

# **PENGARUH PELAYANAN DAN PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI OLEH KONSUMEN DI TOKO SWALAYAN ALFAMART KLEDUNG PURWOREJO**

**Dewi Prasetya Pangestika**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP

Universitas Muhammadiyah Purworejo

dewipangestika@yahoo.co.id

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) ada tidaknya pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli barang di toko Swalayan Alfamart Kledung Purworejo. (2) ada tidaknya pengaruh pelayanan terhadap keputusan membeli konsumen di toko Swalayan Alfamart Kledung Purworejo. (3) ada tidaknya pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan membeli konsumen di toko Swalayan Alfamart Kledung Purworejo. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Sampel Kuota atau Quota Sampel*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis Deskriptif menunjukkan bahwa : Variabel pelayanan konsumen pada kategori baik yaitu sebanyak 70%. Variabel lokasi pada kategori strategis yaitu sebanyak 62%. Variabel keputusan konsumen pada kategori sangat tinggi yaitu sebanyak 70%. Analisis Kuantitatif menunjukkan bahwa: (1) variabel pelayanan diperoleh ( $r_{x1y} = 0,657$ ;  $t_{hitung} = 5,976$ ;  $sig < 0,05$ ), pengaruhnya sebesar 43,16 % terhadap keputusan membeli. (2) variabel lokasi diperoleh ( $r_{x2y} = 0,430$ ;  $t_{hitung} = 3,265$ ;  $sig < 0,05$ ), pengaruhnya sebesar 18,49 % terhadap keputusan membeli. (3) Berdasarkan uji F, diperoleh nilai ( $r_{x1y} = 0,966$ ;  $F_{hitung} = 327,593$ ;  $sig < 0,05$ ) sehingga dapat diketahui bahwa Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 93,30% terhadap keputusan membeli.

**Kata kunci : pelayanan, lokasi, keputusan membeli**

## **A. PENDAHULUAN**

Seiring dengan berjalannya pertumbuhan ekonomi yang diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, dunia usaha juga mengalami perkembangan yang semakin pesat dengan munculnya berbagai macam ide kreatif dari para wirausaha di berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tetapi

pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha dewasa ini, contohnya dalam bidang pelayanan.

“Secara sederhana, istilah *service* mungkin bisa diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain”. (Fandy Tjiptono, 2012:3)

Sutopo dan Suryantoro (2003:9) dalam [www.ask.com/pengertian\\_pelayanan.alhea.com](http://www.ask.com/pengertian_pelayanan.alhea.com). mengatakan “pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan”.

Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sasaran pemasaran, tidak hanya di lihat dari kualitas produk saja akan tetapi tata letak dan lokasi pendirian usaha juga penting untuk dipertimbangkan.

“Adanya perbedaan sukses organisasi – organisasi dan perbedaan kekuatan dan/atau kelemahan organisasi, sering karena faktor – faktor lokasi”. (T. Hani Handoko,1999:65)

Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan daerah perbelanjaan adalah luas daerah perdagangan, dapat dicapainya dengan mudah, potensi pertumbuhannya, lokasi toko-toko saingan. Sedangkan keputusan tentang lokasi toko di dalam pusat perbelanjaan dipengaruhi oleh beberapa factor tertentu yang lebih spesifik seperti biaya dan lamanya sewa, pelayanan yang diberikan oleh pengusaha pusat perbelanjaan (orang yang menyewakan), luas ruangan beserta layoutnya, arus pengunjung, jarak dari tempat parkir. (Basu Swasta dan Irawan ,2003:339)

keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek – aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia layanan harus benar – benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. (Fandy Tjiptono, 2008:63)

Selain lokasi yang sangat strategis, pelayanannya juga sangat mendominasi penentuan keputusan dalam pembelian.

“Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran”. (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah,2013:123)

Dalam proses penentuan di mana seseorang akan berbelanja terlihat bahwa faktor lokasi dan pelayanan yang memuaskan akan ikut menentukan keputusan berbelanja. Dilihat dari segi lokasi pembeli akan melihat jauh dekatnya tempat tinggal dengan lokasi Toko Swalayan Alfamart serta apakah dalam berbelanja dibutuhkan perantara atau secara langsung. Dari segi pelayanan juga harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh . karena hal ini menyangkut pemenuhan kebutuhan yang diinginkan konsumen.

