

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Shinta's Collection

Oleh:

Moch Ari Oktavani,
Mas Oetarjo SE., MM
Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Oktober, 2024

Pendahuluan

- ❑ Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah perusahaan. Pengelolaan perusahaan yang kurang baik akan merugikan perusahaan karena dapat berimbas pada perolehan laba, dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan. Setiap perusahaan memiliki sistem berbeda dalam melakukan usahanya. Secara umum perusahaan harus memiliki sistem yang tepat dalam semua aspek yang dijalankannya
- ❑ Usaha mikro, dengan kriteria omzet maksimal Rp2 miliar pertahunnya, menjadi yang paling dominan dalam struktur UMKM. Usaha mikro mencapai 63.955.369 unit pada 2021 atau berkontribusi 99,62% dari total unit usaha di Indonesia. Proporsinya tidak banyak berubah dalam 10 tahun terakhir. Sedangkan jumlah usaha kecil, dengan kriteria omzet Rp2-15 miliar pertahun, hanya terdapat 193.959 unit. Usaha ini menyumbang 0,3% dari jumlah UMKM

Pendahuluan

- Kota Sidoarjo mempunyai produk unggulan Usaha pembuatan pakaian jadi yang diproduksi dan dipasarkan langsung oleh para pelaku UMK, dan para pelaku usaha produk Fashion diantaranya menjual produknya di Sidoarjo yang berada di desa Kademangan, jemiahan kec. Jabon. Usaha ini menyediakan pakaian fasion terkini seperti: baju, tas, celana, jilbab, baju kerja, baju casual dan masih banyak lainnya. Namun demikian dalam aktivitas usaha yang dilakukan menunjukkan adanya permasalahan terkait dengan hasil penjualan yang dihasilkan, dimana pada Tahun 2022 menunjukkan adanya kecenderungan mengalami penurunan. Adapun data penjualan Shinta's Collection Tahun 2022 dapat disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Penjualan *Shinta's Collection* Tahun 2023
(Dalam Unit)

Bulan	Jumlah	Peningkatan/Penurunan
Januari-April	978	-
Mei-Agustus	877	(10,33%)
September-Desember	723	(17,56%)

Sumber: *Shinta's Collection*

Pendahuluan

- ❑ Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan, Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi dan melampaui harapan para konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik bagi konsumen dan akan berdampak juga pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan
- ❑ Selanjutnya upaya untuk meningkatkan hasil penjualan yaitu menetapkan lokasi yang tepat. Pemilihan lokasi usaha suatu perusahaan atau organisasi merupakan salah satu keputusan yang penting bagi perusahaan. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan mengurangi kemungkinan risiko negatif yang akan dihadapi perusahaan. Lokasi merupakan salah satu faktor yang penting yang harus dipertimbangkan saat akan mendirikan suatu usaha
- ❑ Selanjutnya penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non profit, harga adalah komponen penting dalam keputusan pembelian suatu produk. Harga diartikan sebagai kemampuan individu untuk menilai barang dengan uang sebagai alat ukur

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

- ❑ Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Shinta's Collection ?
- ❑ Untuk mengidentifikasi pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Shinta's Collection

Kategori SDGs

Sesuai dengan kategori SDGs 8 yaitu pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi <https://sdgs.un.org/goals>

Rumus Slovin

- Rumus pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yang dimana rumus ini digunakan, untuk mencari populasi yang sudah diketahui secara pasti. Maka untuk hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 58 karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{\bar{N}}{1+(N \times e^2)} \\ &= \frac{68}{1+(68 \times 0,05^2)} \\ &= \frac{68}{1+(0,17)} \\ &= \frac{68}{1,17} \\ &= 58 \end{aligned}$$

- Keterangan:

n = sampel minimum

N – sampel populasi

e = persentase batas toleransi (margin of error).

