

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Toserba Laris Kartasura

Tiara Kartika Sari¹ ;Intana Wahyu Putri² ;Rayhan Gunaningrat³; R. Taufik Nur Muftiyanto⁴

1-4Universitas Duta Bangsa Surakarta

Alamat: Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Surakarta

Korespondensi penulis: 202020150@mhs.udb.ac.id

Abstract. *The development of entrepreneurs in Indonesia is increasingly making competition tight, therefore companies are required to implement a good strategy system for the products they sell. This study was conducted to determine the effect of service quality factors, product completeness, and price on consumer buying interest in retail-based companies. This research was conducted using quantitative methods and as many as 104 respondents. Data collection using a questionnaire and tested using the SPSS 25 application. The technique used Purposive sampling is one part of Non-probability sampling.*

Keywords: *Service Quality, Product Completeness, Price, Purchase Intention.*

Abstrak. Perkembangan wirausaha di Indonesia semakin banyak membuat ketatnya persaingan, maka dari itu perusahaan wajib menerapkan sistem strategi yang baik untuk produk yang dijual . Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga terhadap minat beli konsumen dalam perusahaan berbasis ritel. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan sebanyak 104 responden. Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner dan diuji menggunakan aplikasi SPSS 25. Teknik yang digunakan Purposive sampling salah satu bagian dari Non-probability sampling.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Harga, Minat Beli.

LATAR BELAKANG

Perkembangan wirausaha di Indonesia semakin banyak, sehingga ketatnya pesaing tidak bisa dipungkiri, perusahaan wajib menerapkan sistem strategi yang baik untuk produk yang dijual dikarenakan persaingan pembisnis yang semakin ketat. Banyaknya perusahaan yang bekerja pada bisnis serupa, spesifikasi sejenis dan brand yang sama menjadikan persaingan tidak dapat terhindarkan. Toserba laris kartasura merupakan supermarket/swalayan baru, berusaha menempatkan dirinya sebagai supermarket/swalayan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat banyak khususnya di wilayah Kartasura. Menghadapi ketatnya persaingan di antara usaha supermarket/swalayan, Toserba Laris perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan market share serta menciptakan minat beli konsumen. Perusahaan perlu menyediakan kelengkapan produk baik kebutuhan pokok dan bahan lainnya yang

berbagai macam, serta memiliki kualitas yang bagus dan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Produk yang beragam dapat mengakibatkan persaingan usaha semakin ketat dalam mempromosikan produknya. Persaingan produk tidak hanya dilihat dari unsur merek, kualitas, dan kelengkapan produk yang menjadi titik pusat perhatian, melainkan juga perusahaan wajib membangun harga produk yang mudah dijangkau oleh konsumen dan kelengkapan berbagai produk serta yang paling penting ialah kualitas pelayanan pada konsumen. Hal tersebut tersebut dapat memberikan dampak positif untuk konsumen dalam menentukan produk yang diinginkan atau disesuaikan dengan kebutuhan. Ekonomi Manajemen Orientasi Riset memutuskan pembelian adalah suatu keinginan yang dimiliki setiap konsumen pada saat melaksanakan pembelian (Emor, 2019). Neraca perdagangan Indonesia pada Agustus 2023 kembali mencatatkan surplus perdagangan sebesar USD 3,12 miliar yaitu terdiri atas surplus nonmigas sebesar USD 4.47 miliar dan deficit migas USD 1,34 miliar (Hasan, 2023).

Perusahaan bisnis ritel modern yang saat ini semakin banyak muncul dikehidupan masyarakat sekitar kita sehingga semakin juga persaingan perusahaan dengan bisnis yang sama. Perusahaan ritel memiliki sistem dengan menawarkan pasar modern yaitu sistem pelayanan mandiri atau konsumen dapat dengan mudah memilih sesuai kebutuhan dengan produk yang telah disediakan oleh perusahaan secara berkelompok menurut jenis produknya, dan dijual eceran atau grosir seperti layaknya minimarket, supermarket yang tetap dilayani oleh petugas swalayan tersebut ataupun dilayani pelayanan yang bertugas.

