

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Heseziduhu Lase¹, Martinus Telaumbanua², Yaatulo Warae³, Ferdinand Tharorogo
Wau⁴, Sofumboro Ndruru⁵, Linda Darniati Zebua⁶

¹Dosen Universitas Nias, Kota Gunungsitoli, Indonesia

^{2,3,4,5}Dosen Universitas Nias Raya, Telukdalam, Indonesia

⁶Universitas Nias Raya, Telukdalam, Indonesia

(heseziduhu@mail.com¹, martinus@gmail.com², yaatulo.warae@gmail.com³, fedhie@gmail.com⁴,
sofumborondrruru@gmail.com⁵ lindadarniati@yahoo.com³)

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas dalam pelayanan terhadap minat beli konsumen di sebuah Toko Imelda Ponsel Telukdalam Nias Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif yang bersifat kausal. Sumber data yang di dapatkan adalah dari konsumen pengunjung dan pengguna, dengan populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah instrument penelitian yang sudah dibuat atau angket. Metode analisis data yang digunakan adalah analisi regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Toko Imelda Ponsel Telukdalam Nias Selatan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan; minat beli konsumen

Abstract

The purpose of this study was to find out how much influence the quality of service has on consumer buying interest at an Imelda Ponsel store, Telukdalam South Nias. The type of research used is causal quantitative research. The data sources obtained were from consumers, visitors and users, with a population and sample of 40 people in this study. The data collection technique used is a research instrument that has been made or a questionnaire. The data analysis method used is simple linear regression analysis. The

results of this study indicate that there is an effect of service quality on consumer buying interest at the Imelda Ponsel Telukdalam South Nias Store.

Keyword: *Service Quality; Consumer Buying*

A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi persaingan dagang semakin berkembang, baik di pasar lokal maupun di pasar non local (A, 2011). Untuk menenangkan persaingan, pedagang harus mampu memberikan kesan yang baik terhadap konsumennya yang berkaitan dengan produk misalnya hubungan antara harga dan produk, kualitas produk, manfaat produk, karakteristik produk, desain produk, jenis produk yang ditawarkan (Surur, M., 2020). Era globalisasi memberikan pengaruh cukup besar bagi pemasaran dan menumbuhkan tantangan-tantangan baru dalam profesi pemasaran masa kini (Supardi, 2012). Pemasar dituntut untuk dapat memahami bagaimana kejadian-kejadian yang ada di berbagai penjuru usaha mempengaruhi pasar lokal, dan tentu saja bagaimana perkembangan-perkembangan tersebut akan mempengaruhi pola pemasaran dagang. Dengan beragamnya permintaan konsumen membuat para pedagang berlomba-lomba untuk mendapatkan simpati serta loyalitas dari calon

pelanggannya (Telaumbanua, M., Harefa, 2020).

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* (kualitas layanan). Disamping harga, bentuk maupun kualitas produk jika konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan dan akan membeli produk secara berulang-ulang. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila mampu memenuhi harapan konsumen. Berbagai usaha yang ditempuh oleh pedagang untuk meningkatkan produk yang berkualitas, antara lain dengan mengontrol produk-produk yang memulai membusuk dan menyimpan produk ditempat yang sejuk tidak di

jangkau oleh sinar matahari. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu. Oleh sebab faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah fitur produk, daya tahan kemasan .

Minat beli suatu tahapan dimana konsumen melakukan pengevaluasi terhadap informasi yang diterima (Harefa, D., Telambanua, 2020). Minat beli konsumen yang tinggi akan membawa dampak positif bagi usaha dagang untuk mencapai keberhasilan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat minat beli konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan kualitas loyalitas konsumen juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen sensitifitas konsumen terhadap kualitas produk dan meningkatkan efektivitas modal. Banyak hal yang dapat mendatangkan minat beli konsumen atas

produk tersebut jika terjadi pelayanan yang baik dari karyawan, tidak membuat konsumen menunggu lama, harga yang terjangkau dan serta produk yang berkualitas (Harefa, D., 2022).

Berdasarkan hasil observasi penulis di Toko Imelda ponsel bahwa minat beli konsumen menurun, hal ini disebabkan beberapa permasalahan yaitu

Karyawan kurang menguasai aplikasi yang terdapat pada handpone yang dipasarkan terhadap konsumen, banyaknya merek handphone sehingga konsumen tidak fokus dalam melakukan pembelian, karyawan cenderung hanya memasarkan produk handpone tertentu, masih ada pelayanan karyawan melalui promosi yang kurang tepat atas kualitas produk yang didagangkan, kurangnya pemahaman kepada konsumen dalam menggunakan handpond, masih ada petugas yang kurang memberikan pelayanan yang membuat perasaan konsumen kurang nyaman, masih banyak konsumen yang melakukan pembelian hanya sekedar melihat bentuk dan kualitasnya (Harefa, D., Hulu, 2020).

