

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE GACOAN DI SIDOARJO

Oleh:
Aprillya Nurul Hidayah

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Pendahuluan

Mie Gacoan adalah restoran makanan Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada awal tahun 2016 di Malang dan merupakan anak perusahaan dari PT Pesta Pora Abadi. Pada tahun 2021, Mie Gacoan akan memiliki 5 toko di Indonesia, dengan sebagian besar cabang berlokasi di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Kata gacoa berasal dari bahasa Jawa. Mie Gacoan terkenal dengan rasa pedasnya yang berbeda dengan mie lainnya. Mie Gacoan menggunakan cabai halus, sehingga mudah dicampur dengan mie. Rasa pedas dan asin membuat pelanggan memutuskan untuk membeli Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan produk baru yang baru saja membuka cabang di Kota Sidoarjo, namun sudah memiliki banyak pelanggan.

Rumusan Masalah

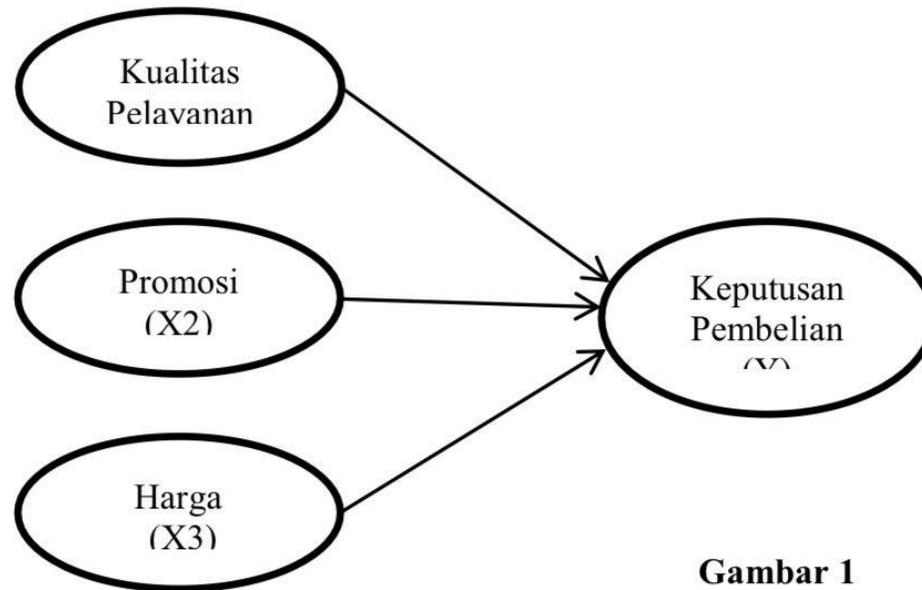
1. Apakah *kualitas pelayanan* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

2. Apakah *promosi* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

3. Apakah *harga* berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual



Gambar 1
Kerangka Konseptual Secara Parsial

Hasil

Uji Validitas

- bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner dari seluruh variabel memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 sehingga pada penelitian ini dapat dinyatakan bahwa item seluruhnya telah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Variabel	Indikator	(r-hitung)	r-tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,729	0,30	0,00	Valid
	X1.2	0,857		0,00	Valid
	X1.3	0,740		0,00	Valid
	X1.4	0,761		0,00	Valid
	X1.5	0,712		0,00	Valid
Promosi	X2.1	0,717	0,00	Valid	
	X2.2	0,593	0,00	Valid	
	X2.3	0,752	0,00	Valid	
	X2.4	0,783	0,00	Valid	
	X2.5	0,652	0,00	Valid	
Harga	X3.1	0,831	0,00	Valid	
	X3.2	0,900	0,00	Valid	
	X3.3	0,844	0,00	Valid	
	X3.4	0,833	0,00	Valid	
Keputusan Pembelian	Y.1	0,809	0,00	Valid	
	Y.2	0,795	0,00	Valid	
	Y.3	0,860	0,00	Valid	
	Y.4	0,780	0,00	Valid	
	Y.5	0,750	0,00	Valid	

