

JURNAL AKADEMIK PENDIDIKAN EKONOMI

Jurnal Hasil Penelitian

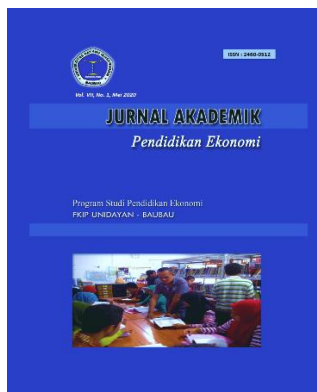
<https://www.ejournal.lppmunidayan.ac.id/index.php/ekonomi>

Print ISSN : 2460-0512
OnlineISSN : 2686-374X

Keywords: *family communication, elements of communication in the family, learning creativity*

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pembeli

Korespondensi Penulis:
Nomor Tlp: 082190018221



Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan Baubau

Alamat: Jalan Dayanu Ikhsanuddin No.
124, Kode Pos 93721 Baubau, Sulawesi
Tenggara, Indonesia.

Email:
pendidikanekonomi@unidayan.ac.id

Cara Mengutip:

Harubali and Sariade, La. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Membeli Pada Minimarket Pasipa Raya Kelurahan Lipu Kecamatan Betoambari Kota Baubau. *Jurnal Akademika Pendidikan Ekonomi*. Volume 8 Nomor 1. Halaman 1

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI PADA MINIMARKET PASIPA RAYA KELURAHAN LIPU KECAMATAN BETOAMBARI KOTA BAUBAU

Harubali¹, La Sariade²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas
Dayanu Ikhsanuddin, Jalan Dayanu Ikhsanuddin No. 124
Baubau, Sulawesi Tenggara 93721, Indonesia

Email: harubali@unidayan.ac.id, lasariade@unidayan.ac.id

Abstract

The Influence of Service Quality on the Decision to Buy at the Pasipa Raya Minimarket, Lipu Sub-district, Betoambari District, Baubau City. The formulation of the problem in this study: how big the influence of service quality on the decision to buy at the Pasipa Raya Minimarket is. This study aimed to determine the effect of service quality on purchasing decisions at the Pasipa Raya Minimarket, Lipu sub-district, Betoambari District, Baubau City. This study was a type of research that used quantitative descriptive methods. This study used primary and secondary data sources that came from data collection, namely direct observation, interviews by distributing questionnaires to respondents and documentation. The population in this study found 76 consumers who bought at the Pasipa Minimarket with a sample of 38 consumers. This study used the method of Simple Simple Regression Analysis with the formula that was $Y = a + bx$. The result of this study indicated that the influence of service on consumer decisions at the Pasipa Raya Minimarket, Betoambari District, Baubau City was very influential where $Y = 36.39 + 0.36x$. The result of the coefficient of determination test obtained R Square of 0.72. This showed that the dependent variable of purchasing decisions was 72% influence of independent variables 28% influence of other variables that had not been studied in this study.

Intisari

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting yang memberikan keputusan pembeli, Sehingga pembeli merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Minimarket Pasipa. Adapun masalah dari penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan untuk membeli pada Minimarket. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli pada Minimarket Pasipa Raya Kelurahan Kecamatan Betoambari Kota Baubau.. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder yang bersumber dari tehnik pengumpulan data yaitu observasi langsung, wawancara dengan mengedarkan kusioner kepada responden dan dokumentasi. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 76 orang konsumen yang membeli di Minimarket Pasipa dengan jumlah sampel 38 orang. Penelitian ini menggunakan metode yang Analisis Regresi Sederhana Sederhana. Dengan rumus yaitu $Y = a + bx$. Hasil penelitian inimenunjukkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau sangat berpengaruh, dimana $Y = 36,39 + 0,36x$ Hasil uji koefisien determinasi diperoleh R Square sebesar 0,72 ini menunjukkan bahwa variabel dependen keputusan pembeli sebesar 72% dipengaruhi variabel Independen sedangkan 28 % dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