Masalah yang timbul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan membeli oleh konsumen di toko Swalayan Alfamart Kledung Purworejo. (2) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap keputusan membeli oleh konsumen di toko Swalayan Alfamart Kledung Purworejo. (3) apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dan pelayanan secara bersama – sama terhadap keputusan membeli oleh konsumen di toko Swalayan Alfamart Kledung Purworejo.

## **B. METODE PENELITIAN**

Berdasarkan tujuan dan perumusan masalah yang diangkat, penelitian ini adalah *eks post facto*, yaitu “ suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dalam kemudian meruntut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mnyebabkan timbulnya kejadian tersebut. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan atau Konsumen Toko Swalayan Alfamart Kledung Purworejo. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan *sampling kuota*. Teknik penentuan sampel dari populasi yang

mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *random sampling*, penarikan sampel ditentukan dengan undian dengan jumlah sampel yang ditetapkan peneliti 50 konsumen.

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah metode angket (kuesioner). Uji instrumen dengan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis menggunakan rerata dan persentasi tanggapan responden. Sedangkan analisis menggunakan analisis regresi linear ganda. Uji hipotesis menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas terhadap variabel terikat.

### C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif hasil penelitian diketahui bahwa: Variabel pelayanan konsumen di Swalayan Alfamart Kledung Purworejo pada kategori baik yaitu sebanyak 32 konsumen (70%), karena frekuensi terbanyak terdapat pada skor 26 – 33 yaitu sebanyak 64%. Variabel Lokasi Swalayan Alfamart Kledung Purworejo pada kategori strategis yaitu sebanyak 31 konsumen (62%), karena frekuensi terbanyak terdapat pada skor 26 – 33 yaitu sebanyak 62%. Variabel keputusan konsumen dalam membeli di Swalayan Alfamart Kledung Purworejo, berada pada kategori sangat tinggi yaitu sebanyak 35 konsumen (70%), karena frekuensi terbanyak terdapat pada skor 26 – 33 yaitu sebanyak 70%.

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan membeli maka dilakukan analisis regresi linear ganda. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Coefficients <sup>a</sup>									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	9.275	1.001		9.269	.000			
	X1	.508	.085	.634	5.976	.000	.958	.657	.226
	X2	.272	.083	.346	3.265	.002	.939	.430	.123

a. Dependent Variable: Y

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384.069	2	192.034	327.593	.000 <sup>a</sup>
	Residual	27.551	47	.586		
	Total	411.620	49			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.966 <sup>a</sup>	.933	.930	.76564	.933	327.593	2	47	.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan Analisis kuantitatif dapat diperoleh koefisien variabel bebas pelayanan diperoleh ( $t_{hitung} = 5,976$ ;  $sig. = 0,000$  ;  $R = 0,657$ ;  $R^2 = 0,4316$ ),

pegaruhnya sebesar 43,16 % terhadap keputusan membeli. (2) variabel bebas lokasi diperoleh ( $t_{hitung} = 3,265$ ; sig. = 0,002;  $R = 0,430$ ;  $R^2 = 0,1849$ ), pengaruhnya sebesar 18,49 % terhadap keputusan membeli. (3) Berdasarkan uji ANOVA atau uji F, diperoleh nilai ( $F_{hitung} = 327,593$ ; sig. 0,000;  $R = 0,966$ ;  $R_{square} = 0,933$ ) sehingga dapat diketahui bahwa Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 93,30% terhadap keputusan membeli dan sisanya 6,70% dipengaruhi faktor lain.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah “pelayanan dan lokasi baik secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli”, semua hipotesis yang diajukan diterima.

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Pelayanan yang baik terhadap konsumen akan mendorong keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. (2) Pelayanan yang baik perlu dipertahankan dan dapat di tingkatkan sehingga keputusan konsumen dalam membeli produk di Swalayan Alfamart menjadi lebih tinggi. (3) sarana dan prasarana penunjang perlu diperhatikan, demi keamanan dan kenyamanan konsumen pada saat melakukan pembelian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anoname. Diakses dari [www.ask.com/pengertian\\_pelayanan.alhea.com](http://www.ask.com/pengertian_pelayanan.alhea.com)
- Handoko, T. Hani. 1999. *Dasar – Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE
- Sangadji, Etta Mamang., Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.