JURNAL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SUPERMARKET TOP BANGUNAN KEDIRI

The Effect of Service Quality, Quality Products and Product Completeness of Interests Buy Top Consumer Supermarket Building Kediri

OLEH :

IKE WULANDARI

NPM: 12.1.02.02.0351

Dibimbing Oleh :

1. Ema Nurzainul Hakimah, S.E, M.M
2. Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M

FAKULTAS EKONOMI (FE)

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

UN PGRI KEDIRI

2016

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	: **IKE WULANDARI**
NPM	: 12.1.02.02.0351
Telepon / HP	: 082143327844
Alamat surel (Email)	: ikkewulandari80@yahoo.com
Judul Artikel	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri
Fakultas – Program Studi	: FE - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: UN PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarism;

b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk ditertibkan oleh Dosen Pembimbing I dan II

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 9 Februari 2017
Pembimbing I	**Pembimbing II**	**Penulis,**
Ema Nurzainul Hakimah, S.E., M.M NIDN. 0727127801	**Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M.** NIDN. 0701018607	**Ike Wulandari** NPM: 12.1.02.02.0351

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SUPERMARKET TOP BANGUNAN KEDIRI

IKE WULANDARI
NPM: 12.1.02.02.0351
FE - Manajemen
Email: ikkewulandari80@yahoo.com
Ema Nurzainul Hakimah, S.E, M.M [1] dan **Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M** [2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Supermarket Top Bangunan Kediri adalah toko ritel yang menjual bahan bangunan. Didirikan tahun 2013, Supermarket Top Bangunan Kediri menjadi supermarket terbesar di Kediri. Penelitian ini bertujuan (1) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli. (2) Menganalisis pengaruh kelengkapan produk terhadap minat beli. (3) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli. (4) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap minat beli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subyek peneliti konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri. Populasi pada peneltian ini adalah konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri. Sedang sample yang diambil pada penelitian ini berjumlah 40 responden dengan metode *Accidental Sampling*.

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara kuesioner dan wawancara dengan konsumen untuk mencari informasi yang diperlukan peneliti. Penelitian ini menggunakan teknis analisis data yakni : uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan regresi linier berganda.

Kesimpulan hasil penelitian adalah (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.(2) Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.(3) Kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli. (4) Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, di rekomendasikan (1) Tujuan peneltian kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk adalah untuk membantu perusahaan dalam menumbuhkan minat beli konsumen. (2) Perusahaan perlu mengkaji ulang variabel kualitas produk, karena dari perhitungan koefisien variabel kualitas produk memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli.

Kata Kunci : Minat beli, kualitas pelayanan, kelengkapan produk, kualitas produk.

I. LATAR BELAKANG

Persaingan di dunia usaha saat ini semakin ketat termasuk usaha properti. Peluang usaha properti saat ini semakin terbuka lebar dan menjanjikan keuntungan yang cukup besar. Tidak heran bila sekarang banyak orang yang berlomba-lomba mengembangkan bisnis properti khususnya usaha penjualan bahan bangunan. Sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan yang berkualitas dan lengkap maka dibuatlah konsep supermarket bahan bangunan sesuai minat konsumen. Pangsa pasar ritel bahan bangunan khususnya di wilayah Kediri dapat berkembang, mengingat banyaknya pembangunan yang dilakukan masyarakat di wilayah Kediri. Untuk memanfaatkan situasi saat ini, Supermarket Top Banguanan Kediri mengambil bagian dalam usaha properti. Supermarket Top Bangunan Kediri adalah supermarket bahan bangunan yang menyediakan berbagai bahan bangunan. Disamping itu, untuk setiap pengiriman tidak semua dikenakan biaya, misalnya ada fasilitas gratis kirim untuk daerah Kediri, Nganjuk, Tulungagung, Pare, Trenggalek dan Blitar. Salah satu strategi untuk memenagkan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan pelayanan yang prima.

Meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan. Mempertahankan pelanggan bukanlah hal yang mudah. Pelayanan yang sempurna merupakan bagian dari upaya Supermarket Top Bangunan Kediri untuk tetap setia berbelanja disana dengan memberikan pelayanan yang prima, melayani konsumen dengan ramah dan sopan. Bila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan timbul minat untuk membeli. Menurut Kotler (2005:310),“kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting minat beli pada konsumen. Dalam penelitian terdahulu Eva Sheilla Rahma (2007) meneliti tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)” .

Hasil penelitian yang dilakukan Eva Sheilla Rahma (2007), menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap pengguna telepon seluler merek Sony Ericson di Kota Semarang.

Supermarket Top Bangunan Kediri Jalan Erlangga 234 Simpang Lima Gumul Kediri merupakan salah satu ritel bahan bangunan di Kediri. Supermarket ini tidak hanya melayani penjualan eceran tetapi juga melayani dalam partai besar. Untuk harga yang diberikan cukup kompetitif dibandingkan dengan yang lainnya.

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri".**

II. METODE

Sesuai dengan rumusan, tujuan dan hipotesis dalam penelitian ini maka teknik (ragam) penelitian ini merupakan permasalahan asosiatif. Permasalahan asosiatif yaitu yang menanyakan pengaruh atau hubungan kausal (sebab-akibat) dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012: 69). Sub variabel faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen yakni kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2), kualiatas produk (X3), yang mana akan dilakukan analisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu minat beli (Y). Sehingga dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel tersebut digunakan analisis regresi berganda.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif didukung dengan kualitatif. Kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan sebagai suatu kalimat pertanyaan atau pernyataan yang tersusun dalam angket, yang memerlukan alternatif jawaban dan di ukur dalam bentuk skala pengukuran. Kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka (numerik) kemudian di analisa dan diintrepetasikan hasilnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang di Supermarket Top Bangunan Kediri.

Jadi sampel mininal yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 40 konsumen di Supermarket Top Banguanan Kediri Jalan Erlangga 234 Simpang Lima Gumul yang berjumlah 40 orang.

Menurut Sanusi (2013:134), regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Setelah data terkumpul, selanjutnya adalah melakukan

analisis data. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yaitu untuk mengukur pengaruh seberapa jauh pengaruh variabel kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap minat beli, analisis ini menggunakan bantuan aplikasi *SPSS for Windows* versi 20. Analisis regresi selalu menghasilkan persamaan atau model regresi dan persamaan atau model regresi dapat digunakan untuk melakukan pendugaan atau peramalan. Adapun rumus dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sumber: Sanusi (2013:135)

Dimana :

Y = Minat Beli

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

b_2 = Koefisien regresi kelengkapan produk

b_3 = Koefisien regresi kualitas produk

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Kelengkapan produk

X_3 = Kualitas Produk

e = Standart error

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil

Berdasarkan perhitungan persamaan regresi berganda antara kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap minat beli dengan dibantu program SPSS versi 20 dalam proses perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,103	,825		-,125	,901		
kualitas pelayanan	,569	,053	,650	10,681	,000	,115	8,676
kelengkapan produk	1,701	,070	1,129	24,228	,000	,197	5,081
kualitas produk	-,559	,056	-,776	-9,900	,000	,070	14,372

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber: hasil olah SPSS versi 20 (peneliti 2016)

Tabel
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,103	,825		-,125	,901		
	kualitas pelayanan	,569	,053	,650	10,681	,000	,115	8,676
	kelengkapan produk	1,701	,070	1,129	24,228	,000	,197	5,081
	kualitas produk	-,559	,056	-,776	-9,900	,000	,070	14,372

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber: hasil olah SPSS versi 20 (peneliti 2016)

Berdasarkan dari hasil uji t (parsial) tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Untuk kualitas pelayanan (X1) nilai sig = 0,000 < 0,05 : Ho ditolak artinya kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y).
b) Untuk kelengkapan produk (X2) nilai sig = 0,000< 0,05 : Ho ditolak artinya kelengkapan produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y).
c) Untuk kualitas produk (X30 nilai sig = 0,000 < 0,05 : Ho ditolak artinya kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y)