Penelitian ini fokus terhadap minat beli produk yang ada di Toserba Laris Kartasura, antara lain kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga. Beberapa penelitian tambahan akan dibahas yang mempengaruhi minat beli konsumen, yang akan digunakan sebagai sumber penelitian dan pembahasan lainnya. Selanjutnya, metodologi penelitian yang melalui pengumpulan data konsumen dan diuji melalui hipotesis penelitian. Terakhir terapat interpretasi data dan pembahasan yang disajikan dengan kesimpulan dan saran.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan toko penting bagi pelaku usaha bisnis dalam menyediakan pelayanan yang baik dan dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen kembali. Kualitas pelayanan didefinisikan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2019). Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Tantri, 2019). Sehingga kualitas yang baik yaitu kualitas yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen karena dapat memenuhi keinginan konsumen.

Menciptakan pelayanan dinyatakan yaitu yang berkualitas dari sudut pandang pengguna adalah membangun interaksi hubungan yang baik antara public dan pemerintah sehingga pelayanan dapat diberikan dengan baik (Gaster, 1995). Dari beberapa pengertian diatas dapat diartikan bahwa kualitas yang baik merupakan dimana pelanggan mengharapkan pelayanan yang terbaik dari pemberi pelayanan dan mampu terpenuhi.

Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen (Kotler, 2015). Kelengkapan produk diungkapkan bahwa kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Utami, 2012). Kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan minat beli konsumen. Semakin lengkap produk yang disediakan maka minat beli konsumen untuk beli di toko akan meningkat, untuk menghindari rasa kecewa pembeli terhadap barang atau produk yang disediakan. Konsumen akan merasa terpenuhi kebutuhan yang diinginkan maka akan menambah minat beli dan melaksanakan keputusan pembelian.

Harga

Harga juga salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan (Habibah, 2016). Penetapan harga suatu barang seringkali merupakan perkara yang serba rumit

khususnya dipasar yang serba sama, dimana perusahaan menetapkan harga yang sama dengan seluruh pesaing Harga juga menjadi salah satu pertimbangan yang penting bagi konsumen, barang yang diterima akan sebanding dengan uang yang dikeluarkan untuk barang tersebut, sehingga akan menjadi pertimbangan dalam melaksanakan keputusan pembelian.

Harga merupakan jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi normal (Tandjung, 2004). Dari beberapa pengertian diatas dapat diartikan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian/minat beli konsumen terhadap suatu barang/jasa yang sesuai dengan harga. Harga menjadi salah satu penentu dan menjadi bahan evaluasi setelah melakukan kegiatan jual beli, secara tidak langsung pembeli akan melakukan komentar atau sebagai alat pembandingan dengan barang yang sama dan harga yang berbeda terhadap harga dan barang yang diperoleh apakah sesuai atau tidak.

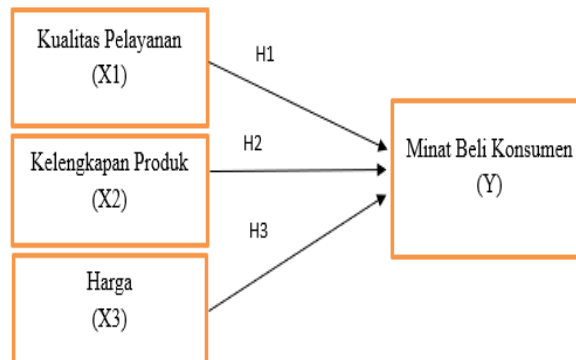
Minat Beli

Minat beli yang dikemukakan bahwa minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian (Keller, 2009). Minat beli juga dinyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan (Keller, 2015). Minat beli konsumen dapat muncul karena keinginan, kebutuhan, dan kepercayaan yang terdapat pada diri sendiri dan kepercayaan konsumen terhadap merek, sehingga muncul rasa minat konsumen untuk membeli. Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan sikap konsumen yang memiliki rasa keinginan untuk membeli suatu produk dengan kepercayaan terhadap merek produk dan kualitas yang dapat menarik kepercayaan konsumen untuk membelinya.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2014). Uji hipotesis diperlukan sebagai alat untuk menguji variabel independent apakah mempengaruhi atau berpengaruh terhadap suatu variabel

dependent. Sehingga hipotesis perlu dikembangkan dan diuji secara empiris melalui data penelitian yang telah terkumpul sampai terbukti.



