



Vol. 4, No. 2, Agustus 2022

Hal. 1 - 7

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survey Pada Konsumen Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya)**

Mutiarra Noor Febriani¹; Depy Muhamad Pauzy²; Arga Sutrisna³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Perjuangan Tasikmalaya

e-mail: mutiaranoorfebriani@gmail.com

ABSTRACTION

The purpose of this observe was become identify and analyze the impact of service quality and promotion on purchasing decisions in Kopi Pasir Aladdin Tasikmalaya. The research method used is a survey method, while the population in this study are all consumers in Kopi Pasir Aladdin Tasikmalaya who have made a purchase. Data obtained directly with field information on 100 consumers and the method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Service Quality and Promotion simultaneously have a significant effect on Purchase Decisions at Kopi Pasir Aladdin Tasikmalaya. The results of this study indicate that Service Quality partially has a significant effect on Purchase Decisions at Kopi Pasir Aladdin Tasikmalaya, Promotion partially has a significant effect on Purchase Decisions at Kopi Pasir Aladdin Tasikmalaya.

Keyword : *Service Quality, Promotion and Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini dunia bisnis tumbuh secara cepat, termasuk bisnis di industri coffee. Dalam beberapa tahun ini industri bisnis dalam bidang coffee shop mengalami peningkatan dengan bisnis yang bersifat sejenis, keberadaan coffee shop mulai bersaing bahkan tergeser dengan adanya coffee shop dengan tampilan yang berbeda-beda. Adanya banyak bisnis yang sifatnya semacam ini semakin lama akan memberi pengaruh guna para selektif dalam menetapkan pilihan.

Salah satunya bisnis di industri coffee yang mengalami peningkatan yaitu mulai menjamurnya coffee shop di daerah Jawa Barat terutama di Kota Tasikmalaya. Semakin banyaknya coffee shop yang bermunculan disudut-sudut Kota Tasikmalaya mengakibatkan peningkatan jumlah bisnis sejenis semakin ketat. Keberadaan coffee shop mulai tersaingi karena adanya bisnis coffee shop dengan perubahan konsep coffee shop yang bervariasi dan juga memiliki keunikan dalam penyajian coffee yang menarik.

Salah satu industri dalam bidang coffee shop di Kota Tasikmalaya yaitu Kopi Pasir Aladdin. Coffee shop yang terletak di Jl. Veteran No. 53 (Samping Rubie Salon & Spa) Kota Tasikmalaya. Coffee shop ini memiliki menu minuman andalan yaitu Kopi Pasir Aladdin yang diaduk dengan menggunakan kayu manis sehingga menghasilkan aroma khas, sedangkan pemanis yang digunakan adalah gula aren sehingga tidak merusak keaslian coffee. Kopi Pasir Aladdin juga menyediakan minuman lainnya seperti aneka juice, milkshake, soda base dan tea. Berikut adalah data penjualan Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya di bulan Januari 2020-Desember 2020 :

Tabel 1 Data Penjualan Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya
Bulan Januari 2020-Desember 2020

No.	Bulan	Jumlah Pemasukan
1	Januari 2020	Rp. 26.727.800,-
2	Februari 2020	Rp. 22.862.800,-
3	Maret 2020	Rp. 16.297.800,-
4	April 2020	Rp. 2.245.800,-
5	Mei 2020	Rp. 988.600,-
	Juni 2020	Rp. 6.298.400,-
7	Juli 2020	Rp. 6.851.700,-
8	Agustus 2020	Rp. 9.728.700,-
9	September 2020	Rp. 6.692.000,-
10	Oktober 2020	Rp. 8.434.000,-
11	November 2020	Rp. 6.925.300,-
12	Desember 2020	Rp. 7.456.200,-
Jumlah Pemasukan		Rp. 121.509.100

Sumber: *Pengelola Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya*

Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa penjualan Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya di setiap bulannya mengalami ketidakstabilan, kadang mengalami kenaikan kadang mengalami penurunan penjualan. Hal yang di alami oleh Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya diduga

adanya pesaing yang melakukan kualitas pelayanan lebih baik sesuai dengan keinginan konsumen, menawarkan menu-menu yang baru dan unik. Serta kegiatan promosi yang dilakukan pesaing lebih unggul sehingga produk yang ditawarkannya lebih menarik konsumen sehingga mutu pelayanan dan promosi dikatakan mempengaruhi keputusan pembelian pada pelanggan. Maka dari itu perusahaan harus bisa serta sigap dan tanggap ketika menarik keputusan supaya coffee shop yang di dirikan bisa tumbuh secara baik. Korporasi harus senantiasa berusaha menaikan pangsa pasar, dan mengapai pelanggan baru sebab bertambah banyaknya coffee shop sehingga bertambah banyak juga pilihan pelanggan guna bisa mengambil coffee shop dengan kualitas pelayanan yang baik sesuai harapan konsumen dan promosi yang lebih menarik untuk memutuskan konsumen melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan dan promosi yakni hal yang harus di perhatikan oleh korporasi, karena kualitas pelayanan dan promosi berkaitan erat dengan masalah keputusan pembelian konsumen. Konsumen berharap mendapatkan pelayanan yang baik sesuai harapan mereka, disamping kualitas pelayanan promosi yang menarik juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan dan menumbuhkan keputusan pembelian konsumen.