Hasil

Uji Reliabilitas

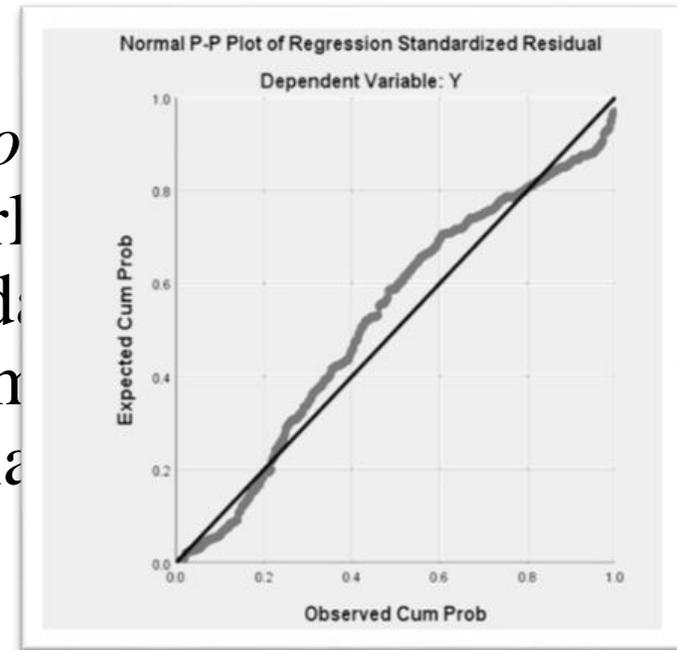
- bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai cronbach alpha sebesar 0,813, variabel promosi sebesar 0,730, variabel harga sebesar 0,873 dan variabel keputusan pembelian sebesar 0,857. Maka seluruh variabel pada kuesioner dari seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpa* diatas 0,60 sehingga pada penelitian ini dapat dinyatakan bahwa instrumen telah reliabel.

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,813	0,60	Reliabel
Promosi	0,730		Reliabel
Harga	0,873		Reliabel
Keputusan Pembelian	0,857		Reliabel

Hasil

Uji Regresi Linear Berganda

- pada penelitian ini menunjukkan bahwa grafik *normal probability plot* mensyaratkan jika sebaran data tersebut harus terdistribusi diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hasil yang didapat dalam penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.



yang
is
, maka
akan

Hasil

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t-hitung dg t-tabel. Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, begitu juga sebaliknya. Selanjutnya jika nilai tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka variable bebas dapat memengaruhi secara signifikan variable terikatnya secara parsial.

Dapat dijelaskan dari tabel di atas bahwa hasil pengujian hipotesis secara parsial dimana diketahui tingkat kepercayaan 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan degree of freedom (df) $k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($96 - 3 - 1 = 92$) sehingga diperoleh t-tabel sebesar 1,661 Maka dapat dikatakan variable bebas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena t-hitung lebih besar dibanding t-table.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.777	1.384		3.562	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.237	.082	.207	2.889	.005
	Harga (X2)	.305	.102	.235	2.991	.004
	Promosi (X3)	.649	.072	.571	9.038	.000

Hasil

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

- bahwa nilai dari koefisien determinan (R^2) pada hasil pengujian koefisien determinan berganda (R^2) adalah sebesar 0,754 atau 75,4% sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kepemimpinan, komitmen organisasi, dan beban kerja dapat menjelaskan tentang variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini dan sisanya sebesar 24,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini.

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.762	.754	1.020

Pembahasan

- **Hipotesis pertama: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan**
- Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mie Gacoan Sidoarjo.
- Hal ini menunjukkan bahwa apabila karyawan terjadi kesalahan dalam input menu maka mie gacoan memberikan jaminan atau pergantian menu pada pelanggan. Pelayanan pada karyawan mie gacoan sangat cepat. karyawan mie gacoan pun sangat handal dalam menjelaskan produk/menu mie gacoan. Mie gacoan juga mempunyai lahan parkir yang cukup luas. Karyawan mie gacoan memiliki keunggulan dalam memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan dan memandang status sosial, sehingga dari paparan pernyataan diatas yang membuat konsumen semakin meningkatkan keputusan pembelian.
- Dengan ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Mie Gacoan Sidoarjo sudah optimal sehingga membuat para konsumen untuk terus melakukan pembelian.
- Hasil penelitian ini sesuai dengan teori menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk [13].
- Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian [14]. bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian.[15]