Tabel
Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	389,688	3	129,896	768,177	,000[b]
	Residual	6,087	36	,169		
	Total	395,775	39			

a. Dependent Variable: minat beli
b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas pelayanan

Sumber: hasil olah SPSS versi 20 (peneliti 2016)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas menujukan bahwa nilai sig= 0,000 < 0,05 : Ho ditolak; artinya secara bersama-sama kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2) dan kualitas produk (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan di Supermarket Top Bangunan Kediri diketahui bahwa dari hasil uji t tabel 4.11 didapat hasil nilai kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05, sehingga H_a diterima yang berarti nilai variabel bebas kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel terikat yaitu minat beli.

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini bisa disebabkan karena pelayanan yang diberikan karyawan Supermarket Top Bangunan Kediri bagus. Hasil penelitian ini didukung penelitian Eva Sheilla Rahma (2007) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Jika variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Kotler (2005:310),"kualitas pelayanan adalah

setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun". Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat.

2. **Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli**

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan di Supermarket Top Bangunan Kediri diketahui bahwa dari hasil uji t tabel 4.11 didapat hasil nilai kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05, sehingga H_a diterima yang berarti nilai variabel bebas kelengkapan produk dapat menjelaskan variabel terikat yaitu minat beli.

Variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Supermarket Top Bangunan Kediri. Hal ini disebabkan karena kelengkapan produk di Supermarket Top Bangunan Kediri bagus. Hasil penelitian ini didukung penelitian Singgih Priatmaji Sasongko (2013) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Jika variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Ma'ruf (2005),"kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau ritel".

3. **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli**

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan di Supermarket Top Bangunan Kediri diketahui bahwa dari hasil uji t tabel 4.11 didapat hasil nilai kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai sig. sebesar 0,003. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05, sehingga H_a diterima yang berarti nilai variabel bebas kualitas produk dapat menjelaskan variabel terikat yaitu minat beli.

Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Supermarket Top Bangunan Kediri. Hal ini disebabkan karena konsumen merasa kualitas produk di Supermarket Top Bangunan Kediri tidak diragukan lagi. Hasil penelitian

ini didukung penelitian Rizky Amalina Bachriansyah (2011), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

Jika variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, hal ini mendukung teori yang dikemukakan Kotler (2010:4),"produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide".

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Disamping itu, nilai signifikan uji F sebesar 0,000 jauh lebih kecil dari pada taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yakni sebesar 0,05 atau 5%.

Berdasarkan perhitungan diatas, membuktikan bahwa **H_0ditolak dan H_a diterima** atau dengan kata lain secara serempak (simultan) kualitas pelayanan (X_1), kelengkapan produk (X_2) dan kualitas produk (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) dengan nilai koefisien determinasi *(Adjusted R Square)* sebesar 98,3% dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yaitu sebesar 1,7%.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Singgih Priatmaji Sasongko (2013), Eva Sheilla Rahma (2007) dan Rizky Amalina Bachriansyah (2011) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini memberi arti bahwa pelayanan yang baik akan mempengaruhi minat beli konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri.

2. Kelengkapan produk memiliki berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Semakin baik kelengkapan sebuah produk akan mempengaruhi minat beli pada produk tersebut.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini memberi arti bahwa semakin baik kualitas suatu produk akan mempengaruhi minat beli konsumen pada produk yang berkualitas.
4. Kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi.* Jakarta: Rineka Cipta.

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen. Semarang*: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hendri, Ma'ruf. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran, Cetaka ke 10*. Jakarta: PT Gramedia.

Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen, Edisi Kedua*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2004. *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Keenam*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metedologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Dian Anastasia. 2005. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy.2007. *Straegi Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.

Umar, Husein. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka.