

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HYNAN MART JOMBANG

Mohamad Qomaruddin¹, Santi Nurgroho Sulistyowati²
STKIP PGRI JOMBANG
muhamadqomaruddin195@gmail.com

Kualitas pelayanan saat ini menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh konsumen. Oleh karena itu banyak usaha ritel yang meningkatkan kualitas pelayanan untuk menarik pembeli. Sebagaimana kualitas pelayanan yang telah diterapkan di Hynan Mart Jombang.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Hynan Mart Jombang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen di Hynan Mart Jombang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Hynan Mart. Pada hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, maka ada pengaruh variabel *kualitas pelayanan* (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Pada uji determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 18,7% pada keputusan pembelian di Hynan Mart dan 81,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian,

ABSTRACT

The quality of service is currently one of the things that consumers pay attention to. Therefore, many retail businesses are improving the quality of service to attract buyers. As the quality of service that has been implemented at Hynan Mart Jombang.

This study aims to determine the effect of service quality on purchasing decisions at Hynan Mart Jombang. The research method used is quantitative. Respondents in this study were consumers at Hynan Mart Jombang. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale.

The results of this study indicate that the service quality variable has an influence on purchasing decisions at Hynan Mart. The simple linear regression test results show that the sig value is $0,000 < 0,05$, so there is an influence of the service quality variable (X) on the purchasing decision variable (Y). The determination test shows that service quality has an influence of 18,7% on purchasing decisions at Hynan Mart and 81,3% is influenced by other variables.

Keywords: Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Dewasa ini semakin banyak bermunculan usaha ritel di Indonesia. Menurut Euis Soliha (2008: 142) usaha ritel di Indonesia termasuk salah satu bisnis yang cukup menjanjikan karena mempunyai prospek bagus di masa yang akan datang. Meskipun sempat dilanda krisis yang mengakibatkan hampir semua sektor ekonomi dilanda kelesuan di tahun 1998 dan hanya sedikit yang mampu bertahan, namun industri ritel masih mempunyai kemampuan untuk berinvestasi di masa sulit tersebut. Usaha ritel biasanya berbentuk toko, swalayan, minimarket, department store dan lain-lain.

Semakin banyaknya usaha ritel mengakibatkan adanya tantangan dan persaingan pasar yang

selalu mewarnai perkembangan usaha tersebut. Dalam menjalankan bisnis, persaingan pasar memang bukan hal yang baru. Untuk memenangkan persaingan, maka setiap pelaku usaha untuk selalu berusaha mencari strategi yang tepat dan menerapkan strategi tersebut untuk menguasai pasar.

Dalam menguasai pasar setiap pelaku usaha harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, mereka harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena saat ini konsumen semakin selektif dalam memilih dan melakukan pembelian untu

memenuhi kebutuhannya. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan sebelum melakukan pembelian.

Salah satu faktor yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha dan pegawai dalam menghadapi konsumen. Pelayanan dilakukan untuk memfasilitasi para pembeli saat mereka berbelanja di gerai. Pelayanan yang baik sangat berguna untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan gerai-gerai yang pernah didatanginya. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para konsumen (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005: 195), sedangkan Kotler (2003: 61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat maka, konsumen kurang erminat dalam melakukan transaksi pembelian.

Usaha ritel juga bermunculan di pedesaan. Salah satunya adalah di desa Watugaluh, terdapat

minimarket yang modern. Di desa tersebut tersebut belum ada minimarket modern yang menjual produk yang cukup lengkap seperti di Hynan Mart. Sehingga, hal tersebut menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk memilih belanja di Hynan Mart. Hynan Mart berlokasi di Jl. Desa Watugaluh Rt. 1 Rw. 2 Kecamatan Diwek Jombang. Berdiri pada tahun 2017, minimarket ini buka setiap hari dari jam 08.00 – 21.00 wib, di toko tersebut berjualan berbagai macam kebutuhan sembako, kebutuhan rumah tangga hingga terdapat pom mini. Hingga saat ini Hynan Mart mampu bersaing dengan usaha ritel lainnya di desa tersebut. Keuntungan yang diperoleh Hynan Mart dari hasil penjualan sembako, perlengkapan rumah tangga, dan pom mini sekitar Rp. 500.000-/hari. Perkembangan dan peningkatan pelayanan toko Area Jombang dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat.

Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan di berbagai toko yang berada di Jombang. Memberikan layanan yang baik terhadap semua orang adalah tugas yang mulia, terlebih bagi mereka yang bekerja di sektor pelayanan. Hal ini juga yang kemudian menjadikan sebuah indikasi bagi peneliti, apakah dengan banyaknya toko yang ada di Jombang, pemilik toko masih mengutamakan kualitas pelayanan yang baik, khususnya di bidang kualitas layanan yang di berikan kepada konsumen. dengan demikian apakah pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dan tepat sehingga bisa memberikan efek kepuasan bagi konsumen, sehingga konsumen yang datang akan meraskan pelayan yang puas sehingga konsumen akan datang kembali. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Hynan Mart Jombang”

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kualitas pelayanan

1. Pengertian Kualitas pelayanan

Payne (2000: 8), Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakwujudan yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Beberapa pengertian kualitas pelayanan menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Lovelock dalam Tjiptono (2011: 58), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh penjual dalam rangka menemukan konsumen dengan memberikan atau menyampaikan keinginan atau permintaan konsumen melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen.
- b. Dalam Al-Idrus (2019: 2) Kotler mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan. Kualitas pelayanan bagi produsen merupakan spesifikasi produk atau jasa yang dirancang dan disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan atau pun diinginkan pada pelanggan, sehingga mereka akan merasa puas dengan produk atau jasa tersebut.
- c. Menurut Olsen dan Wyckoff (2013: 22), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

2. Karakteristik pelayanan

Norman (2002) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba.
- b. Pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- c. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata.

3. Indikator kualitas pelayanan

Menurut Zheithaml dalam Tjiptono dan Chandra (2016:162), indikator kualitas pelayanan ada 5 yaitu:

- a. Reliabilitas (Kehandalan)
- b. *Responsiveness* (Daya tanggap)
- c. Jaminan
- d. *Empathy* (Empati)

e. *Tangibles* (Bukti langsung)

B. Keputusan pembelian

1. Pengertian keputusan pembelian

Keputusan (*decision*) berarti pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Namun, hampir tidak merupakan pilihan antara yang benar dan yang salah, tetapi yang justru sering terjadi ialah pilihan antara yang "hampir benar" dan yang "mungkin salah". Walaupun keputusan biasa dikatakan sama dengan pilihan, ada perbedaan penting di antara keduanya. Keputusan adalah "pilihan nyata" karena pilihan diartikan sebagai pilihan tentang tujuan termasuk pilihan tentang cara untuk mencapai tujuan itu, apakah pada tingkat perorangan atau pada tingkat kolektif. Keputusan kaitannya dengan proses merupakan keadaan akhir dari suatu proses yang lebih dinamis, yang diberi label pengambilan keputusan. Keputusan dipandang sebagai proses karena terdiri atas satu seri aktivitas yang berkaitan dan tidak /hanya dianggap sebagai tindakan bijaksana. Selanjutnya Amirullah (2002:61) bahwa: "*Pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.*"

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian

Menurut Kotler (2008: 158) ada empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

- a. Factor budaya
- b. Factor social
- c. Factor pribadi
- d. Factor psikologis

3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Terdapat beberapa tahapan dalam pengambilan keputusan konsumen menurut Kotler (2008:179) ada lima tahap yaitu, sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku sesudah pembelian

4. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:181) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a) Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
- b) Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
- c) Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
- d) Membeli karena mendapat rekomendasidari orang lain

