

# Efektivitas kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian pada kios air minum ‘BIRU’ kecamatan candi kabupaten sidoarjo

Oleh:

Mukhammad Aditya Firdaus

Detak Prapanca

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Maret, 2025



# Pendahuluan

Air merupakan sumber daya alam yang memenuhi hajat hidup orang banyak sehingga perlu dilindungi agar dapat tetap bermanfaat bagi hidup dan kehidupan manusia serta makhluk hidup lainnya. Kebutuhan akan air pada setiap manusia berbeda-beda tergantung pada tempat dan tingkatan kebutuhan. Penggunaan air yang paling penting bagi manusia adalah untuk minum. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 43 Tahun 2014 menyebutkan bahwa air minum merupakan air yang melalui proses pengolahan atau tanpa melalui proses pengolahan yang memenuhi syarat kesehatan dan dapat diminum secara langsung (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2014) Kualitas air yang hendak diminum harus memenuhi persyaratan yang ada pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 492/2010, yang terdiri dari syarat fisik, kimia, radioaktif dan biologis (Kemenkes RI, 2021). Mengonsumsi air minum yang kurang memenuhi syarat kesehatan berisiko terhadap infeksi penyakit, keracunan oleh senyawa kimia baik akut maupun kronis, serta risiko terhadap senyawa yang bersifat carcinogen atau penyebab kanker. Indonesia dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia menjadikannya salah satu target tempat pemasaran produk yang potensial. Pemasaran di Indonesia tidak hanya mengembangkan produk yang baik, tetapi juga menarik terhadap pelanggan sehingga mudah di jangkau.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan Masalah : Efektivitas Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kios Air Minum "BIRU" Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo

Pertanyaan Penelitian : Apakah Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kios Air Minum "BIRU" Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo

Kategori SGD : Sesuai dengan kategori SDGs No.8 yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh serta pekerjaan yang layak untuk semua. Target-targetnya meliputi mempertahankan pertumbuhan ekonomi per kapita; mencapai tingkat produktivitas ekonomi lebih tinggi; menggalakkan kebijakan pembangunan yang mendukung kegiatan produktif; penciptaan lapangan kerja layak; mendorong formalisasi dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM); mengurangi proporsi usia muda yang tidak bekerja; tidak menempuh pendidikan atau pelatihan (NEET); mempromosikan pariwisata berkelanjutan; memperkuat lembaga keuangan.

# Metode

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kuantitatif. Adapun fokus dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Loyalitas Pelanggan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Metode pengumpulan ini menggunakan metode lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga

Metode pengumpulan data menggunakan cara data primer berupa kuisisioner yang disebarakan melalui Google Form dan data sekunder sebagai sumber informasi data dari penelitian terdahulu

# Hasil

- Kualitas Pelayanan
- hasil analisis diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai nilai t hitung sebesar  $-0,392 < t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,696 > 0,05$ . Dengan demikian, maka dapat diambil Kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada kios air minum “BIRU” kecamatan candi kabupaten sidoarjo
- Harga
- . Sesuai dengan analisis bahwa variabel harga (X2) mempunyai nilai t hitung sebesar  $3,180 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,002 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada kios air minum “BIRU” kecamatan candi kabupaten sidoarjo
- Loyalitas Pelanggan
- hasil analisis bahwa variabel loyalitas pelanggan (X3) mempunyai nilai t hitung sebesar  $6,542 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan selama berbelanja berperan penting

# Pembahasan

- pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
- Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kios air minum “BIRU” kecamatan candi kabupaten sidoarjo
- Pengaruh harga Terhadap Keputusan pembelian
- Hasil analisis data menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kios air minum “BIRU” kecamatan candi kabupaten Sidoarjo
- pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian
- analisis data menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kios air minum “BIRU” kecamatan candi kabupaten sidoarjo

# Temuan Penting Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul "Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan mengenai kesepakatan Pembelian pada kios air minum "BIRU" kecamatan candi kabupaten Sidoarjo, peneliti menyimpulkan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian air minum "BIRU" kecamatan candi kabupaten Sidoarjo. Keterjangkauan harga dan daya saing harga merupakan faktor dari harga sangat mempengaruhi daya beli konsumen sehingga mendorong keinginan untuk kepuasan emosional selama berbelanja, juga berkontribusi besar terhadap perilaku pembelian . Di sisi lain, loyalitas pelanggan juga ikut mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Dengan kombinasi harga dan loyalitas pelanggan, konsumen air minum "BIRU" kecamatan candi kabupaten sidoarjo lebih cenderung merespons dan bertindak sesuai keputusan yang cepat dan juga cermat.