I. PENDAHULUAN

Pada dewasa ini sistem teknologi dan informasi manajemen sangatlah pesat, dengan perkembangan tersebut menjanjikan kompetisi dibidang bisnis dan persaingan minimarket semakin marak. Pelaku bisnis minimarket harus dapat mempertahankan kelangsungan dari bisnis minimarket yang dijalankannya. Agar dapat bertahan dan sukses dalam bisnis minimarket, suatu perusahaan dituntut pelaku usaha bisnis harus dapat mempertimbangkan apa yang membuat konsumen menjadi tertarik untuk membeli di Minimarket tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di salah satu minimarket, seperti . murah, ramah dan sopan melayani pembeli, mampu bertahan dan bersaing dengan usaha lain. Kiat yang dilakukan oleh perusahaan salah satunya meningkatkan kualitas pelayanan, pada pembeli minimarket. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut dapat diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan yang satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Sehingga konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara minimarket satu dengan minimarket yang lain. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai harapan konsumen, jika melebihi harapan konsumen maka dapat dikatakan pelayanan minimarket sangat memuaskan. Namun juga terkadang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pembeli. Pelayanan ini dikatakan buruk bila perusahaan minimarket tidak dapat memenuhi keinginan pembeli baik melalui produk maupun melalui pelayanan perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan yang berhubungan dengan seberapa besar penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pembeli. Oleh karena itu perusahaan akan bekerja keras untuk usahanya dalam memuaskan pembeli sehingga mendapatkan pembeli loyal. Disisi lain pembeli juga semakin cerdas, sadar dan banyak produk lain yang dapat diakses sehingga pembeli dapat memilih sesuai dengan keinginan dan memahami kebutuhan akan permintaan pembeli sehingga dapat menciptakan kepuasan.

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini sangat penting untuk diperhatikan agar para pramuniaga/kasir menjaga dengan baik kualitas pelayanan terkait sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan, sikap dapat dipercaya dan adanya pengetahuan luas dan kemampuan

untuk mengatasi permasalahan konsumen saat berbelanja di minimarket konsumen merasa puas dan nyaman. (Bariroh 2015:5).

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan pembeli minimarket atau orang lain dengan memperoleh imbalan uang atau jasa. yang merupakan tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang optimal akan memberikan keputusan pembeli pada minimarket. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pembeli akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan. Oleh karena itu. Minimarket Pasipa Raya harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pembeli secara lebih matang. Karena besar pengaruh keputusan pembelian produk yang dijual sehingga keputusan membeli di minimarket lebih banyak. Minimarket salah satu bentuk perusahaan yang banyak berkembang pada saat ini. Minimarket merupakan pasar swalayan yang hanya memiliki satu atau dua mesin register atau bisa juga disebut mesin kasir. Minimarket juga hanya menjual produk-produk kebutuhan dasar rumah tangga (basic necessities) yang telah dipilih terlebih dahulu. Minimarket Pasipa berpusat pada pelayanan berusaha memberikan keputusan membeli yaitu dengan cara meningkatkan pelayanan.

Perusahaan Minimarket Pasipa Raya merupakan salah satu usaha yang berkembang dan menjual beberapa produk kebutuhan masyarakat berlokasi di Jalan Gajah Mada Kelurahan Lipu Kecamatan Betoambari Kota Baubau. Dimana dengan berdirinya perusahaan ini, maka terjadi persaingan yang semakin ketat salah satu dari segi pelayanan.

Sesuai hasil pengamatan peneliti kepada sebagian pembeli mengatakan bahwa pelayanan yang dilaksanakan oleh pegawai Minimarket Pasipa Raya Kota Baubau masih kurang sehingga menyebabkan keputusan membeli di minimarket menurun. Itulah permasalahan yang dihadapi perusahaan Minimarket tersebut.

Berdasarkan permasalahan latar belakang tersebut di atas, maka peneliti termotivasi untuk mengambil judul tentang " Pengaruh Kualitas Pelayanan Minimarket Terhadap Keputusan Membeli Pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau".

