

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA RAMAYANA LESTARI SENTOSA PEKANBARU

INDRA ANANDA

Email : indraananda22@gmail.com

Pembimbing : Endang Sutrisna

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Administrasi FISIP Universitas Riau
Kampus bina widya jl.H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of service quality on consumer interest of Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru. service quality as an independent variable (X). while consumer interest as the dependent variable (Y). study was conducted on consumer in Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru by 100 people.

Data obtained from the questionnaire and further processed and tested using statistical analysis such as simple regression analysis , t test, correlation analysis and determination using SPSS program.

The results showed that the test results of hypothesis testing. $t_{count}(11.979) > t_{table}(1.984)$ This suggest that the service quality affect the consumer interest. The magnitude of the service quality on consumer interest in Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru is 59%.

Keyword: service quality, consumer interest & Empaty

PENDAHULUAN

Besarnya peluang bisnis ritel di Indonesia telah memacu perusahaan ritel asing yang masuk. Masuknya pengusaha asing dalam bisnis ini, menunjukkan bisnis ini sangat menguntungkan. Meskipun di sisi lain, tentu merupakan pesaing bagi para pemain lokal. Bagaimanapun, pasar modern sangat dibutuhkan. Jaman telah berubah, sehingga harus siap memasuki perubahan

jaman tersebut, termasuk dalam menyikapi kehadiran dan persaingan pada pasar modern ini. Karena itu, perubahan harus dihadapi sebagai motivator untuk me ningkatkan kualitas dalam memberikan yang terbaik kepada konsumen. Di kota-kota besar di Indonesia.

Pelayanan merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk

mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Sebuah perusahaan dikatakan berhasil menjalankan fungsinya apabila mampu menjual produknya pada konsumen dan memperoleh profit semaksimal mungkin. Konsumen sebagai salah satu elemen, memegang peranan penting dimana dari waktu ke waktu mereka semakin kritis dalam menyikapi suatu produk maupun jasa yang ditawarkan.

Minat beli adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut Swastha dan Irawan, (2005). Sedangkan minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian dimana di dalam konteks minat beli ulang tersebut terdapat konsep loyalitas. Tingginya minat beli ulang ini akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan perusahaan.

Telaah pustaka

Pelayanan/ Jasa

Philip Kotler (2002:6) Mengatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan fisik maupun tidak.

William J. Stanton (dalam buku Buchari Alma 2004:243) mengatakan bahwa jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan benda-benda berwujud atau tidak.

Adapun empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi:

1. Intangibility
Jasa itu sifatnya intangible (tidak berwujud) artinya tidak dapat dilihat, tidak dapat dicicipi dan dirasakan, hanya dapat diketahui setelah dikonsumsi terlebih dahulu.
2. Inseparability (tidak dapat dipisahkan)
Produk jasa itu sebenarnya tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, biasanya di jual terlebih dahulu, baru kemudian di produksi dan di konsumsi secara bersamaan, baik yang di hasilkan oleh mesin.
3. Variability
Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Umumnya produk jasa itu tidak mempunyai tingkat kepuasan yang sama bila diterima oleh konsumen yang berbeda, karena setiap konsumen mempunyai selera yang berbeda pula.
4. Perishability
Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat di simpan. Menurut **Stanton, Ezel dan Walker (dalam Tjiptono 2002:18)** ada pengecualian dalam karakteristik perishability dan penyimpanan jasa. Dalam kasus jasa bisa di simpan yaitu dalam bentuk pemesanan (misalnya reservasi tiket pesawat dan kamar hotel), peningkatan permintaan akan suatu jasa pada saat sepi (misalnya minivacation weekend di hotel-hotel tertentu) dan penundaan penyimpanan jasa (misalnya asuransi).

Kualitas Pelayanan

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh **Parasuraman, (dalam Tjiptono ,2005: 181).**

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang

bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan dalam kualitas pelayanan (**Roesanto, 2000**) dalam **Nanang Tasunar (2006:44).**

Minat Beli

Menurut **Kinnear dan Taylor (1995:306)** minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli merupakan serangkaian tindakan evaluasi terhadap kualitas dan karakteristik suatu produk untuk kemudian diolah menjadi informasi yang berfungsi sebagai bahan pertimbangan didalam sebuah pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Keller (1998), minat beli konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya.

Metode penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Ramayan Lestari Sentosa, Tbk yang beralamatkan di Jln. Jendral Sudirman,

Pekanbaru. alasan peneliti melakukan penelitian disini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen karena perusahaan ini sudah berdiri lama di pekanbaru.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen PT. Ramayana Lestari Sentosa,Tbk dan peneliti mengambil jumlah konsumen pada tahun 2014 sebagai sampel dalam penelitian tersebut. Jumlah konsumen pada tahun 2014 adalah sebanyak 1.300 konsumen. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin yang menjadi sampel adalah 100 konsumen.