Metode

Jenis dan Teknik Penelitian



Menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik purposive sampling

Jenis Sumber Data



Jenis Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder

Teknik Pengumpulan Data



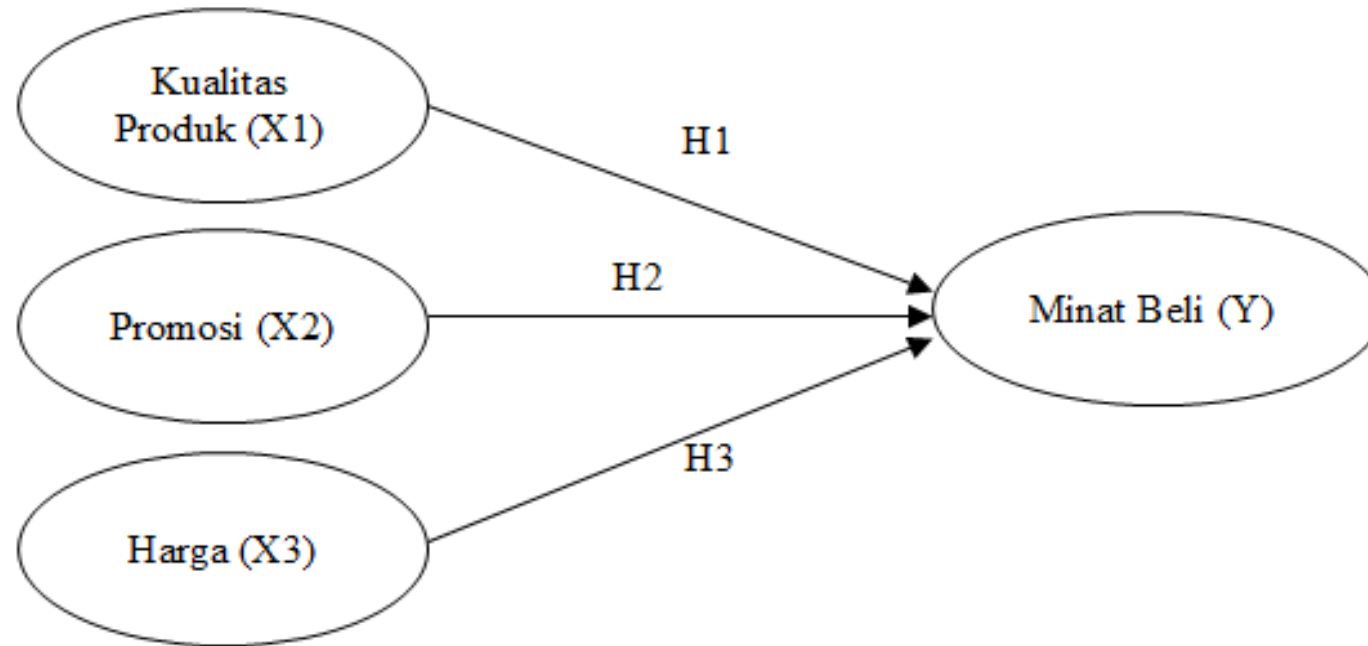
Menggunakan kuisisioner, observasi, melalui google form

Pengolahan Data



Pengolahan Data pada penelitian ini menggunakan software SPSS 26

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan Shinta's Collection.
- H2 : Terdapat Pengaruh Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Shinta's Collection
- H3 : Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Penjualan Shinta's Collection.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas :

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r table	Sig. (2-tailed)	Deskripsi
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,748	0,235	0,000	Valid
	2	0,739	0,235	0,000	Valid
	3	0,782	0,235	0,000	Valid
	4	0,544	0,235	0,000	Valid
Lokasi (X2)	1	0,785	0,235	0,000	Valid
	2	0,755	0,235	0,000	Valid
	3	0,897	0,235	0,000	Valid
Harga (X3)	1	0,746	0,235	0,000	Valid
	2	0,790	0,235	0,000	Valid
	3	0,710	0,235	0,000	Valid
	4	0,594	0,235	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,784	0,235	0,000	Valid
	2	0,783	0,235	0,000	Valid
	3	0,827	0,235	0,000	Valid
	4	0,629	0,235	0,000	Valid
	5	0,647	0,235	0,000	Valid

- Uji validitas adalah alat ukur yang mengukur seseorang dapat menentukan tingkat keasliannya. Suatu instrumen dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila memenuhi tujuan pengukurannya. Untuk menilai kualitas kuesioner dilakukan uji validitas. Suatu variabel dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dan tidak valid jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasinya $\text{sig.} < 0,05$. Untuk $r \text{ tabel}$ penelitian di nilai $R \text{ tabel}$ dengan uji dua sisi dan jumlah data $(n) = 68$ mendapatkan nilai $r \text{ tabel}$ sebesar 0,2352. Hasil analisis uji validitas data dilihat pada Tabel 3.2 sebagai berikut

Hasil dan Pembahasan

Uji Reliabilitas:

Variabel	N of Items	Cronbach's alpha	Koefisien Cronbach's alpha	Deskripsi
Kualitas Pelayanan (X1)	4	0,652	> 0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	3	0,742	> 0,60	Reliabel
Harga (X3)	4	0,676	> 0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,789	> 0,60	Reliabel

- Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepercayaan dari sebuah pengukuran. Uji reliabilitas dikatakan reliabel jika nilai Nilai Alpha $> 0,6$ Maka reliabel, jika $> 0,7$ maka sangat reliabel. Cronbach's alpha r hitung $> r$ tabel, jika r hitung $< r$ tabel dapat dikatakan tidak reliabel atau tidak valid. Hasil analisis uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut

Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardi Resic
N		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000
	Std. Deviation	2.29354
	Absolute	.
	Positive	.
	Negative	-. .
Test Statistic		.
Exact Sig. (2-tailed)		.9

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

- Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi variabel residu memiliki distribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnof. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Exact $> 0,05$. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut

Hasil dan Pembahasan

Uji Multikolinearitas:

		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	St
1	(Constant)	.861	1.498		.575	.567		
	Kualitas Pelayanan	.286	.154	.218	1.859	.068	.581	
	Lokasi	.209	.177	.131	1.179	.243	.642	
	Harga	.676	.149	.481	4.543	.000	.711	