C. Kerangka Konsep

Berikut merupakan kerangka konsep yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang penting kedudukannya dalam penelitian (Arikunto, 2006). Berdasarkan rujukan penelitian terdahulu dan teori terkait, maka peneliti menentukan hipotesis sebagai berikut :

HO : Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Hynan Mart Jombang
Ha : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Hynan Mart Jombang

METODE PENELITIAN

Metode penelitian memegang peranan penting dalam suatu penelitian yang bersifat ilmiah. Pemilihan metode yang tepat dan sesuai dengan objek yang diteliti serta sifat dan luasnya penelitian akan membawa keberhasilan dan dapat memperoleh sasaran sasaran yang tepat serta objektif.

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini yang peneliti gunakan adalah dengan menggunakan pendekatan statistik kuantitatif dengan uji regresi linier sederhana. Tujuannya untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Hynan Mart Jombang.

B. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengidentifikasi variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Menurut Munawaroh dalam Sari (2016: 34) variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (terikat). Sehingga variabel independent dapat dikatakan sebagai variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X).

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Menurut Munawaroh dalam Sari (2016: 34) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas). Variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pembelian (Y).

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Arikunto (2002: 108) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2011: 90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah seluruh pembeli di Hynan Mart Jombang.

2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2011: 91), mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Rumidi (2006: 50) “sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2006:60) *purposive sampling* adalah teknik penentuan

sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam metode ini kriteria dalam penentuan sampel adalah sebagai berikut:

1. Responden pernah membeli di Hynan Mart lebih dari satu kali
2. Reseponden berusia 17-50 tahun

Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$N = \frac{z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$N = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$N = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$N = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk penelitian ini. Menggunakan metode sebagai berikut:

1. Kuesioner

Sugiyono (2016:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan metode kuisisioner dengan menyebarkan kuisisioner yang berupa

beberapa pernyataan kepada konsumen di Hynan Mart yang berisi Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Hynan Mart. Dalam pengumpulan data responden juga dibimbing bagaimana cara pengisian kuesioner tersebut. Hasil kuesioner tersebut akan tertuang dalam angka, tabel, analisis statistik dan uraian serta kesimpulan penelitian

2. Dokumentasi

Peneliti mencari data-data dengan jumlah menyalin data-data yang relevan dengan permasalahan yang peneliti rumuskan. Dalam penelitian ini dokumentasi yang diambil antara lain: daftar nama pemilik, nama usaha, alamat pemilik dan foto-foto kegiatan yang mendukung.

E. Instrumen Penelitian

Arikunto (2002: 101) mengatakan instrumen penelitian adalah alat bantu atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasil yang lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Nasution (2000:128) menjelaskan “kuesioner adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti”.

1. Kuesioner

Maksum (2012:130) mengatakan “Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengungkap informasi, baik menyangkut fakta atau pendapat.” Menurut Nasution (2000:128) “kuesioner adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti”.

Dalam penelitian ini, instrumen yang dipergunakan adalah kuesioner. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner jenis tertutup dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dari persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:35). Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dibuat dalam bentuk *checklist* dan alternatif jawaban yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Sangat setuju(SS) : 5, Setuju (S): 4, Kurang Setuju (KS):3, Tidak Setuju(TS): 2, Sangat Tidak Setuju(STS): 1.

Jawaban pada kuesioner diberikan dengan tanda check list (√) pada lembar jawaban yang sudah disediakan, khusus kolom dengan menuliskan angka-angka dari jumlah yang tersedia. Instrumen yang digunakan dalam

penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang harus diisi oleh Konsumen di Hynan Mart.

