
Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Bukit Sukasari Karawang

Alfin Raka Pradana¹, Syifa Pramudita Faddila²

mn20.alfinpradana@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UBP Karawang

ABSTRAK

Faktor penentu keputusan pembelian salah satunya adalah kualitas pelayanan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Bukit Sukasari Karawang secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Bukit Sukasari Karawang secara parsial dan simultan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) dan keputusan pembelian (Y). metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian diperoleh persamaan linear berganda $KP = 0,589 + 0,794KPEL + ei$. Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi simultan (R^2) sebesar 0,503 hal ini berarti 50,3% keputusan pembelian pada Indomaret Bukit Sukasari Karawang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar variabel yang diteliti.

ABSTRACT

One of the determinants of purchasing decisions is the quality of service. The problem in this study is whether service quality influences purchasing decisions at Indomaret Bukit Sukasari Karawang partially and simultaneously. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on purchasing decisions at Indomaret Bukit Sukasari Karawang partially and simultaneously. The variables in this study are service quality (X) and purchasing decisions (Y). data collection method used is a questionnaire. The data analysis method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis using SPSS 26. The results obtained are multiple linear equations $KP = 0.589 + 0.794KPEL + ei$. Partial test (t test) shows that service quality has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneous test (f test) shows that service quality has a significant effect on purchasing decisions. The coefficient of simultaneous determination (R^2) is 0.503, this means that 50.3% of purchasing decisions at Indomaret Bukit Sukasari Karawang are influenced by service quality while the rest are influenced by other variables outside the variables studied.

PENDAHULUAN

Zaman sekarang ini telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian ekonomi memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang optimal, pemilik perusahaan berusaha mencari strategi bisnis dengan berbagai konsep pemasaran apa yang akan dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka. Karena setiap pemilik ingin menguasai pasar dengan produk andalan mereka dapat dikenal lebih luas oleh konsumen.

Salah satu bidang yang sangat mudah ditemui di era sekarang ini adalah banyaknya toko-toko ritel, baik toko kecil sampai yang besar. Menurut Rizky Adriyanto *et al*, (2020:12), ritel adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, *hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan (Perpers No. 112 2007). Bisnis toko ritel yang semakin banyak ditemui baik dikota maupun didesa, mereka secara tidak langsung sedang melakukan persaingan baik dari segi produk, harga, pelayanan, dan juga tempat mereka beroperasi mendirikan tokonya. Oleh karena itu, penerapan strategi memasarkan produk dan jasa sangatlah penting bagi seorang agar dapat bisa bersaing dan juga mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang mereka jual atau tawarkan. Menurut Fandy Tjiptono (2019:2), strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran pokok jangka panjang perusahaan, serta penerapan serangkaian tindakan dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mewujudkan tujuan tersebut. Dalam arti sederhana bisa diartikan strategi adalah rencana yang akan dilakukan dari waktu dekat sampai masa depan yang ingin kita inginkan. Sedangkan menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2016:5), arti pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial.

Keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan pengambilan keputusan tersebut meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk. Keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya. Dari keterangan para ahli diatas, ada faktor yang mempengaruhi keputusan

pembelian salah satunya adalah harga dan kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan kepada konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan Kotler (2009) mengemukakan bahwa kualitas layanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Eva dan Ruslin (2016) menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kanisius (2015) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Arifin (2017) dalam penelitiannya memiliki hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Amrullah (2016) menemukan hubungan positif dan signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan dan variabel keputusan pembelian yang mengandung makna bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka konsumen cenderung untuk melakukan pembelian di perusahaan tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Bukit Sukasari Karawang”.

