasi dan evaluasi merupakan hal yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

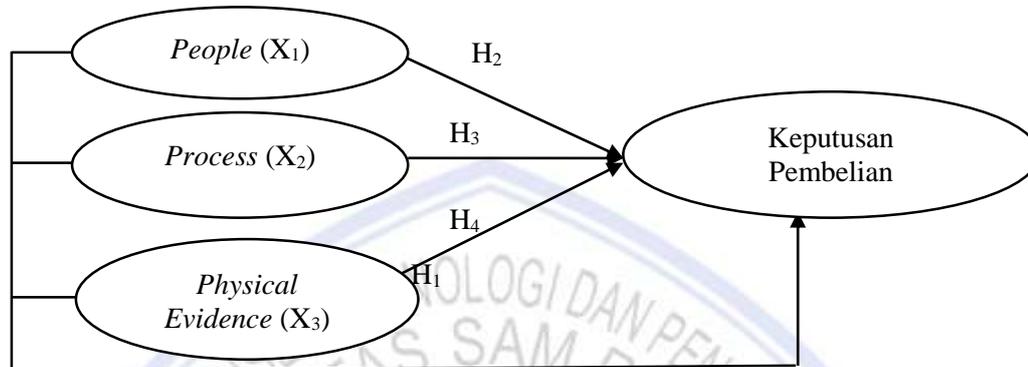
Penelitian Terdahulu

Penelitian Senaen dan Tumbuan (2018) bertujuan untuk mengetahui pengaruh people, proses, promosi terhadap keputusan pembelian mobil Toyota pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Metode yang digunakan adalah asosiatif. Populasi penelitian pembeli mobil Toyota tahun 2013. Sampel yang digunakan sebanyak 98 responden, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Hasil analisis secara simultan People, Proses, dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Manajemen PT. Hasjrat Abadi Manado untuk variabel People dan Proses, berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota.

Penelitian Kanter, Lopian dan Soepeno (2022) bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh produk, harga, tempat, promosi terhadap keputusan pembelian di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat selama pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Non-Probability Sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, dimana jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dari hasil uji secara simultan di peroleh bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat. Dan hasil uji secara parsial diperoleh bahwa variabel Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Harga memiliki nilai positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel Tempat dan Promosi memiliki nilai negative dan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian Porawouw, Mandey dan Loindong (2018) bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat dan promosi di PT.Hasjrat Abadi Malalayang.Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yaitu metode untuk mencari korelasi atau hubungan kausal (hubungan bersifat sebab akibat). Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan produk, harga, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada PT. Hasjrat Abadi Malalayang. Secara parsial produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Variabel yang dominan adalah variabel produk, harga, dan promosi dan untuk variabel yang lemah dan tidak berpengaruh adalah variabel tempat.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teoritis (2024)

Hipotesis

- H1: *People, Process, Dan Physical Evidence* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander
 H2: *People* Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander
 H3: *Process* Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander
 H4: *Physical Evidence* Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Sugiyono (2018:11) menyatakan penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang Pengaruh *People, Process, dan Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:18). Populasi pada penelitian ini adalah pembeli Mobil Mitsubishi Xpander PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado pada tahun 2018-2022 yang berjumlah 2.529 konsumen. Sampel adalah bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Jadi sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin berjumlah 96.19 dan dibulatkan menjadi 96 orang responden/sampel dari populasi sebanyak 2.529 orang.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dengan angka-angka.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu: teknik kuesioner. Teknik Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden (Sugiyono, 2018:72).

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen dikatakan baik jika mempunyai validitas tinggi. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika *Person correlation* > 0.3 maka item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawabannya adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dinyatakan item reliabel bila mana nilai *alpha* cronbachnya 0.6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik akan memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ditunjukkan berdasarkan model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebasnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik (*scatterplot*) antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual.

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara dependen (Y) dan variabel independen. Persamaan umum regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e.$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = *People*

X₂ = *Process*

X₃ = *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

b₁ = koefisien regresi variabel *People*

b₂ = koefisien regresi variabel *Process*

b₃ = koefisien regresi variabel *Physical Evidence*

e = *error*

Pengujian Hipotesis

Uji F (simultan)

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian yang menggunakan p value atau F hitung menurut Ghazali (2016: 99) adalah jika p value < 0,05 atau F hitung ≥ F tabel maka Ha diterima. Sebaliknya, jika p value ≥ 0,05 atau F hitung < F tabel maka Ha ditolak.