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner beberapa pernyataan tertutup yang sesuai dengan keadaan responden dalam kriteria sampel. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden memilih. (Arikunto 2010 : 42)

2. Uji Validitas

Validitas adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur (Sugiyono, 2011: 146). Menurut Arikunto, Uji Validitas digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrumen. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kelayakan dan ketepatan tiap – tiap butir pernyataan untuk menghasilkan data yang diinginkan. Dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan *SPSS 16 for windows*. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor tiap item dalam kuesioner dalam total skor. Dalam penelitian ini menggunakan korelasi bivariat person (produk momen person). Pengujian penelitian ini taraf signifikansi 0,05 kriteria dalam pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item – item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item – item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Distribusi (tabel t) untuk α 0,05. Suatu instrumen dinyatakan valid jika $r \text{ hitung}$ lebih besar dari $r \text{ tabel}$. Uji tersebut dapat menggunakan bantuan komputerisasi program *SPSS 16 for windows*.

3. Uji reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik (Suharsimi, 2002:154). Uji reabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (instrumen) dapat memperlihatkan kemantapan, kejegan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrument tersebut dalam penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

Uji reliabilitas menggunakan *SPSS 16 for windows* dengan memilih menu *Analyze*, kemudian pilih menu *scale*, lalu pilih *Reliability Analyze*. Hasil analisis tersebut akan diperoleh melalui *cronbach's Alpha*.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputer program *SPSS* versi 16.0 dengan uji keterandalan teknik *Alpha Cronbach* $> 0,6$ agar semua butir dinyatakan reliabel.

Metode penelitian mendeskripsikan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, waktu dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, cara pengambilan sampel, pengumpulan data, dan analisis. Dalam metode penelitian, tidak perlu mencatumkan definisi dari uji asumsi yang digunakan.

F. Teknik Analisis Data

Menganalisis data penelitian merupakan suatu langkah yang sangat kritis. Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian (Julianita, 2011: 53). Sehingga, data yang baik dan layak untuk dilanjutkan peneliti merupakan data yang memiliki distribusi normal. Dalam penelitian untuk menguji normalitas data, peneliti menggunakan rumus Kolmogrov-Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika Signifikansi (Significance level) > 0.05 maka Distribusi normal
- 2) Jika signifikansi (Significance level) < 0.05 maka Distribusi tidak normal

b. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui bahwa kedua variabel mempunyai hubungan ang linier atau tidak secara signifikan (Priyanto, 2009: 38). Kaidah yang ydigunakan untuk menguji linearitas data adalah :

- 1) Jika signifikansi (Significance level) > 0.05 , maka data tidak mempunyai hubungan yang linier.
- 2) Jika signifikansi (Significance level) < 0.05 maka data mempunyai hubungan yang linier.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui bagaimana keterkaitan antara satu variabel terikat dengan variabel bebas disebut dengan analisis regresi linier sederhana (Priyanto, 2013:140) Kajian yang dilakukan peneliti hanya menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel terikat dengan variable

bebas, maka analisis yang peneliti gunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Variabel bebas atau disebut dengan variabel "X", sedangkan variabel terikat diberi simbol "Y". keterkaitan antara X dan Y inilah yang kemudian dirumuskan dengan persamaan regresi linier sederhana.

d. Uji Statistik

Uji statistik merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan dari suatu hipotesis nol (H_0) atau Hipotesis alternatif (H_a) sehingga hipotesis tersebut dapat dikatakan diterima atau ditolak. Untuk menguji benar atau tidaknya hipotesis pada penelitian ini, dapat dibantu dengan program SPSS versi 16.0 for windows dengan uji hipotesis sebagai berikut :

a. Uji koefisien regresi secara individual atau parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji parsial yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen jika :

a) $t_{sig} < 0,05$ maka hipotesis diterima

b) $t_{sig} > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Ghazali, 2011 (dalam Arianto, 2015:88)

b. Analisis koefisien determinasi (R)

Analisis deteminasi pada regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel bebas serentak terhadap variabel terikat. Untuk melihat nilai (R) dapat dilihat dari tabel model summary pada hasil perhitungan menggunakan program SPSS 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) peneliti telah melakukan uji olah data dengan SPSS 16. Uji yang digunakan adalah uji instrument data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Pada uji validitas, semua instrumen pada variabel X dan Y adalah valid. Ketentuan yang digunakan adalah apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen atau item – item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item–item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid). Pada penelitian ini

mengunakan R_{Tabel} 0,3610 dan untuk semua R_{hitung} pada pernyataan di kuesioner nilainya lebih besar dari R_{tabel} sehingga semua butir pernyataan variabel kualitas penelitian dan keputusan pembelian adalah valid.