KAJIAN TEORI

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Amin Syukron (2004:179), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Dalam suatu bisnis atau usaha, kualitas dari segi produk dan tempat sangatlah berpengaruh dalam persaingan dan juga dapat memuaskan konsumen. Sedangkan menurut Pasuraman kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Wyekof (dalam Lovelock) dalam Amin Syukron (2014:180), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan menurut Kotler (2007) adalah

Tangibles meliputi penampilan fisik dan kelengkapan indikator. *Reliability* merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan. *Responsiveness* yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Assurance* meliputi pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan dalam melayani konsumen. *Emphaty* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

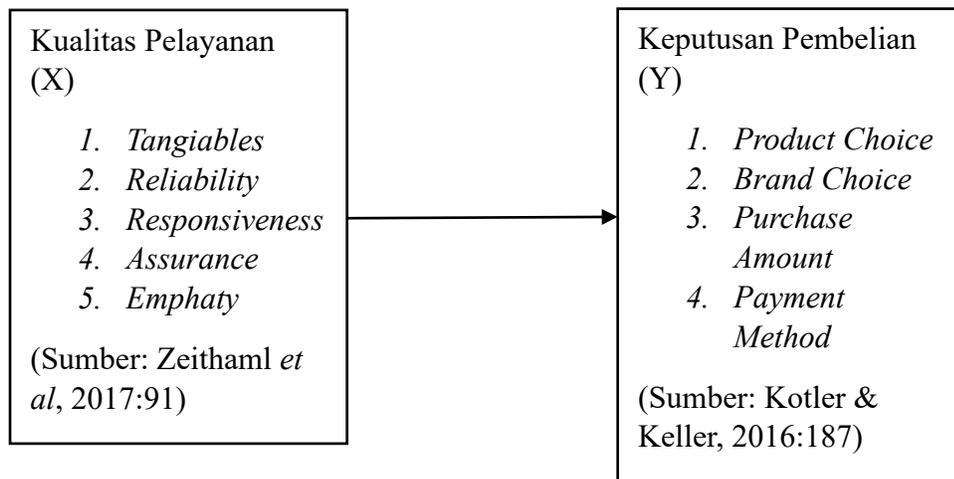
2. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Sudaryono (2016:99), mendefinisikan keputusan pembelian adalah bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan. Ketika seseorang sebelum membeli produk yang diinginkan pasti akan melihat produk dan mengamatinya, tidak heran dimanapun berada seorang pembeli akan menanyakan secara detail target yang ingin mereka beli agar mereka tidak menyesal nantinya ketika produk yang mereka dapatkan sesuai yang mereka inginkan.

Menurut Kotler & Amstrong (2012) keputusan pembelian adalah pemecahan masalah oleh individu dengan memilih alternatif perilaku dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam pembelian dengan mengambil Langkah pertama dari proses pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2016) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang berhubungan langsung dengan perolehan dan identifikasi produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah tindakan tersebut. Menurut (Assauri, 2015) keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh kebiasaan, dalam kebiasaan membeli ini termasuk kapan pembelian dilakukan, kapan pembelian dilaksanakan dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

KERANGKA PIKIR PENELITIAN



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

HIPOTESIS

Dari apa yang dikemukakan diatas, maka hipotesis yang diajukan: diduga bahwa kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Bukit Sukasari Karawang.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif artinya metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu. Penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan assosiatif yang bersifat kausal. Penelitian assosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Indomaret di Desa Sukasari, Karawang. Sumber data penelitian ini adalah data eksternal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada Indomaret di Desa Sukasari. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner dan wawancara.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus bertempat normal terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonerity*) dan Heterokedastistas. Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat *Alpha Cronbach*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan program SPSS 26, dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan dan keputusan pembelian yang berjumlah 10 item dan 40 responden, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan yaitu $r_{hitung} > r_{table}$, maka hasil ini berarti bahwa seluruh item pernyataan tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	10

Tabel 1.1 Uji Reliabilitas

Sumber : Hasil olah SPSS 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,883 > 0,6$ hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan dari semua variabel yaitu kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

3. Uji Normalitas

Tabel 1.2 Uji Normalitas

Sumber : Hasil olah SPSS 26

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.50143522
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.111
	Negative	-.079
Test Statistic		.111
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.