Uji t (Parsial)

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini menurut Ghozali (2016: 99) adalah jika p value < 0,05 maka H_a diterima. Sebaliknya, jika p value $\geq 0,05$ maka H_a ditolak. menjelaskan variasi variabel terikat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Uji Validitas****Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

	Item	Pearson Correlation	Nilai Signifikan	Keterangan
People	X1.1	0.809	0.000	Valid
	X1.2	0.853	0.000	Valid
	X1.3	0.735	0.000	Valid
	X1.4	0.775	0.000	Valid
Process	X2.1	0.771	0.000	Valid
	X2.2	0.631	0.000	Valid
	X2.3	0.678	0.000	Valid
	X2.4	0.646	0.000	Valid
Physical Evidence	X3.1	0.632	0.000	Valid
	X3.2	0.814	0.000	Valid
	X3.3	0.779	0.000	Valid
	X3.4	0.815	0.000	Valid
	X3.5	0.780	0.000	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0.713	0.000	Valid
	Y2	0.771	0.000	Valid
	Y3	0.592	0.000	Valid
	Y4	0.825	0.000	Valid
	Y5	0.607	0.000	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel 1 terlihat bahwa korelasi dari masing-masing item terhadap jumlah total skor masing-masing pernyataan untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y , seluruhnya menghasilkan *pearson correlation* diatas 0.30 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka keseluruhan item pernyataan variabel penelitian adalah valid.

Uji Reliabilitas**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

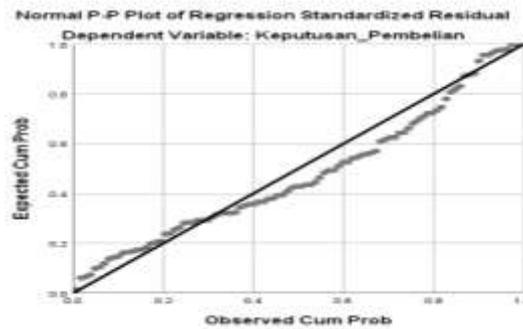
Nama Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
X1	0.804	Reliabel
X2	0.611	Reliabel
X3	0.823	Reliabel
Y	0.764	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien *alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuisisioner adalah *reliabel*. semua pernyataan pada kuisisioner dinilai *reliabel* karena Nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Item* pada setiap variabel > 0.60.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa titik-titik variabel berada di sekitar garis $Y=X$ atau menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal.



Gambar 2. Grafik P-P Plot
 Sumber : Data diolah, 2023

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

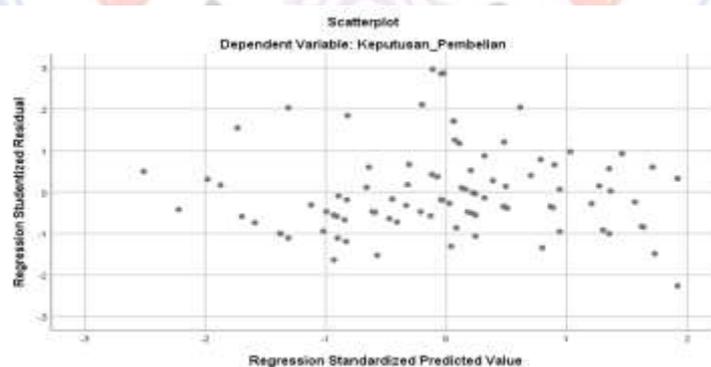
Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
People	.537	1.861
Process	.897	1.115
Physical_Evidence	.540	1.851

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
 Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3, maka disimpulkan bahwa model regresi tidak terdeteksi adanya multikolinieritas (antar variabel bebas dalam model berkorelasi kuat) karena nilai VIF (Variance Inflating Factor) < 10.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 menunjukkan bahwa koefisien parameter untuk semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi heterokedastisitas dilihat dari scatterplot yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.