Sesuai dengan penjabaran tersebut pengkaji berminat guna melaksanakan studi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian” Survei pada konsumen Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya. Sesuai dengan masalah pokok yang sudah dijabarkan pada latar belakang, sehingga masalah bisa diidentifikasi yakni:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, promosi dan keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya.
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi dengan simultan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi dengan parsial terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ini yakni Kualitas Pelayanan, Promosi dan Keputusan Pembelian. Sedangkan subjek studi yakni Kopi Pasir Aladdin Jl. Veteran No. 53 (Samping Rubie Salon & Spa) Kota Tasikmalaya.

Metode Penelitian

Metode pada observasi ini memakai metode kuantitatif pendekatan survey.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Uji Validitas

Hasil uji validitas yang diperoleh dari hasil olah data SPSS versi 25 mengenai kualitas pelayanan (X1) dari pernyataan X1.1 hingga X1.10 diperoleh hasil rhitung $> r_{table}$. Sehingga uji validitas variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Hasil uji validitas yang diperoleh dari hasil olah data SPSS versi 25 mengenai promosi (X2) dari pernyataan X2.1 sampai X2.6 diperoleh hasil rhitung $> r_{table}$. Sehingga uji validitas variabel promosi dinyatakan valid.

Hasil uji validitas yang diperoleh dari hasil pengolahan SPSS versi 25 mengenai keputusan pembelian (Y) dari pernyataan Y.1 hingga Y.8 diperoleh hasil r hitung $> r_{table}$. Sehingga uji validitas variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Suatu variabel dapat dikatakan reliable bila memberi nilai $>0,60$. Pengukuran reliabilitas instrument didapat dari hasil uji coba instrument pada 100 responden. Sesuai dengan hasil penghitungan reliabilitas melalui SPSS versi 25, di ketahui nilai Cronbach Alpha pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sejumlah 0,670, nilai Cronbach Alpha pada variabel Promosi (X2) sejumlah 0,676, dan nilai Cronbach Alpha pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sejumlah 0,677. Oleh sebab itu instrument yang digunakan pada studi yang disebutkan reliable.

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Dari output yang didapatkan dari hasil olah data dengan SPSS versi 25 pada output One Sample Kolmogorov Smirnov dimana nilai sig 0,322 $> 0,05$ maka bisa diartikan data berdistribusikan normal dan dapat dikatakan uji normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Dari hasil perhitungan SPSS versi 25 tidak ada variabel independen yang mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10. Nilai tiap variabel independen adalah variabel kualitas layanan dengan nilai tolerance 0,980 dan variabel promosi dengan nilai tolerance 0,980. Sedangkan itu hasil penghitungan nilai (VIF) pun membuktikan jika tidak terdapat variabel independen yang mempunyai nilai VIF lebih dari 10. Nilai tiap variabel independen adalah variabel kualitas layanan dengan nilai VIF 1,021 dan variabel promosi dengan nilai VIF 1,021. Melihat dari hasil perhitungan dapat ditarik kesimpulan jika tidak adanya multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil data yang telah diolah, bisa di ketahui tidak ada heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang signifikan serta titik-titik meluas di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji Autokorelasi

Dari hasil pengujian melalui SPSS versi 25 pada kolom Durbin-Watson (D- W) diperoleh nilai sejumlah 1.575 dalam artian lainnya hasil uji autokorelasi merupakan nilai D-W 1.575 > -2 , dan D-W 1.575 $< +2$ artinya tidak terdapat autokorelasi, sehingga uji autokorelasi termuat.

PEMBAHASAN

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil analisis program SPSS Versi 25. didapatkan persamaan regresi yakni:
 $Y = 33199,522 + 1,927 X_1 - 1,812 X_2 + e$

Pada persamaan regresi linear di atas, konstanta artinya 33199.52. Hal ini berarti bila tidak terdapat perubahan kualitas pelayanan (X1) serta promosi (X2) yang mempengaruhi maka keputusan pembelian (Y) sebesar 33199.52.

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sejumlah 1,927 adalah positif, artinya tiap peningkatan 1 satuan variabel kualitas pelayanan sehingga akan mengalami kenaikan pada keputusan pembelian sejumlah 1,927.