Berdasarkan hasil pada tabel 1.2 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan yaitu sebesar $0,200 > 0,050$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Sumber : Hasil olah SPSS 26

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.589	.519		1.133	.264
	kualitas pelayanan(X)	.794	.128	.709	6.199	.000

- a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)

Dari Tabel 1.3 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP = 0,589 + 0,794KPEL + e_i$$

5. Uji Determinasi

Tabel 1.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Sumber : Hasil olah SPSS 26

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.490	.50799

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan(X)

Berdasarkan tabel 1.4 dapat diketahui nilai R Square (R^2) adalah sebesar 0,503 atau 50,3%, yang berarti kualitas pelayanan menunjukkan kontribusi cukup besar terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Indomaret Bukit Sukasari, sedangkan sisanya 49,7% di kontribusi oleh faktor-faktor lain.

6. Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dapat dilihat pada tabel 1.5 sebagai berikut:

Tabel 1.5 Uji Hipotesis (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.589	.519		1.133	.264
	kualitas pelayanan(X)	.794	.128	.709	6.199	.000

Berdasarkan tabel 1.5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan 0,000 < 0,050 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Bukit Sukasari.

7. Hasil Uji Kelayakan Model

Hasil uji kelayakan model dengan menggunakan uji F diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1.6 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Sumber : Hasil olah SPSS 26

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.918	1	9.918	38.434	.000 ^b
	Residual	9.806	38	.258		
	Total	19.724	39			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan(X)

Berdasarkan hasil pada tabel 1.6 menunjukkan tingkat signifikan uji kelayakan model $0,000 < 0,05$ hasil ini telah memenuhi ketentuan yang ditentukan, maka model layak untuk digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Dari hasil pengujian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2009).

Indomaret memberikan pelayanan yang cukup baik mulai dari penyambutan pada saat masuk toko, keramahan petugas yang bersedia membantu para pelanggan untuk mencari produk yang diinginkan, sampai pada saat pelanggan membayar di kasir dan mengucapkan terima kasih. Hal tersebut mengakibatkan kualitas pelayanan menjadi penting untuk mendukung keputusan konsumen dalam membeli produk di Indomaret.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Sriyanto dan Desty Albiaty (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang di ambil bahwa kualitas secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan wajib memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus menerus untuk menarik pelanggan agar merasa nyaman dan senang ketika berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, Sriyanto, Desty. (2016): *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Danone di Jakarta*, Jurnal Ekonomika dan Manajemen, Vol. 5 No. 2.

Cyntia, Novyanti,. (2015): *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush di Kota Manado*, Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3

Dessy, Amelia, Pristiana,. (2012): *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan*

Eva, Desembrianita, Ruslin,. (2016): *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya*, Journal of Research In Economics And Management, STIE Urip, 16 (2): 345-354.

Ghozali, Imam, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kanisius, Wanda, Waro,. (2015): *Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market*.

Kotler, Philip,. Kevin, Lane, Keller,. (2009): *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2.; Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip,. Amstrong, Garry,. (2008): *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2.; Erlangga, Jakarta.

Peter, J., Paul, Olson, Jerry, C,. (2010): *Consumer Behaviour and Marketing Strategy 9th ed.*; Mc Graw Hill, New York, USA.

Rosa, A. dan D. Yunita. 2014. *Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Taksi Blue Bird Palembang*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya 12 (3): 153-160.

Saladin, D,. (2008): *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian.*; Linda Karya, Bandung.

Santoso, I. (2016) *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen Teknologi 15 (1): 96-99.

Tjiptono, Fandy,. (2008): *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga.; Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy,. (2009): *Service Marketing.*; Marknesis, Yogyakarta.

Wahyuni, Sri,. Pardamean, Jonianto,. (2016): *Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Institute Perbanas Jakarta*, Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol. 3 No. 1.