Gambar 3. Grafik Scatterplot
 Sumber: Data diolah, 2023

Analisis Regresi Berganda

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta dari persamaan regresi linier berganda pada Tabel 4.8 adalah 2.702 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa jika people, process dan physical evidence, nilainya adalah 0 (nol), maka keputusan pembelian adalah sebesar 2.702.
2. Koefisien regresi untuk variabel people adalah sebesar 0.016 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada people, sementara process dan physical evidence diasumsikan tetap, maka besarnya keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.016.

3. Koefisien regresi untuk variabel process adalah sebesar 0.242 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada process sementara people dan physical evidence diasumsikan tetap, maka besarnya keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.242.
4. Koefisien regresi untuk variabel physical evidence adalah sebesar 0.661 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada physical evidence sementara people dan process diasumsikan tetap, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0.661.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	T		
1	(Constant)	2.702	1.656		1.632	.106	
	People	.016	.091	.015	.175	.862	1.861
	Process	.242	.095	.170	2.541	.013	1.115
	Physical_Evidence	.661	.079	.717	8.321	.000	1.851

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data diolah, 2023

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Model Summary ^b		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.631	.619	1.98571	1.482

a. Predictors: (Constant), Physical_Evidence, Process, People

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel 5 Menunjukkan nilai *R square* atau koefisien sebesar 0.631 maka dapat diketahui nilai R² yang dihasilkan sebesar 0.631 atau 63.10%. Angka ini menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado dipengaruhi oleh *people*, *process* dan *physical evidence* sebesar 63.10%, sedangkan sisanya sebesar 36.90% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji T

Berdasarkan Tabel 4,

1. Nilai t hitung untuk variabel people (X1) sebesar 0.175 lebih kecil dibandingkan t tabel yang bernilai 1.98609. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.862. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel people berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Sehingga hipotesis 1 yang menyatakan people berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditolak dan h0 diterima.
2. Nilai t hitung untuk variabel process (X2) sebesar 2.541 lebih besar dibandingkan t tabel yang bernilai 1.98609. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.013. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel process berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis 2 yang menyatakan process berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima dan h0 ditolak.
3. Nilai t hitung untuk variabel physical evidence (X3) adalah sebesar 8.321 lebih besar dibandingkan t tabel yang bernilai 1.98609. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel physical evidence berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis 3 yang menyatakan physical evidence berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima dan h0 ditolak.

Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan maka dilakukan uji F. Tabel 6 menunjukkan nilai F hitung sebesar 52.341 dengan tingkat signifikansi 0.000, Karena

tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($52.341 > 2.70$) maka dapat dinyatakan *people*, *process* dan *physical evidence* secara bersama – sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	619.146	3	206.382	52.341	.000 ^b
	Residual	362.760	92	3.943		
	Total	981.906	95			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Physical_Evidence, Process, People

Sumber : Data diolah, 2023

Pembahasan

Pengaruh *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan (uji F) menemukan bahwa *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* secara bersama – sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado dengan pengaruh berdasarkan uji koefisien determinasi (Rsquare) adalah sebesar 63.10% dengan korelasi sangat kuat. Hal ini berarti dengan adanya *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* maka akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.

Pengaruh *People* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa *people* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti walaupun *people* atau karyawan yang bekerja di PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian namun dengan semakin meningkatnya kualitas sumber daya manusia yang ada maka mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam suatu perusahaan sikap seorang pegawai dalam melayani konsumen sangat penting selain itu motivasi pegawai dan hubungan yang baik dengan konsumen akan sangat mempengaruhi bagaimana konsumen melihat produk dan pada akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian. Hasil ini dapat mengindikasikan bahwa pelanggan di wilayah tersebut lebih cenderung memfokuskan perhatian pada atribut *process* dan *physical*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Senaen dan Tumbuan (2018) yang menemukan bahwa *people* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian dari Simanjuntak (2020) yang menemukan bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *Process* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa *process* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti dengan adanya proses yang efektif dan efisien tentunya akan meningkatkan atau berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Proses pemasaran yang efektif, mulai dari penyampaian informasi produk hingga pengalaman purna jual, dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Keseluruhan langkah-langkah dalam proses pemasaran, seperti penelusuran informasi, evaluasi alternatif, dan pengambilan keputusan, dapat membentuk persepsi positif terhadap produk atau layanan. Proses yang transparan, efisien, dan ramah konsumen dapat menciptakan kepercayaan dan meminimalkan hambatan dalam keputusan pembelian. Sebaliknya, proses yang rumit, lambat, atau kurang responsif dapat menyebabkan konsumen beralih ke pilihan lain. Oleh karena itu, pengelolaan variabel *process* secara cermat dapat menjadi kunci sukses dalam memengaruhi dan memfasilitasi keputusan pembelian konsumen, menciptakan pengalaman yang positif sepanjang perjalanan konsumen dari kesadaran produk hingga transaksi akhir. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2019) yang menemukan bahwa *process* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan hasil dari Senaen dan Tumbuan (2018) yang menemukan bahwa *process* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin meningkat *physical evidence* maka akan