Gambar 1. Kerangka berpikir penelitian

- H1 : Diduga kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen (Y)
- H2 : Diduga kelengkapan produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen (Y)
- H3 : Diduga harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen (Y)

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen toserba Laris Kartasura. Populasi dapat dipertimbangkan dalam melakukan penelitian melalui penyebaran kuisisioner dengan beberapa kriteria responden. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Teknik *non-probability* atau lebih tepatnya *purposive sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016). *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Pertimbangan untuk melakukan penelitian dalam bentuk kuisisioner dengan kriteria responden, antara lain: Pernah melakukan pembelian di Toserba Laris Kartasura (karena akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan jawaban sesuai dengan kriteria penelitian), Berusia 17 tahun ke atas (responden dengan batasan usia minimal 17 tahun, batasan usia tersebut diambil karena usia tersebut dianggap sudah dewasa dan dapat mengambil keputusan dengan bijak), Berdomisili di solo raya (responden harus di area

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOSERBA LARIS KARTASURA

solo raya karena lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian berada di area solo raya).

Google form dipilih menjadi alat untuk mengumpulkan data oleh peneliti dikarenakan dapat menghemat waktu dan lebih efisien dalam menjangkau responden baik jarak jauh ataupun dekat.

Penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2), harga (X3), dan minat beli (Y). sampel dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 104 responden sesuai dengan kriteria yang telah dituliskan diatas, dari hasil diatas data tersebut diolah melalui aplikasi SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur itu dalam mengukur data yang telah diperoleh diperoleh, bertujuan untuk mengetahui apakah valid atau tidaknya alat ukur (angket) yang digunakan.

Tabel 1. Uji validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Ket.
Kualitas Pelayanan (X1)	X1a	0.762	0.1927	Valid
	X1b	0.803	0.1927	Valid
	X1c	0.824	0.1927	Valid
	X1d	0.840	0.1927	Valid
	X1e	0.813	0.1927	Valid
	X1f	0.691	0.1927	Valid
Kelengkapan Produk (X2)	X2a	0.804	0.1927	Valid
	X2b	0.880	0.1927	Valid
	X2c	0.881	0.1927	Valid
	X2d	0.823	0.1927	Valid
Harga (X3)	X3a	0.806	0.1927	Valid
	X3b	0.893	0.1927	Valid
	X3c	0.773	0.1927	Valid
	X3d	0.855	0.1927	Valid
	X3e	0.777	0.1927	Valid
Minat Beli (Y)	Y1	0.818	0.1927	Valid
	Y2	0.857	0.1927	Valid
	Y3	0.846	0.1927	Valid
	Y4	0.826	0.1927	Valid
	Y5	0.848	0.1927	Valid

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung > dari r tabel (0.1927) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Alat ukur bias dikatakan reliable jika hasil dari pengukuran stabil. Dalam mengukur reliabilitas, digunakan kriteria berikut: Jika nilai Cronbach's Alpha (α) melebihi 0,60, maka dapat dianggap sebagai reliable. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha (α) kurang dari 0,60, maka dianggap tidak reliable. Dengan demikian, nilai

Cronbach's Alpha (α) digunakan sebagai penanda untuk menentukan keandalan suatu alat ukur atau instrument. (Sugiyono, 2018).