Nilai koefisien regresi promosi sebesar -1,812 adalah negatif, artinya tiap peningkatan 1 satuan variabel promosi sehingga akan mengalami penurunan pada keputusan pembelian sebesar -1,812. Contohnya pada angka diskon 30% mengalami penurunan menjadi 10% maka semakin kecil angka diskon akan menyebabkan penurunan pada keputusan pembelian. Sedangkan nilai koefisien korelasi (r) sejumlah 0,997 yang menunjukkan jika keeratan interaksi antara kualitas pelayanan dan promosi secara seksama dengan keputusan pembelian termasuk kategori sangat kuat.

Besar pengaruh kualitas pelayanan dan promosi dengan simultan pada keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya bisa diamati dari nilai koefisien determinasi (K_d) yakni sejumlah 0,994 atau 99,4%. Sedangkan faktor lainnya sebanyak 0,6% ialah pengaruh faktor lain yang tidak diteliti.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya dilakukan uji F. Diperoleh F_{hitung} sebesar 24,754 atau bisa diamati pada nilai Sig. 0,000 hasil penghitungan SPSS Versi nilai Sig 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Dengan begitu H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti kualitas pelayanan dan promosi dengan simultan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi didapat nilai koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,339 yang menunjukkan terdapat interaksi yang rendah antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi tersebut memuat arti jika kenaikan kualitas pelayanan (X_1) akan menaikkan keputusan pembelian (Y). Sehingga tinggi pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan parsial yakni sejumlah 11,49% [$K_d=(0,339)^2 \times 100\%$].

Guna mencairitahu taraf signifikansi pengaruh kualitas pelayanan dengan parsial terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya dilakukan uji T. Diperoleh T_{hitung} sebesar 7,030 atau bisa diamati juga dari nilai Sig. 0,000 hasil penghitungan SPSS Versi 25 nilai Sig. 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Dengan begitu H_a diterima dan H_o Ditolak, yang artinya bahwa kualitas pelayanan dengan parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas pelayanan membantu tercapainya keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya. Tingkat signifikansi pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya dilakukan uji T. Diperoleh T_{hitung} sebesar 7,030 atau dapat dilihat juga dari nilai Sig. 0,000 hasil perhitungan SPSS Versi 25 nilai Sig. 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_o Ditolak, yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas pelayanan membantu tercapainya keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya.

Pengaruh Promosi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi bisa nilai koefisien korelasi antara promosi (X2) dengan keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,997 yang menunjukkan terdapat interaksi yang sangat kuat antara promosi dengan keputusan pembelian konsumen. Nilai koefisien korelasi begitu mengandung arti jika peningkatan promosi (X2) akan menaikkan keputusan pembelian (Y). Sehingga tinggi pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dengan parsial yakni sejumlah 99,40% [$Kd=(0,997)^2 \times 100\%$].

Guna mencari tahu taraf signifikansi pengaruh promosi dengan parsial terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya dilakukan uji T. Diperoleh Thitung sebesar -6,239 atau bisa diamati juga dari nilai Sig. 0,000 hasil penghitungan SPSS Versi 25 nilai Sig 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Dengan begitu H_a diterima dan H_0 Ditolak, yang artinya jika promosi dengan parsial berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian. Contohnya pada angka diskon 30% mengalami penurunan menjadi 10% maka semakin kecil angka diskon akan menyebabkan penurunan pada keputusan pembelian. Artinya promosi membantu tercapainya keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya.

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil penelitian serta analisis terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya). Sehingga bisa di simpulkan yakni :

1. Hasil rekapitulasi variabel kualitas pelayanan pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya termasuk kategori baik, variabel promosi pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya termasuk kategori baik, dan variabel keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya juga termasuk pada kategori baik.
2. Kualitas pelayanan dan promosi dengan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya. Artinya semakin baik kualitas pelayanan dan promosi pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya maka akan menaikkan keputusan pembelian konsumen.
3. Kualitas pelayanan dengan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya. Artinya bertambah baik kualitas pelayanan Kopi Pasir Aladdin sehingga akan menaikkan keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahrevi, Sendy Rahmat. 2018. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 7. No. 3. Hal 1-15. Maret. ISSN: 2461-0593.
- Indiani, Ni Luh Putu. 2020. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Start Up Coffee Renon Denpasar*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 5. No. 1. Hal 99-106. Juni 2020. ISSN: 2528-2077.
- Khaerunnisa, Indar. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT Jayamandiri Cibinong*. Jurnal Ilmiah Binaniaga Vol. 11. No 2. Hal 39-48. Desember. ISSN: 0216-4094.

- Mananeke, Lisbeth. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian DiBentenan Center Sonder Minahasa*. Jurnal EMBA Vol. 2 No. 3 Hal 1737-1749. September 2014. ISSN 2303-1174.
- Oktavia, Yunisa. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Taman Mediterania*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Vol. 2.No. 2. Hal 1-10. Oktober 2020. ISSN: 2714-5931.