Cara mengumpulkan data serta keterangan yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini :

- a. Interview (wawancara)
- b. *Quesioner* (angket)
- c. *Key informan*

Analisis data

Analisi data yang digunakan oleh peneliti menggunakan :

- **Analisis deskriptif**

Analisis deskriptif mengemukakan data yang masuk ddengan cara dikelompokkan dalam bentuk tabel, kemudian diberi penjelasan sesuai dengan metode deskriptif.

- **Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif adalah analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistik. Dalam penelitian analisis kuantitatif dengan perhitungan statistik dicari dengan program SPSS.

Regresi Linier Sederhana

Sedangkan untuk memperkuat analisis deskriptif dan analisis kuantitatif (statistik) tersebut penulis menggunakan metode regresi linier sederhana.

untuk menganalisa koefisien dan korelasi linier sederhana (r) atau untuk melihat hubungan keduanya dilihat dengan rumus :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2) - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

(Sugiyono, 2004)

Uji Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi r² pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terkait. Koefisien determinasi mempunyai range antara 0 sampai (0 < r² < 1).

Semakin besar nilai (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (r²) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus :

$$r^2 = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

Uji Signifikasi Individu- t

uji t ini dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel x (reputasi perusahaan) dengan variabel y (loyalitas nasabah) . (Umar , 2011)

adapun rumus hipotesis statistiknya adalah :

Ha (alternatif) : t_{hitung} > t_{tabel}

Ho (nol) : t_{tabel} > t_{tabel}

Dimana :

Ha : ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

Ho : tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung ≥ r table maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya, jika r hitung < r table maka alat ukur yang digunakan tidak valid. Diketahui untuk nilai dalam penelitian ini adalah sebesar 0,197. Diketahui nilai r hitung seluruh item pernyataan variabel ≥ 0,197. Artinya adalah seluruh item pernyataan dinyatakan valid

TabelIII.16
Hasil Uji Validitas
Dengan 100 Responden

Item Pernyataan (Kualitas Pelayanan)	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
P1	0.510	0,197	Valid
P2	0.605	0,197	Valid
P3	0.457	0,197	Valid
P4	0.672	0,197	Valid
P5	0.643	0,197	Valid
P6	0.543	0,197	Valid
P7	0.685	0,197	Valid
P8	0.681	0,197	Valid
P9	0.478	0,197	Valid
P10	0.206	0,197	
Item Pernyataan (Minat Konsumen)	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
MK1	0.582	0,197	Valid
MK2	0.515	0,197	Valid
MK3	0.534	0,197	Valid
MK4	0.723	0,197	Valid
MK5	0.680	0,197	Valid
MK6	0.326	0,197	Valid
MK7	0.699	0,197	Valid
MK8	0.611	0,197	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS,2014

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas kepada keseluruhan sampel yang berjumlah 100 responden. Uji reliabilitas dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah valid. Teknik untuk menguji reliabilitas instrument yaitu dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* dimana variable tersebut akan dinyatakan reliable dengan ketentuan

- Apabila nilainya kurang dari 0,6 adalah kurang baik
- Apabila nilainya 0,7 dapat diterima

- Apabila nilainya diatas 0,8 adalah baik

Adapun hasil uji reliabilitas terhadap 100 responden dapat dilihat pada table berikut ini :

TabelIII.17
Hasil Uji Reliabilitas Kuisioner
Seluruh Variabel Dengan 100 Responden

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria/Nilai Batas	Keterangan
Kualitas pelayanan	0.842	0,60	Reliabel
Minat Konsumen	0.835	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS,2015

Pada table diatas terlihat bahwa variable kualitas pelayanan (X) dan minat konsumen (Y) memiliki nilai cronbach's alpha diatas 0,60. Untuk variable kualitas pelayanan (X) nilai cronbach's alpha sebesar 0,842 dan dinilai baik sedangkan untuk variable minat konsumen (Y) nilai cronbach's alpha sebesar 0,835 dan dinilai dapat diterima. Hal ini bahwa variabel X dan Y tersebut, telah memenuhi criteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliable serta layak untuk disebarkan kepada responden guna penelitian.

Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan linear antara satu variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) dengan variabel dependen yaitu minat konsumen (Y) pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh data-data sebagaimana dapat dilihat pada tabel bawah :

Tabel III.18
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.772	1.868		2.555	.012
Kualitas pelayanan	.638	.053	.771	11.979	.000

a. Dependent Variable: Minatbeli

Persamaan Regresi Sederhana :

$$Y = a + bX$$

$$\text{Minat konsumen} = 4,772 + 0,638X$$

Artiangka-
angkadalampersamaanregresidiatas :

- Nilai konstanta (a) sebesar 4,772. Artinya adalah apabila kualitas pelayanan diasumsikan nol (0), maka minat konsumen bernilai 4,772.
- Nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan sebesar 0,638. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat konsumen sebesar 0,638.

