

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MINIMARKET SKY INDAH

Eliani Mungkur¹⁾, Daris Purba²⁾

¹ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Batam, Kepulauan Riau
email: elianimungkur@gmail.com

² Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Batam, Kepulauan Riau
email: darispurba26@gmail.com

Abstract

This study aims to identify the effects of service quality, product variety, and location on purchasing decisions at Sky Indah Minimarket. A quantitative correlational approach was employed, with data collected through a questionnaire. The research population consisted of all consumers of Sky Indah Minimarket, including both repeat customers and first-time shoppers. The sample comprised 80 respondents selected using a sampling method. The analytical techniques included validity testing, reliability testing, descriptive analysis, classical assumption tests, and hypothesis testing. Multiple linear regression analysis was conducted using SPSS version 20. The results indicate that service quality and location have a significant effect on purchasing decisions, whereas product variety does not have a significant effect..

Keywords: Service Quality, Product Variety, Location, Purchasing Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sky Indah. Pendekatan kuantitatif korelasional digunakan dalam penelitian ini, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen Minimarket Sky Indah, baik yang sudah pernah berbelanja maupun yang baru pertama kali berbelanja. Sampel yang digunakan berjumlah 80 responden, yang dipilih melalui metode sampling. Alat analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis, dengan teknik regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara keragaman produk tidak memiliki pengaruh signifikan.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian konsumen merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran. Dalam konteks persaingan ritel yang semakin ketat, khususnya di kota Batam, penurunan jumlah pembeli di Minimarket Sky Indah memerlukan perhatian khusus pada aspek kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi. Minimarket yang mulai beroperasi pada Mei 2013 ini mengalami penurunan pelanggan seiring dengan meningkatnya jumlah minimarket pesaing seperti Indomaret dan Alfamart yang menawarkan pelayanan berkualitas dan lokasi yang lebih strategis. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Minimarket Sky Indah.

Tujuan Penelitian:

1. Mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sky Indah.
2. Mengetahui pengaruh signifikan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sky Indah.
3. Mengetahui pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sky Indah.
4. Mengetahui pengaruh simultan kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sky Indah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Minimarket Sky Indah, Batam, dengan subjek penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian di minimarket tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel ditentukan menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik sampling insidental, sesuai teori Roscoe. Sampel yang digunakan berjumlah 80 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 20.

Berikut adalah definisi operasional tiap variabel:

Kualitas Pelayanan

Menurut Riyanto (2018), kualitas pelayanan adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Keragaman Produk

Hadita (2018) menjelaskan bahwa keragaman produk merupakan elemen penting dalam menarik konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Keragaman produk yang baik memerlukan perencanaan yang matang terkait bauran produk yang ditawarkan.

Lokasi

Lokasi usaha yang strategis sangat menentukan keberhasilan bisnis ritel. Lokasi yang mudah diakses dan memiliki potensi pasar yang besar akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian (Pattipeilohy & Asthenu, 2023).

Keputusan Pembelian

Firmansyah (2019) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai proses yang dilalui konsumen dalam memilih produk atau jasa yang akan dibeli, yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel valid dengan nilai rhitung lebih besar dari rtabel. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen penelitian dianggap reliabel.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Tidak terdapat masalah multikolinearitas dan heteroskedastisitas pada data penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ($p=0,025$) dan lokasi ($p=0,002$) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, keragaman produk ($p=0,086$) tidak berpengaruh signifikan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sky Indah, sementara keragaman produk tidak berpengaruh signifikan. Faktor lokasi dan pelayanan yang baik menjadi kunci utama dalam mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Minimarket Sky Indah perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan pemilihan lokasi yang lebih strategis untuk menghadapi persaingan dengan minimarket lain. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain seperti harga dan promosi yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Fathiin, dkk. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk di Waroeng Spesial Sambal “SS” Condongcatur Timur. *Journal of Culinary Education and Technology*, Vol 7, No, 1–10.
- Andi Riyanto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Kepuasan Pelanggan*, 10–27.
- Firdaus, S., Suwiryo, D. H., & Sukmawaty, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Kompetensi Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummanioramania*, 5(2), 320. <https://doi.org/10.31604/jim.v5i2.2021.320-328>
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadita, H. (2018). Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT, 3(3), 365–374. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i3.154>
- Nadira Badarudin, Tumbuan, W. J. F. A., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Keragaman

Produk, Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal EMBA*, 9(3), 312–322. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34720/32566>

Pattipeilohy, V. R., & Asthenu, J. R. (2023). Peran Dimensi Lokasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Journal of Business* 2 (November), 159–172. <https://stia-saidperintah.e-journal.id/jba/article/view/189%0Ahttps://stia-saidperintah.e-journal.id/jba/article/download/189/127>

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta.

Taqiuddin, A. N. I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Layanan GOJEK di Surakarta (Studi Kasus di Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.