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik melakukan

suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam Nias Selatan”**

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif bersifat asosiatif (Harefa, D., 2020). Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Toko Imelda Ponsel Telukdalam sebanyak 40 responden (Iyam Maryati, Yenny Suzana, Darmawan Harefa, 2022).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dapat di peroleh melalui menyebarkan kuesioner kepada konsumen di Toko Imelda Ponsel Telukdalam.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana (Jelita, 2022). Dan selanjutnya alat yang digunakan dalam pengujian instrumen penelitian ini adalah menggunakan rumus *product moment*.

C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada penelitian ini, pengujian asumsi klasik terdiri tiga bagian yaitu uji normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang telah distandardisasi berdistribusi normal atau tidak dengan nilai sebesar 0,890 dan signifikan sebesar $0,407 > 0,05$. Kedua angka tersebut dapat disimpulkan data residual berdistribusi normal. Uji heteroskedastisitas yaitu adanya heteroskedastisitas berarti ada varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan) menjelaskan bahwa heteroskedastisitas metode *scater plot* tidak membentuk pola tetapi *scater plot* menyebar secara acak. Uji heteroskedastisitas metode park yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebaliknya terjadi heteroskedastisitas apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Data hasil Uji heteroskedastisitas metode park dimana nilai t_{hitung} sebesar -3,776 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,686 ($n-k-1$ atau $40-1-1=38$) maka dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Pada pengujian asumsi klasik ini dapat dijelaskan bahwa model regresi bebas dari uji asumsi aklasik dan telah memenuhi asumsi dasar bahwa

variasi residual sama untuk semua pengamatan. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas data dan uji heteroskedastisitas.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier sederhana berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan nilai $t_{hitung} 7,751 > t_{tabel} 1.686$ (df) (n-k-1) (40-1-1) = 38 dengan didukung nilai regresi sebesar $Y = 17.075 + 0,907 X$ hasil pengolahan data penelitian terdapat nilai model regresi sederhana sehingga dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$Y = 17.075 + 0,907X$$

Inteprestasi hasil persamaan regresi linier sederhana dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a)= 17.075, menunjukkan bahwa nilai beli minat konsumen tetap ketika nilai kualitas pelayanan sama dengan nol.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (bX) = 0,907, menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan mampu dimaksimalkan 100% atau diberi

nominal dengan angka 1 satuan, maka minat beli konsumen meningkat 0,907

3. Apabila nilai kualitas pelayanan kurang dari angka 1 maka nilai minat beli konsumen tidak mampu meningkat.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Toko Imelda Ponsel Telukdalam Kabupaten Nias Selatan.

Berdasarkan nilai R^2 sebesar 0.613 yang artinya kualitas pelayanan telah mampu menjelaskan variabel minat beli konsumen adalah sebesar 61,3% sedangkan 38,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Hal ini sangat baik, sebab kemampuan variabel bebas didalam model 61,3 % lebih besar dari kemampuan variabel bebas diluar model (38,7%) dalam hal mempengaruhi minat beli konsumen sebagai variabel bebas.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian ini, maka adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Harefa, 2017):

1. Untuk meningkatkan minat konsumen di Toko Imelda Ponsel maka perlu

diberikan kepada konsumen pelayanan yang berkualitas seperti perilaku sopan..

2. Untuk meningkatkan minat beli konsumen yang melakukan pembelian disebuah Toko Imelda Ponsel maka perlu di lihat karakteristik pembeli

E. Daftar Pustaka

- A, D. K. (2011). *Pendidikan Karakter Strategi Mendidik Anak di Zaman. Global*. PT Gramedia.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan ketiga juli. Diterbitkan olh PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Ananda. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Telkom Indonesia. *Jurnal Pemasaran, Vol.38 No.1*.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Asyhadie Zaeni. 2014. *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung; CV. Yramawidya.
- Gultinan, Josep, dkk. 2008. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Penerbit; Erlangga Jakarta.
- Harefa, D., Hulu, F. (2020). *Demokrasi Pancasila di era kemajemukan*. CV. Embrio Publisher,.
- Harefa, D., Telambanua, K. (2020). *Teori manajemen bimbingan dan konseling*. CV. Embrio Publisher.
- Harefa, D., D. (2020). *Teori Model Pembelajaran Bahasa Inggris dalam Sains*. CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Harefa, D., D. (2022). *Kewirausahaan*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Harefa, D. (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49–73.

- Iyam Maryati, Yenny Suzana, Darmawan Harefa, I. T. M. (2022). Analisis Kemampuan Komunikasi Matematis dalam Materi Aljabar Linier. *PRISMA*, 11(1), 210–220.
- Jelita, D. (2022). *Bunga Rampai Konsep Dasar IPA*. Nuta Media.
- Mursid M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Bumi Aksara Jakarta.
- Setiawan, Kursini. 2004. *Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga
- Sumarni Murti, Soeprihanto Jhon. 2010. *Pengantar Bisnis, Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Penerbit: Liberty, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, U. . (2012). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. PT. Ufuk Publishing House.
- Surur, M., D. (2020). Effect Of Education Operational Cost On The Education Quality With The School Productivity As Moderating Variable. *Psychology and Education Journal*, 57(9), 1196–1205.
- Telaumbanua, M., Harefa, D. (2020). *Teori Etika Bisnis dan Profesi Kajian bagi Mahasiswa & Guru*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM) Banten.