Pembahasan

- **Hipotesis kedua: promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan**
- Berdasarkan hasil analisis data membuktikan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mie Gacoan Sidoarjo. Dengan ini membuktikan bahwa Mie Gacoan Sidoarjo telah melakukan promosi dengan baik sehingga membuat konsumen melakukan pembelian.
- Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mengetahui mie gacoan dari teman dan keluarga. Promosi yang dilakukan mie gacoan melalui iklan di internet atau media sosial yang mudah dijangkau dan dipahami. Mie gacoan memberikan potongan harga atau diskon di moment tertentu (seperti: *flash sale*) kepada konsumen sehingga membuat konsumen
-
- melakukan pembelian ulang. Kasir mie gacoan juga menjelaskan secara rinci kualitas dan menu keunggulan mie gacoan dan mie gacoan juga dapat dipesan melalui *platform market place* (seperti *shoppee food*, *gofood* dan lain).
- Dengan ini membuktikan bahwa Mie Gacoan Sidoarjo telah melakukan promosi dengan baik sehingga membuat konsumen melakukan pembelian.
- Hasil penelitian ini sesuai dengan teori menyatakan bahwa promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan jasa produk yang mengajurkan pelanggan sasaran untuk membelinya [16]. Promosi adalah kegiatan promosi menggunakan internet seperti halnya sosial media. Jenis media promosi berpengaruh terhadap keputusan terhadap keputusan pembelian pada toko online seperti halnya media promosi dan iklan yang baru seperti sosial media dan sarana promosi lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. [17] bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. [18]

Pembahasan

- **Hipotesis Ketiga : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mie Gacoan**
- Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mie Gacoan Sidoarjo. Dengan ini membuktikan bahwa Mie Gacoan Sidoarjo mampu memberikan harga terbaik kepada konsumen sehingga mereka akan melakukan pembelian secara berulang.
- Hal ini menunjukkan bahwa harga mie gacoan dapat dijangkau semua kalangan. Harga mie gacoan lebih murah dari pada harga mie di restoran lain. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan mie gacoan. Dan harga yang ditawarkan mie gacoan sesuai dengan manfaat yang disarankan konsumen seperti : menyediakan berbagai fasilitas yang menunjang.
- Dengan ini membuktikan bahwa Mie Gacoan Sidoarjo mampu memberikan harga terbaik kepada konsumen sehingga mereka akan melakukan pembelian secara berulang.
- Hasil penelitian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [bu dekom] yang membuktikan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu didukung dengan penelitian [bu rifa] variabel persepsi harga memiliki pengaruh hasil yang positif terhadap konsumen dalam keputusan pembelian.

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mie Gacoan Sidoarjo, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
- Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mie Gacoan Sidoarjo, semakin bagus strategi promosi yang dilaksanakan oleh pihak manajemen Mie Gacoan Sidoarjo maka semakin tinggi pengaruhnya dalam menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
- Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mie Gacoan Sidoarjo, semakin baik dalam menentukan harga terbaik bagi konsumen maka semakin tinggi pengaruhnya dalam menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

-
-

Referensi

- Assegaf, F. 2009. Prospek Produksi Bioetanol Bonggol Pisang (*Musa paradisiaca*. L) Menggunakan Metode Hidrolisis Asam Dan Enzimatis. Skripsi. Universitas
- Jenderal Soedirman. Purwokerto.
 - Harfika, Jarliyah dan Nadiya Abdullah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*. Vol. XIV, No. 1.
 - Kusuma, T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 176-180.
 - Agustina, Shinta. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
 - Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 2.
 - Tulanggaw, Sharen. G. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35-43.
 - Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
 - Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
 - Arianto, Nurmin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Marketing* , 12-22.
 - Muller-Bloch, Christoph & Johann Kranz. (2015). *A Framework for Rigorously Identifying Research Price in Qualitative Literature Reviews*.
 - Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran, Jilid I Edisi 13* . Jakarta: Erlangga.
 - Arikunto, Suharsimi. 2010. prosedur Penelitian: suatu Pendekatan Praktek Cetakan Kedua belas. jakarta: PT.
- Rineka Cipta
 - Tjiptono fandy. (2007). *Kualitas Pelayanan*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
 - Kusuma, Tubagus (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 176-180.

Referensi

- Aryandi, Julian. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 117-127. Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Arianto, Nurmin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Marketing* , 12-22.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga, kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT. HNI HPAI). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 399-413.
- Dellayanti, fedrica dan Dewi Komala Sari. (2023) *The Influence of Product Quality, Price, and Advertising on Purchasing Decisions for Leather Wallets in the Leather Craft Industry in Sidoarjo Regency*. *Academi Open*. Vol 8
- Kertajasa dewan dan Rita Ambarwati Sukmono. (2023) *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Purchase Decision of Kampoeng Roti Tropodo Waru Sidoarjo*. *Academia Open*.