Koefisien Determinasi (r²)

Koefisien determinasi (R²) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variable independen terhadap variable dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variable independen (kualitas pelayan) dapat menjelaskan variable dependennya

(Minat konsumen).Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variable dependen dalam menjelaskan variable independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variable independen dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel III.19
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.594	.590	3.260	1.982

a. Predictors: (Constant), Kualitaspelayanan

b. Dependent Variable: Minatbeli

Dari table III.19 diketahui nilai R Square sebesar 0,594. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap variable minat konsumen adalah sebesar 59,4%, sedangkan sisanya sebesar 40,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Dan dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen pada Ramayana Sentosa Lestari dapat diterima. Dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat konsumen, serta kualitas pelayanan memiliki implikasi terhadap minat konsumen.

Uji Signifikansi Individu (Uji-t)

Pengujian kebenaran hipotesis yang diperlukan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t dimaksudkan untuk membuktikan

kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat konsumen pada Ramayana Lestari Sentosa.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil keluaran sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel III.20
Uji Signifikasi Individu (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.772	1.868		2.555	.012
	Kualitas pelayanan	.638	.053	.771	11.979	.000

a. Dependent Variable: Minatbeli

Pada Tabel III.20 digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap minat beli konsumen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut :

- Merumuskan hipotesis
Ho : kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen
Ha : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat konsumen.
- Menentukan t hitung dan Signifikansin, Dari output di dapat t hitung sebesar 11,979 dan Signifikansi 0,000.
- Menentukan t tabel
t tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 =$

0,025 dengan derajat kebebasan df = n-2 atau $100-2 = 98$.

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan persamaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= n-k-1 : \alpha/2 \\ &= 100-1-1 : 0,05/2 \\ &= 98 : 0,025 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

- Kriteria Pengujian
Jika $- t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka Ho diterima.
Jika $- \text{hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka Ho ditolak.

Berdasarkan Signifikansi :

Jika Signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima.

Jika Signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak.

- Membuat Kesimpulan

Nilai t hitung $> t \text{ tabel}$ ($11,979 > 1,988$) dan Signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka Ho ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari penjelasan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kualitas pelayanan dikategorikan responden dalam katagori puas serta tepat untuk diterapkan, terlihat dari variabel berkategori puas, sebagian besar konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diterapkan, yang artinya kualitas pelayanan yang baik adalah yang mengutamakan

keinginan pelanggan dan kebutuhan pelanggan.

2. Tanggapan responden terhadap minat beli konsumen pada Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru, maka dapat disimpulkan bahwasannya konsumen Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru merasa cukup Puas dengan bentuk pembentukan untuk menarik minat konsumen dengan berbagai program-program, hal ini terlihat dengan banyaknya tanggapan responden yang menyatakan kecukupan dan ada beberapa keluhan tentang kegiatan tersebut.
3. Berdasarkan hasil perhitungan regresi, uji T dengan program SPSS dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk.

B. Saran

1. Agar lebih meningkatkan kualitas pelayanannya terutama pada sikap dan tingkah laku karyawan, karena karyawan yang berhadapan langsung dengan konsumen, dilihat dari jawaban responden masih banyaknya keluhan tentang sikap karyawan tersebut, hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pihak personalia agar karyawannya lebih peduli terhadap konsumen yang melakukan transaksi pembelian, agar tidak terjadi kesalahan yang sama.
2. Agar minat konsumen menjadi lebih baik dari sebelumnya diharapkan pihak perusahaan lebih giat dalam memberikan promo-promo khusus kepada konsumen dan memberikan layanan dengan lebih maksimal agar terdongkraknya minat konsumen dan terbentuknya loyalitas konsumen, seperti program potongan harga dan ketersediaan barang yang lebih banyak agar konsumen lebih bebas

dalam memilih barang yang dikehendakinya dan sesuai dengan selera konsumen.

3. Dengan kuatnya pengaruh antara kualitas pelayanan dengan minat beli konsumen sebaiknya pihak perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya menuju service excellence atau kualitas prima agar minat dari dalam diri konsumen berubah menjadi loyalitas konsumen karena akan lebih sering berkunjung ke Ramayana sebagai tempat belanja unggulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. 2002. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Fandy Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Satisfaction* Yogyakarta: penerbit Andi
- Ferdinand, 2006, *strategi pemasaran, Semarang*. Badan penerbit Univ Diponegoro.
- Husein Umar, 2011, *Statistika Untuk Penelitian*. Jakarta : Gramedia.
- Kotler, Philip 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT. Prehanlindo.
- Kotler, Philip 2005, *Manajemen Pemasaran*, Klaten: PT. Intan Sejati.
- Keller, Kevin L, 1998, "Memory Factor in Advertising: The Effect of Advertising
Nanang tasunar. 2006, *kualitas pelayanan sebagai strategi menciptakan*

kepuasan. Jurnal sains pemasaran indonesia.

Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (2000). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research” *Journal of Marketing*. Yogyakarta : penerbit Andi.

Retrieval Cues on Brand Evaluations,” *Journal of Customer Research*, 14 (December),316-333.

Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: cv. Alfabeta

Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung. Alfabeta.