# Manfaat Penelitian

1. Menambah pengetahuan
2. Membantu peneliti memahami manfaat yang diperoleh serta mengerti cara memecahkan masalah tersebut secara praktis
3. Menjadi dasar dalam pengembangan teori atau praktek dimasa depan

# Referensi

- [1] V. Latuconsina and F. De Lima, “Gambaran Kualitas Air Minum Isi Ulang Di Kota Ambon,” *Molucca Medica*, vol. 12, pp. 23–31, 2020, doi: 10.30598/molmed.2020.v13.i2.23.
- [2] W. Mila, S. L. Nabilah, and S. I. Puspikawati, “Higiene dan Sanitasi Depot Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur : Kajian Deskriptif,” *Ikesma*, vol. 16, no. 1, p. 7, 2020, doi: 10.19184/ikesma.v16i1.14841.
- [3] A. Suryani and A. Kusumayati, “Faktor Yang Berhubungan Dengan Kualitas Biologis Air Minum Isi Ulang: Literature Review,” *PREPOTIF J. Kesehat. Masy.*, vol. 6, no. 2, pp. 1852–1860, 2022, doi: 10.31004/prepotif.v6i2.5612.
- [4] M. Selomo, M. F. Natsir, A. B. Birawida, and S. Nurhaedah, “Hygiene Dan Sanitasi Depot Air Minum Isi Ulang Di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar,” *J. Nas. Ilmu Kesehat.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–11, 2018.
- [5] A. E. Nasution and M. T. Lesmana, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan),” *Pros. Semin. Nas. Vokasi Indones.*, vol. 1, no. November, pp. 83–88, 2018.
- [6] N. Nurjaya, N. I. Dutawaskita, H. Erlangga, H. Hastono, and D. Sunarsi, “Pengaruh personal selling dan harga terhadap keputusan PT Lautan Surga di Jakarta,” *J. TADBIR Perad.*, vol. 2, no. 1, pp. 80–92, 2022.
- [7] R. Rahmadani and F. Ananda, “Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Tokopedia,” *J. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, pp. 4–14, 2018.
- [8] A. Caruana and B. Ramaseshan, “The Effect of Service Quality and Consumer Trust on Retail Website Loyalty,” *Dev. Mark. Sci. Proc. Acad. Mark. Sci.*, vol. 15, no. 1, p. 76, 2015, doi: 10.1007/978-3-319-11848-2\_21.
- [9] Yessika Ronauli Sitanggang, “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online di kota batam,” 2021.
- [10] H. S. Patmala and D. C. Fatihah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm mart Kartika widya Utama,” *JIMEA | J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 5, no. 3, pp. 1154–1170, 2021.
- [11] M. N. Mulyadi, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba,” *J. Ilm. Manaj. Kesatuan*, vol. 10, no. 3, pp. 511–518, 2022, doi: 10.37641/jimkes.v10i3.1539.
- [12] R. Mustika Sari and Prihartono, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise),” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 5, no. 3, pp. 1171–1184, 2021.
- [13] Anisa Aulia Adnan, “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Teh Tarik Dmr Tulungagung,” *Juremi J. Ris. Ekon.*, vol. 2, no. 4, pp. 505–520, 2022, doi: 10.53625/juremi.v2i4.4456.
- [14] Zhou, Yang, and Wang, vol. 21, no. 1, pp. 1–9, 2020.

# Referensi

- [15] Willianti, “Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1.,” Bab Ii Kaji. Pustaka 2.1, vol. 12, no. 2004, pp. 6–25, 2020.
- [16] M. I. H. Ahmad Zikri, “Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera,” J. Ilmu Komputer, Ekon. dan Manaj., vol. 1, no. 1, pp. 129–138, 2022.
- [17] R. Sibarani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,” Prosiding, vol. 3, no. 4, pp. 10–17, 2023, doi: 10.59134/prosidng.v3i.288.
- [18] I. A. Rozi and Khuzaini, “Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee,” J. Ilmu dan Ris. Manaemen, vol. 10, pp. 1–20, 2021.
- [19] A. Wicaksana and T. Rachman, vol. 3, no. 1, pp. 10–27, 2018, [Online]. Available: <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- [20] Azzahrah Putri Haykal, Ika Febrilia, and Terrylina Arvinta Monoarfa, “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online,” J. Bisnis, Manajemen, dan Keuang., vol. 4, no. 1, pp. 17–35, 2023, doi: 10.21009/jbmk.0401.02.
- [21] V. Veronika and N. P. Nainggolan, “Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia,” Eqien - J. Ekon. dan Bisnis, vol. 11, no. 04, 2022, doi: 10.34308/eqien.v11i04.1272.