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

- Uji multikolinearitas dipakai dalam pengujian apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Hasil yang diharapkan jika nilai tolerance $< 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dalam pengujian multikolinearitas adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Pengujian dapat dikatakan valid apabila nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih kecil dari 10 maka tidak ada masalah pada multikolinearitas. Hasil analisis data uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 3.5 sebagai berikut :

Hasil dan Pembahasan

Uji T:

		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	St
1	(Constant)	.861	1.498		.575	.567		
	Kualitas Pelayanan	.286	.154	.218	1.859	.068	.581	
	Lokasi	.209	.177	.131	1.179	.243	.642	
	Harga	.676	.149	.481	4.543	.000	.711	

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

- Pada uji T penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil analisis data uji t dapat dilihat pada tabel 3.6 sebagai berikut

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis data pada jawaban responden Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Shinta's Collection, Para pembeli dengan adanya pelayanan dalam pembelian berperan penting untuk memenuhi keinginan pembeli, dari hasil yang di peroleh pelayanan di Shinta's Collection memberikan solusi yang tepat jika ada masalah dalam pembelian atau komplain barang barang dari pelanggan, serta memahami perasaan dan kebutuhan pelanggan agar kedepanya mereka betah untuk memutuskan pembelian di toko Shinta's Collection, Hasil pada penelitian ini variabel Kualitas Layanan memiliki nilai t hitung sebesar 1,859, lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,669 dan nilai signifikansi $0,567 < 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan besar terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu disebutkan sebagai faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Hal ini sesuai dengan [17] Apabila Kualitas layanan mengacu pada tingkat kepuasan konsumen terhadap mereka dengan perusahaan, baik sebelum, selama, maupun setelah proses pembelian. penting dari kualitas layanan yang dapat mempengaruhi keputusan pembeliann

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Pada Penelitian ini dari variabel Lokasi (X2) berpengaruh secara positif dan Hal ini pentingny Lokasi di toko Shinta's Collection, menyatakan bahwa Pembeli di toko Shinta's Collection dapat memahami Akses lokasi yang dapat ditemui dan mudah dijangkau oleh sarana transportasi atau pejalan kaki umumnya dengan adanya akses yang mudah para pembeli juga senang untuk membeli kebutuhan mereka dan adanya jalan lalu lintas yang baik banyaknya orang melakukan pembelian tidak terencana dan tidak adanya Kepadatan terjadinya kemacetan lalu lintas yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pembeli di pinggiran atau sedang berjalan. Hasil pada penelitian ini variabel Lokasi Nilai estimasi t hitung sebesar 1,179 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,669 dan mempunyai nilai signifikansi $0,243 < 0,05$ menunjukkan bahwa keuangan berpengaruh positif dan besar terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini disebutkan sebagai faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Temuan serupa juga terjadi [18], yaitu Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh Pembeli

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil analisis data membuktikan bahwa variabel Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Harga di toko di Shinta's Collection dalam pengetahuan tentang adanya Harga di toko Shinta's Collection Harga memiliki nilai dengan budget yang sesuai dengan pembeli mereka karena di Shint'a Collection Mereka memiliki keterjangkauan harga di kalangannya terkadang memberikan diskon dan kesesuaian harga karena dapat menarik keputusan pembelian dengan kualitas produk yang baik dan menarik, maka dari harga acecoris yang murah di Shinta's Collection sangat digemari oleh kalangan remaja dan dewasa di daerahnya . Hasil pada penelitian ini variabel Harga memiliki nilai hitung sebesar 4,543 dan lebih besar dari nilai tabel sebesar 1,669. Dengan nilai signifikansi tinggi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dinyatakan sebagai variabel paling mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Hal ini sesuai dengan penelitian dari [19] Harga adalah kemampuan untuk dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan, Jika suatu harga ditetapkan terlalu tinggi dibenak konsumen maka mereka tidak akan tertarik maka sebaliknya jika harga murah pelanggan akan penasaran dan ingin membelinya

Hasil dan Pembahasan

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, untuk Harga (X3) adalah variable yang sangat dominannya berpengaruh positif dan signifikan pada terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikansi tinggi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 Maka dinyatakan sebagai variabel paling berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Shinta's Collection. dalam penelitian ini populasi yang dijadikan sampel yaitu Para Pembeli yang ada di Toko Shinta's Collection dengan populasi 68 responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian ini.

Keterbatasan penelitian pada penelitian ini yaitu peneliti hanya mampu melakukan penelitian dengan hasil variabel Harga yang paling berdominan mempengaruhi. Peneliti memberikan saran untuk menggunakan dan atau menambahkan variabel lainya ataupun Untuk menghasilkan penemuan yang lebih menyeluruh, terkini dan diharapkan memiliki objek yang lebih luas dan pilihlah tema permasalahan yang terbaru dan berbeda.

Terima Kasih