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dua variabel yaitu kualitas pelayanan (x) terhadap keputusan pembeli Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau. Penelitian ini dilaksanakan dua bulan yaitu bulan

Juni sampai bulan Agustus 2019. di Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli minimarket berjumlah 76 orang dengan jumlah sampel 38 orang dengan menggunakan rumus penarikan sampel sebagai berikut

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

d = presisi ditempatkan

Jumlah konsumen sebanyak (N) = 76 orang dan tingkat presisi (d2) =10% , dengan perhitungan sbb :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1} = \frac{60}{60(0.1)^2 + 1} = 37.50 \approx 38 \text{ (dibulatkan)}$$

Adapun variabel penelitian ini dengan menggunakan dua variabel yaitu variabel independent atau variabel bebas (X) dan variabel dependent atau variabel terikat (Y) Dimana variabel bebas adalah Kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan membeli Minimarket Pasipa Raya. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dengan menggunakan skala likert. Metode pengumpulan data yaitu, Observasi, Wawancara dengan mengedarkan angket dan dokumentasi, Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan rumus;

$$Y = a + bX \text{ (M. Iqbal Hasan, 2009:250)}$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian (variabel terikat)

X = Pengaruh pelayanan (variabel bebas)

a = Parameter

b = Penunjang hubungan

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Minimarket Pasipa Raya merupakan salah satu Minimarket yang bergerak dibidang usaha dagang yang berada di jalan Dayanu Ikhsanuddin, Kelurahan Lipu Kecamatan Betoambari, dengan luas tanah 720 M. Adapun jumlah pengawas dan karyawan dapat dilihat dari tabel sebagai berikut;

Tabel. 1 Jumlah Pengawas Dan Karyawan Minimarket Pasipa Raya

No.	Uraian	Jumlah (Orang)
1	Manajer/Pengawas	2 Orang
2	Karyawan	19 Orang
3	Tenaga Administrasi	4 Orang

Sumber Data: Minimarket Pasipa Raya

Pada bagian ini akan disajikan data hasil penelitian secara deskriptif kuantitatif pada nilai maksimum, minimum dan nilai rata-rata dari masing-masing variabel penelitian. Untuk lebih jelasnya deskriptif hasil penelitian dari masing-masing Variabel akan disajikan dengan menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	13 orang	34,21 %
2	Perempuan	25 orang	65,78 %
Jumlah		38	100

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Bentuk Pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau

Pelayanan	Jumlah (n)	Presentase (%)
Puas	18	47,36
Tidak puas	20	52,63
Total	38	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel frekuensi bentuk pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau dapat dijelaskan bahwa responden yang merasa puas dengan pelayanan Minimarket Pasipa Raya adalah 18 orang dengan persentase (47,36 %) sedangkan yang merasa tidak puas 20 orang dengan presentase (52,63 %).

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Keputusan Pelanggan Terhadap Pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kelurahan Lipu Kecamatan Betoambari. Kota Baubau.

Keputusan Pelanggan	Jumlah (n)	Persentase (%)
Puas	25	65,78
Tidak puas	13	34,21
Total	38	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel frekuensi bentuk keputusan pembelian Minimarket Pasipa Raya kecamatan Betoambari kota Baubau adalah 25 orang dengan presentase (65,78 %),Sedangkan yang merasa tidak puas adalah 13 orang dengn presentase (34,21 %).

Analisis Regresi Linear Sederhana Pada Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau dapat digunakan rumus regresi linear sederhana yaitu dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

1. Menghitung nilai (a)

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n} = \frac{2336 - 954}{38} = 36,39$$

2. Koefisien regresi (b)

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} = \frac{38(167022) - (2337)(2650)}{(196110) - (\sum 2337)^2} = 0,36$$

Pengaruh antara pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau adalah dapat digambarkan melalui persamaan regresi: $Y = 36,39 + 0,36 X$. Dalam menghitung analisis korelasi least square maka diperoleh $r = 0,072$ artinya bahwa hubungan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau dikatakan cukup berarti. Sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya hubungan variabel pelayanan (X) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat dari hasil koefisien determinan:

$r^2 \times 100\%$ atau $0,722 \times 100\% = 52\%$, artinya bahwa terdapat 52% keputusan pembelian ditentukan oleh pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau, sedangkan 48% sisanya ditentukan variabel lain. Dengan demikian terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan terhadap keputusan pembelian Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

B. Pembahasan

Kajian utama dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen terhadap pelayanan Minimarket Pasipa Raya. Penelitian ini melihat pengaruh pelayanan terhadap keputusan membeli Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

Pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

Pelayanan Minimarket Pasipa Raya merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang sifatnya terwujud atau tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen dengan memberikan barang dan jasa yang disertai atau tanpa memindahkan kepemilikan barang dan jasa. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kecamatan

Betoambari Kota Baubau terhadap keputusan membeli maka disebarakan angket kepada 38 responden.

