



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA WARUNG MAKAN NASI KULIT BERKAH JAYA DI CILEDUG TANGERANG

¹Aruji Maswatu, ²Vika Oktaviani, ³Ade Hikmatullah, ^{4*}Ruknan

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

arujimaswatuhaji@gmail.com, elokvika@gmail.com, ade.hikmatullah@gmail.com,

dosen01757@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Warung Makan Nasi Kulit Berkah Jaya di Ciledug Tangerang. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 99 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel kualitas pelayanan diperoleh rata-rata skor sebesar 3,410 dengan kriteria baik. Variabel keputusan pembelian diperoleh rata-rata skor sebesar 3,838 dengan kriteria baik. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 9,267 + 0,854X$, dan nilai korelasi 0,776 atau kuat dengan determinasi 60,2%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on consumer purchasing decisions at Warung Nasi Kulit Berkah Jaya in Ciledug, Tangerang. The method used is explanatory research with a sample of 99 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study variable service quality obtained an average score of 3,410 with good criteria. The purchasing decision variable obtained an average score of 3.838 with good criteria. Service quality has a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 9.267 + 0.854X$, and the correlation value is 0.776 or strong with a determination of 60.2%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Bisnis dibidang kuliner makan akhir-akhir ini telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya kuliner makanan nasi kulit masa kini. Perkembangan di bidang ini dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah situasi ekonomi Indonesia yang semakin membaik telah mendorong orang untuk memulai usaha baru. Adapun faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis warung makan adalah demografi, gaya hidup, serta kebiasaan daerah atau nasional.

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan

mengalamiperubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing didalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat timbulnya persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran ,yaitu suatu proses social yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran,dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai

dengan pihak lain (Kotler,2016).

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepadakonsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Kotler & Amstrong (2016), Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bias membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Kuliner nasi kulit mencoba ikut ambil bagian dalam bisnis makanan ini. Menuutama outlet ini adalah kulit ayam, bakso , mie dan lain-lain. Makanan nasi kulit sangat digemari di indonesia, yang juga populer dikota tangerang selatan .Harga yang terjangkau semua kalangan Rp.25.000 perposisi ditambah lagi dengan kualitas yang sangat ramah dan sopan terhadap kepada pelanggan.

Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut dapat dengan memilih rumah makan yang indah dengan pelayanan yang mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di rumah makan yang cukup mewah itu. Di samping itu, adapula yang cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang

beranggapan dari pada makan- makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler,2017). Jika perusahaan tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Upaya untuk menarik para konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada menjadi penting dilakukan oleh perusahaan. Kesetiaan konsumen menjadi aset penting bagi sebuah perusahaan. Oleh karenanya perlu adanya kepercayaan. Namun seiring dengan menurunnya jumlah penjualan, juga disertai dengan menurunnya jumlah konsumen.

Berdasarkan pemaparan singkat di atas, maka penulis tertarik meneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Makan Nasi Kulit Berkah Jaya di Ciledug Tangerang”.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2019) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

2. Keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2019) berpendapat “perilaku konsumen merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen. Kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian

informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian". Adapun indikator keputusan pembelian meliputi sebagai berikut: Pengenalan Masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian.

METODE

Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah pembelian Warung Makan nasi kulit Berkah Jaya di Ciledug Tangerang yang berjumlah 99 responden.

Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijasikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 responden.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X)	99	28	44	34.10	3.864
Keputusan Pembelian (Y)	99	29	49	38.38	4.252
Valid N (listwise)	99				

Kualitas Pelayanan diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 3,410 dengan standar deviasi 3,864.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 32 dan *varians maximum* 29 dengan *rating score* sebesar 3,838 dengan standar deviasi 4,252.

2. Analisis Kuantitatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	9.267	2.418		3.832	.000
Kualitas Pelayanan (X)	.854	.070	.776	12.116	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,267 + 0,854X$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya dalam hal ini kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

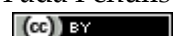
Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, *rating score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Konstanta diperoleh sebesar 9,267 diartikan jika kualitas pelayanan tidak ada atau konstan, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 9,267 point.



Koefisien regresi kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,854, dimana angka tersebut positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,854 point maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,854 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

		Kualitas Pelayanan (X)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Pelayanan (X)	Pearson Correlation	1	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=99

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,776

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari

artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.598	2.696

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,602 artinya kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap

keputusan pembelian sebesar 60,2% dan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan dengan tujuan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	9.267	2.418			3.832	.000
Kualitas Pelayanan (X)	.854	.070	.776		12.116	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($12,116 > 1,985$), dengan demikian hipotesis yang

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil jawaban yang diberikan responden, variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *rating score* sebesar 3,410 dimana angka tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju, artinya kualitas instrinsik sudah dalam keadaan baik.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil jawaban yang diberikan responden, variabel keputusan pembelian diperoleh nilai *rating score* sebesar 3,838 dimana angka tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju, artinya keputusan pembelian sudah dalam keadaan baik.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,776 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai kontribusi pengaruh sebesar 60,2%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($12,116 > 1,985$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengujian data atas hasil penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *rating score* sebesar 3,410 dimana

diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

nilai tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

- Variabel keputusan pembelian diperoleh nilai *rating score* sebesar 3,838 dimana nilai tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,776 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 60,2% sedangkan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau ($12,116 > 1,985$) dan hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

2. Saran

Setelah dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- Berkah jaya harus senantiasa memperbaiki layanan pada konsumen seperti pelayanan cepat sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama.
- Berkah jaya harus mampu melakukan inovasi produk agar cita rasa yang dikehendaki konsumen dapat diperoleh dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. M (2014). *Manajemen dan Evaluasi Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Algifari (2015) *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.

- Bashu Swastha dan T. Handoko (2015) *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Pembelian*, Ciledug Tangerang: PT. Gramedia Pustaka.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Ciledug Tangerang: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Ciledug Tangerang: Gramedia Pustaka Utama.
- Haudi, H., Wijoyo, H., & Sunarsi, D. (2020). *Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kitchen Outlet Berbasis Online di Wilayah Tangerang Selatan*. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 11(2a), 9-16.
- Imam Ghozali (2017) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *Riset Sumber Daya Manusia*. Ciledug Tangerang: PT. Gramedia Pustaka
- Kharis, Ismu Fadli (2011) *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Amstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Ciledug Tangerang: Erlangga.
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Ciledug Tangerang: Salemba Empat.
- Luthans Fred (2014). *Organizational Behavior*. Ney York: McGraw-Hill. New York.
- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Ciledug Tangerang: PT. Indeks.
- Phipil Kotler dan Kevin Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Ciledug Tangerang: Erlangga.
- Rao, Purba (2015) *Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015) *Menguasai Statistik Multivariat*. Ciledug Tangerang: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) *Metode Statistika*, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Administrasi: dilengkapi dengan Metode R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014) *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).