Tabel 2. Uji reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	P1	0,858	0,60	Reliabel
	P2	0,849	0,60	Reliabel
	P3	0,844	0,60	Reliabel
	P4	0,840	0,60	Reliabel
	P5	0,847	0,60	Reliabel
	P6	0,883	0,60	Reliabel
Kelengkapan Produk (X2)	P1	0,861	0,60	Reliabel
	P2	0,805	0,60	Reliabel
	P3	0,805	0,60	Reliabel
	P4	0,848	0,60	Reliabel
Harga (X3)	P1	0,852	0,60	Reliabel
	P2	0,819	0,60	Reliabel
	P3	0,869	0,60	Reliabel
	P4	0,832	0,60	Reliabel
	P5	0,863	0,60	Reliabel
Minat Beli (Y)	P1	0,884	0,60	Reliabel
	P2	0,870	0,60	Reliabel
	P3	0,877	0,60	Reliabel
	P4	0,884	0,60	Reliabel
	P5	0,873	0,60	Reliabel

Hasil melalui pengujian reliabilitas ditemukan bahwa keempat variabel yaitu kualitas pelayanan, kelengkapan produk, harga, dan minat beli memiliki nilai *Cronbach alpha* yang melebihi 0,60. Dari hal ini menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten dan dapat dipercaya sebagai alat ukur, sehingga indicator yang digunakan dalam kuesioner dapat diandalkan.

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yang meliputi Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Tujuan pengujian ini yaitu untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen dan Uji statistik f merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi f pada tingkat α yang digunakan dalam analisis hipotesis.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.657	1.544		1.073	.286
	Kualitas Pelayanan (X1)	.279	.068	.328	4.104	.000
	Kelengkapan Produk (X2)	.005	.115	.004	.044	.965
	Harga (X3)	.592	.090	.561	6.594	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Gambar 2. Uji linier berganda dan uji hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli (H1)

Berdasarkan melalui hasil uji regresi linier kualitas pelayanan memiliki t-hitung sebesar $4,104 > 1,659$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli (H2)

Berdasarkan melalui hasil uji regresi linier kelengkapan produk memiliki t-hitung sebesar $0,044 < 1,659$ dan nilai signifikansi sebesar $0,965 > 0,05$ yang artinya Kelengkapan Produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (H3)

Berdasarkan melalui hasil uji regresi linier harga memiliki t-hitung sebesar $6,594 > 1,659$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. dimana terdapat tiga variabel X dan satu variabel Y. Sehingga dapat diartikan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2), harga (X3) terhadap minat beli (Y). Penelitian ini dapat digunakan untuk penjual/pembeli produk ritel agar dapat lebih memahami pengaruh yang dapat mempengaruhi suatu minat beli.

Berdasarkan penelitian yang telah melalui proses diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli setelah melalui uji regresi linier. Sedangkan untuk variabel Kelengkapan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan berdasarkan data yang telah diuji melalui uji regresi linier.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menciptakan inovasi konsumen, perusahaan, atau pihak lain yang berhubungan dengan industri ritel. Penelitian ini dilakukan agar dapat dijadikan sebagai alat pembanding untuk peneliti selanjutnya untuk mencapai hasil yang lebih sempurna.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto. (2013). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 149.
- Bank Indonesia. (2023, oktober 10). *penjualan ritel 2023*. Retrieved from <https://www.bi.go.id>: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2527523.aspx
- Cristina Widya, Utami. (2012). *Manajemen Ritel*, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat
- Enos., e. a. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga. *Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 159.
- Gaster. (1995). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 96.
- Hasan, Z. (2023). *Menteri Perdagangan*. Retrieved from <https://nasional.tempo.co/read/1773778/mendag-zulkifli-hasan-dorong-peningkatan-surplus-neraca-perdagangan>: <https://nasional.tempo.co/>
- Indonesia, B. (2023, Agustus). *Treding Economics Penjualan Ritel Indonesia YoY*. Retrieved from <https://tradingeconomics.com/indonesia/retail-sales-annual>: <https://tradingeconomics.com>
- Indonesia, U. I. (2004). Analisis Bauran Pemasaran Pengaruhnya Dalam Upaya Menciptakan Loyalitas Pelanggan Pada Toserba Laris KArtasura. 2.
- Irawati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 158.
- Jember, U. I. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Bangunan Fani Jaya Lamongan. *Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Kotler. (2015). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baby Shop Roberto Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Laksana, M. &. (2015). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 96.
- Lupiyoadi. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). *Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 157.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOSERBA LARIS KARTASURA**

- Sugiyono. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukul Sport Ponorogo). *jurnal ekonomi, manajemen, dan akuntansi*, 160.
- Tantri, A. d. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* , 924.