Angket/kuesioner yang digunakan terdiri dari 20 pertanyaan dengan menggunakan skala Likert, setiap pertanyaan memiliki 4 pilihan jawaban dengan nilai tertinggi adalah 4 dan skor terendah adalah 1.

Data penelitian ini menunjukkan bahwa dari 38 responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah didapatkan skor tertinggi 93 dan skor terendah 50. Dengan nilai rata-rata adalah 69,47 sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh pelayanan cukup berarti, karena nilai yang diperoleh terbilang tinggi.

Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan variabel terikat yang diukur dengan mengambil skor-skor nilai dari setiap pertanyaan yang diteliti. Keputusan pelanggan atau konsumen adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Berdasarkan tabel frekuensi bentuk keputusan pelanggan terhadap pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau dapat dijelaskan bahwa responden yang merasa puas dengan pelayanan Minimarket Pasipa Raya adalah 25 orang dengan persen tase 67,78% sedangkan yang merasa tidak puas adalah 13 orang dengan persentase 34,21%.

Analisis pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

Untuk melihat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian digunakan rumus persamaan regresi linear sederhana. Dari hasil analisis didapat nilai konstanta (a) adalah 36,39. Sedangkan nilai (b) adalah 0,36 artinya setiap kenaikan atau penurunan satu skor keputusan pembelian sebesar 0,36 pada konstanta 36,39. Dengan demikian pengaruh pelayanan kepada keputusan pembelian dapat digambarkan dalam persamaan regresi linear sederhana: $Y = 36,39 + 0,36 X$.

Hasil analisis korelasi antara sikap pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Pasipa Raya menunjukkan pelayanan memberikan pengaruh sebesar 51,84 % artinya pelayanan memberikan kontribusi 51,84% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan persamaan $Y = 36,39 + 0,36 X$. Hal ini setiap penambahan satu nilai pelayanan maka akan di akui oleh peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,36.
2. Dalam perhitungan analisis korelasi least square maka di peroleh $r = 0,72$. Artinya bahwa hubungn pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau dikatakan cukup berarti. Sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya hubungan variabel pelayanan (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dapat dilihat dari hasil koefisien determinan : $r^2 \times 100\%$ atau $0,722 \times 100\% = 52 \%$, artinya bahwa terdapat 52%, keputusan pembelian ditentukan oleh pelayanan Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau, sedang 48% sisanya ditentukan oleh variabel yang lain. Dengan demikian terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian tersebut diatas, maka yang perlu disarankan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan pada Minimarket Pasipa Raya Kecamatan Betoambari Kota Baubau lebih meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya ditambahkan faktor-faktor yang lain demi kesempurnaan penelitian tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Arikunto, Suharsimi. 2003. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta
- [2] Bariroh. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Minimarket dan Indomaret. *Jurnal Psikolog Universitas Negri Malang*. Diakses Pada 5 September 2017.
- [3] Basu Swasta dan T Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- [4] Endar, Sugiarto. 2000. *Psikologi Pelayanan dan Industri Jasa*. Gramedia. Jakarta
- [5] M. Iqbal Hasan, 2009. *Analisis Data Penelitian Statistika*. Bumi Aksara. Jakarta
- [6] Nabila Muhfuza, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Minimarket Dan Indomaret. *Jurnal Psikolog*
- [7] Riduwan, 2008. *Belajar Mudah Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- [8] Rambat Lupyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta
- [9] Zulian Yamit. 2005. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa. Edisi Pertama, Cetakan Keempat*, Kampus Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.