



KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SOGO EMPORIUM PLUIT MALL

¹ Muhammad Daffa , ² Pebrian, ³ Ririn Novita

Novitaririn029@gmail.com

Program Studi Manajemen Universitas Pamulang

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima Maret 2024 Disetujui April 2024 Diterbitkan Juni 2024	<p>Kemajuan sebuah perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumennya. Pelayanan yang perusahaan berikan harus memperhatikan kualitas standar yang diberikan kepada pelanggan bahkan harus melebihi efektifitas yang diharapkan oleh pelanggan sehingga dapat membuat para pelanggan bertahan menggunakan jasa perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Sogo Emperium Pluit Mall Penelitian termasuk dalam jenis penelitian deskriptif, sumber data dan teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, metode kepustakaan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen yang terlihat dari sudut pandang sistem, prosedur, dan mekanisme pelayanan dalam menangani kebutuhan konsumen sehingga menyebabkan terjadinya keputusan pembelian oleh pihak konsumen</p>
<p>Kata Kunci: Kualitas pelayanan, keputusan pembelian, konsumen</p>	<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p>
<p>Keywords: Service quality, purchasing decisions, consumers</p>	<p><i>One of the ways a company's progress is influenced by the company's ability to serve its customers. The services that the company provides must pay attention to the standard quality provided to customers and must even exceed the effectiveness expected by customers so that customers can continue to use the company's services. The aim of this research is to determine the quality of service on consumer purchasing decisions at Sogo Emperium Pluit Mall. Research is included in the type of descriptive research, data sources and data collection techniques: observation, interviews, library methods and documentation. The results of the research show that there is an influence of service quality on</i></p>

consumer purchasing decisions which can be seen from the perspective of systems, procedures and service mechanisms in handling consumer needs, thus causing purchasing decisions by consumers.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya pemasaran produk atau jasa dari waktu ke waktu, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Pemasar yang akan menjual produknya dalam bentuk barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumennya, sehingga dapat memberikan nilai yang lebih baik dari pesaingnya. Pemasar harus berusaha mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan, bahkan yang semula tidak mau membeli, menjadi mau membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak keesokan harinya, akibatnya terjadi persaingan dalam menawarkan produk berkualitas yang mampu bersaing di pasar. Semakin meningkatnya taraf kehidupan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan barang juga akan meningkat. Menurut Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011:40) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan public tersebut. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan

KAJIAN LITERATUR

a. Pemasaran

Machfoedz (2010:140) pemasaran adalah suatu proses yang diterapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyediakan produk (barang dan jasa), konsumen tertentu yang merupakan sasaran upaya pemasaran disebut pasar sasaran. Subagyo (2010:311), tujuan pemasaran adalah apa yang ingin kita capai, sebuah tujuan pemasaran memperhatikan keseimbangan antara produk dan target pasar. Ini berhubungan dengan produk apa yang kita jual pada pasar tertentu supaya meningkatkan volume penjualan, memberikan kepuasan pada pelanggan dan memaksimalkan laba. Kotler dan Keller (2007:77) mendefinisikan harga adalah salah satu unsur bauran menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Hasan (2008:298) berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut :
“Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”

Lima factor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono (2014:282)

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang telah terlihat yang dapat dinilai baik.

2. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dalam kemampuan dari karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Kesiapan para karyawan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan tanggap dan ramah
4. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten dan memuaskan
5. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup, pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff mengenai janji yang diberikan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu ragan.

c. Keputusan pembelian

Keputusan membeli yaitu salah satu komponen utama dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian konsumen yaitu tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang dan jasa (Moenir, 2008), keputusan pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Sogo Emperium Pluit Mall dengan pemilihan lokasi secara purposive (sengaja). Pelaksanaan penelitian dimulai dari Maret 2021 sampai dengan Mei 2021. Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan penulis, penulisan ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Secara harfiah penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat deskripsi mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. (Suryabrata, 2010). Sumber data dan teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun kriteria-kriteria informan ialah sebagai berikut : informan ialah konsumen yang berbelanja di Sogo Emperium Mall minimal dua kali dalam sebulan terakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan yang Diberikan Oleh Sogo Emperium Mall

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sogo emporium selalu memberikan yang terbaik dengan memberikan solusi kebutuhan pelanggan agar mendapatkan produk yang diinginkan dan keinginannya bisa terpenuhi.

Karyawan Sogo Emperium Mall Menjalin Komunikasi yang Baik Dengan Pelanggan

Karyawan sogo emporium selalu menjalin hubungan yang baik kepada pelanggan dengan berinteraksi melalui media sosial seperti whatsapp (WA) dengan memberikan program/promo yang menarik serta memberikan ucapan hari besar keagamaan, agar customer merasa senang atas pelayanan/ service lebih yang diberikan oleh karyawan sogo emporium.

Jika Terdapat Keluhan Bagaimana Penanganan yang Diberikan Sogo Emperium Mall untuk Menyelesaikan Keluhan tersebut

Jika pelanggan ada keluhan kita sebagai sales consultant harus menjadi pendengar yang baik atas keluhan yang ada di pelanggan, dengan begitu kita bisa menyimpulkan dan mengambil keputusan untuk menyelesaikan masalah yang ada di pelanggan, dan pelanggan pun akan merasa puas dan senang ketika masalah/keluhan nya telah mendapatkan solusi.

Apa yang Menjadi Daya Tarik Sogo Emperium Mall

Yang menjadi daya tarik sogo emporium adalah service quality nya, karena treatment yang kita berikan kepada pelanggan sangat loyalitas agar pelanggan merasa nyaman dan senang ketika berkunjung dan berbelanja di sogo emporium. Dengan begitu pelanggan akan menjadi setia yang selalu membeli produk/barang di sogo emporium dan selain itu, sogo emporium juga memberikan program/promo yang sangat menarik dan itu menjadi salah satu daya tarik pelanggan untuk berbelanja di sogo emporium.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa memang benar terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di CV Fajar Millenium Sakti yang terlihat dari sudut pandang sistem, prosedur, dan mekanisme pelayanan dalam menangani kebutuhan konsumen sehingga terjadinya keputusan pembelian oleh pihak konsumen. Selain itu di Sogo Emperium Mall mampu memberikan kebutuhan yang diminta oleh konsumen, dari segi kualitas barang dan terjangkau nya harga produk yang ditawarkan Sogo Emperium Mall kepada konsumen.

REFERENSI

Freekly Steyfli Maramis, Jantje L. Sepang, Agus S. Soegoto. *Pengaruh Kualitas Produk , Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. AIR MANADO. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Vol. 6 No.3. 2018*

Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri, Muhammad Taufik Lesmana. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Jurnal Umsu ac.id Vol 1(1) 165-173. 2019*

Cokorda Istri Mas Kusumaningra, Komang Trisna Eka Putra. *Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen. Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*