mempengaruhi keputusan pembelian. *Physical evidence* atau bukti fisik adalah terkait dengan setiap fasilitas fisik dan sarana prasarana yang disediakan perusahaan dalam menunjang operasional perusahaan, suhu ruangan, tata letak produk yang secara keseluruhan sangat mempengaruhi penjualan produk, dimana selain dari kualitas suatu produk konsumen cenderung membeli produk ditempat yang nyaman karena bisa memilih dan mempertimbangkan dengan lebih leluasa produk apa yang pada akhirnya akan dibeli. Pada penelitian ini sarana prasarana, fasilitas, keadaan ruangan, layout produk dan pegawai yang melayani merupakan daya tarik paling besar yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2019) yang menemukan bahwa *physical evidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan hasil dari Senaen dan Tumbuan (2018) yang menemukan bahwa *physical evidence* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. People, process dan physical evidence secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.
2. People secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.
3. Process secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.
4. Physical Evidence secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander pada PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. People terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sehingga PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado sebaiknya memperhatikan faktor pegawai yang ditempatkan sebagai mereka yang berhubungan langsung dengan konsumen, perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan bagaimana cara yang tepat dalam melayani konsumen, perusahaan sebaiknya melaksanakan dan mengevaluasi kualitas SDM yang berhubungan langsung dengan konsumen
2. Process terbukti memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian sehingga PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado sebaiknya semakin berinovasi dalam menciptakan prosedur yang efisien dan cepat bagi konsumen tentunya di masa resesi ekonomi perusahaan sebaiknya menciptakan inovasi pelayanan yang bukan hanya memberi rasa nyaman tetapi juga rasa aman kepada konsumen.
3. Physical Evidence terbukti memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian sehingga PT Mitsubishi Bosowa Cabang Manado sebaiknya semakin memperhatikan setiap sarana – prasarana, fasilitas fisik, desain layout agar konsumen semakin tertarik untuk berkunjung dan melakukan pembelian.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan Manajemen Pemasaran, Khususnya untuk people, process dan physical evidence yang masih belum banyak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, N. (2019). Pengaruh *People, Process, Dan Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Pangkas Rambut Arjuna Way Halim Bandar Lampung). *Skripsi. Universitas Lampung Bandar Lampung*. <http://digilib.unila.ac.id/55738/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf> (Diakses Pada 1 November 2023)
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta

Kanter, G. E., Lopian, S. J., & Soepeno, D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffee Latte Era Pandemi Covid-19 Di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1555-1565. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/39390> (Diakses Pada 1 November 2023)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1&2. Jakarta: Indeks.

Porawouw, Y. C., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. (2018). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Pt. Hasjrat Abadi Malalayang). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20933/20620>. Diakses pada 1 November 2023

Senaen, L. F., & Tumbuan, W. J. A. (2015). Pengaruh People, Proses, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7105>. Diakses pada 1 November 2023

Simanjuntak, J. H. P. (2020). Pengaruh *People, Process* Dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Gojek (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Bukit Besar Palembang). *Skripsi*. Universitas Sriwijaya. https://Repository.Unsri.Ac.Id/25809/53/Rama_61201_01011181621036_0014075702_0010077404_01_Front_Ref.Pdf. Diakses pada 1 November 2023

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