Hasil uji reabilitas instrumen mengenai kualitas pembelian diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,907 > 0,06$ yang memiliki arti bahwa butir instrumen yang digunakan telah reliabel, dan berdasarkan kriteria reliabilitas apabila nilai 0,800-1000 artinya reliabilitasnya sangat kuat. Sehingga, untuk reliabilitas variabel keputusan pembelian adalah sangat kuat. Begitu juga dengan hasil uji reliabilitas keputusan pembelian, diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,831 > 0,06$ yang memiliki arti bahwa butir instrumen yang digunakan telah reliabel dan memiliki reliabilitas yang sangat kuat.

Sebelum dilakukannya uji hipotesis, ada beberapa uji yang harus dilakukan oleh peneliti, yakni uji normalitas, dan uji linieritas data yang semuanya diambil dari penghitungan data hasil kuesioner yang telah disebar kepada responden yakni konsumen Hynan Mart Jombang. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi.

Pada uji Normalitas Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi sebesar $0,118 > 0,05$. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari kedua variabel berdistribusi normal.

Pada uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa output tersebut diketahui bahwa nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, maka ada pengaruh variabel *kualitas pelayanan* (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Pada hasil uji T diatas, diketahui bahwa nilai sig ntuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,000, karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Hynan Mart Jombang.

Pada uji determinasi menunjukkan bahwa R Square memiliki nilai sebesar 0,187 artinya variabel X yaitu kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 21% terhadap keputusan pembelian di Hynan Mart Jombang dan 79% keputusan

pembelian di Hynan Mart Jombang dipengaruhi oleh variabel lain.

Dapat disimpulkan dari hasil uji SPSS menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Hynan Mart Jombang

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data regresi linier sederhana, diketahui terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 18,7% saja dan selebihnya sebesar 81,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

Dengan pembahasan masalah yang disajikan pada penelitian ini, maka beberapa saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Bagi Hynan Mart

Diharapkan dapat menjadi motivasi untuk pihak Hynan Mart agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan karena, kualitas pelayanan akan menjadikan konsumen untuk selalu memilih Hynan Mart sebagai solusi dalam berbelanja.

2. Bagi konsumen

Konsumen untuk lebih selektif dalam memilih tempat berbelanja sehingga dalam melakukan keputusan pembelian dapat memperhatikan beberapa faktor dimana sesuai dengan keinginan dan manfaat yang dibutuhkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian ini, hanya menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, perlu di tindak lanjuti untuk dapat dikembangkan lebih lanjut dari aspek-aspek lain yang dalam penelitian ini belum dibahas sebagai penyempurna terhadap hasil penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adrian, Payne. (2000). *Pemasaran jasa, The Essence of Service Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Al-Idrus, Salim. *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsep dan Teori*. Malang, Indonesia: Media Nusa Creative.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar. (1996). *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kodu, Sarini. (2013). *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 3, September 2013.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. _____, Erlangga).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Lemeshow, Stanley dkk. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Maksum, Ali. (2012). *Metodologi Penelitian dalam Olah Raga*. Surabaya: Unesa University Press.
- Nasution, S. (2000). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyanto, Dwi. (2009). *Mandiri Belajar SPSS*. Jakarta: Buku Kita.
- Sarjono, Hariyadi, dan Winda Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL Sebuah Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofion. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan, Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Soliha, Euis. *Analisis Industri Ritel Di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2008, Hal. 128 – 142.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: CAPS.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahrum dan Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal Online

Zia Kusumah, Ridwan. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.