

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Momoyo Ciracas Jakarta Timur

Dhedik Ariyanto¹, Rendika Vhalery^{2(*)}, Nicky Rosadi³

¹²³Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

²rendikavhalery31@gmail.com

Received: 01 Nov 2024

Revised: 30 Nov 2024

Accepted: 24 Des 2024

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Momoyo Ciracas, Jakarta Timur. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 45 pernyataan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang akan melakukan pembelian di Momoyo Ciracas, Jakarta Timur. Seluruh populasi dijadikan sampel, sehingga sampel yang didapat dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 60 sampel. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap minat beli (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan menggunakan perhitungan manual dan SPSS versi 22. Dari nilai t tabel pada taraf 0,05 dengan uji dua arah memperoleh nilai sebesar 2,002 dan t hitung sebesar 7,048, maka nilai t hitung lebih besar dari t tabel 7,048 > 2,002. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam penelitian ini terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Momoyo Ciracas, Jakarta Timur.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Momoyo

(*) Corresponding Author: rendikavhalery31@gmail.com

INTRODUCTION

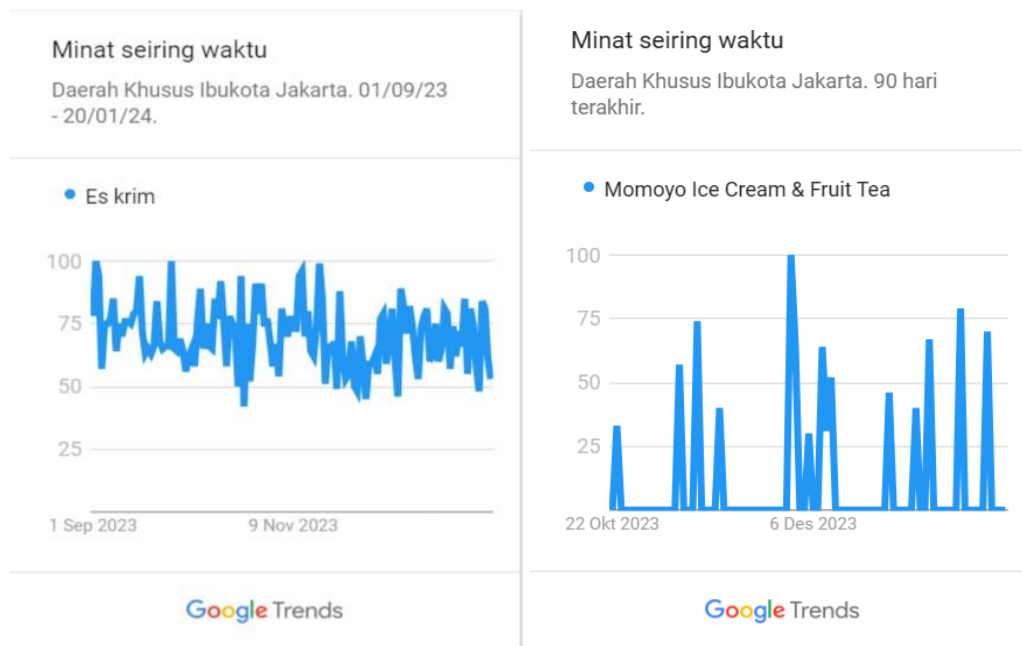
Pesatnya kemajuan industri perbisnisan kuliner menciptakan peluang yang lebih besar untuk menghasilkan keuntungan yang cukup besar dikarenakan pengaruh dari pola hidup manusia yang ikut berubah terutama pada kebutuhan makan dan minum. Salah satu bisnis yang saat ini semakin berkembang adalah es krim. Salah satu bisnis es krim yang banyak digemari oleh berbagai kalangan baik anak-anak, remaja maupun yang sudah dewasa yaitu Momoyo.

Momoyo adalah sebuah perusahaan makanan dan minuman yang mengkhususkan diri dalam produksi es krim dan teh buah segar. Perusahaan ini didirikan dengan tujuan menyajikan produk yang berkualitas tinggi dan menyegarkan bagi konsumennya. Momoyo menjadi sebuah merek dagang yang dibangun oleh PT Junyi Jaya Indonesia. Merek dagang ini baru didirikan di Indonesia pada tahun 2022 dan merupakan produk asli Indonesia. PT Junyi Jaya Indonesia merupakan sebuah perusahaan baru yang bergerak dibidang makanan dan minuman kekinian seperti es krim dan minuman teh buah. Dengan hadirnya merek dagang baru ini menjadi pesaing ketat bagi para pendahulunya.

Minat merupakan keinginan terhadap sesuatu. Minat juga merupakan suatu kondisi dimana seseorang memiliki kemauan yang melibatkan perasaannya terhadap suatu hal. Minat beli merupakan suatu keinginan konsumen yang akan mengonsumsi suatu produk yang didorong oleh faktor-faktor yang timbul dalam diri para konsumen tersebut maupun dari produk yang ditawarkan kepada

mereka. Minat beli konsumen merupakan sebuah perhatian terhadap suatu barang atau jasa, dan akan menimbulkan minat. Pada akhirnya minat tersebut akan menimbulkan keinginan yang berupa sebuah ketertarikan mendalam yang mendorong konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa. Setelah itu konsumen akan melakukan tindakan untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut (Rizky & Yasin, 2014).

Berikut adalah data minat beli momoyo masyarakat jakarta dari 3 bulan terakhir.



Gambar 1. Grafik Minat Beli Es Krim
 Sumber: google trends

Dari data tersebut terlihat bahwa masyarakat Jakarta sangat meminati es krim khususnya di momoyo. Salah satu hal yang mempengaruhi minat beli seseorang terhadap barang yang inginkan adalah kualitas pelayanan yang diberlakukan oleh setiap Perusahaan, baik yang baru menjalani usahanya ataupun yang sudah lama berjalan. Kualitas pelayanan merujuk kepada tingkat kesempurnaan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan maupun tuntutan tiap konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Indrawan, 2020).

Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting serta benar-benar mempunyai pengaruh, tanpa terdapatnya pelayanan yang sesuai produk akan kurang digemari oleh konsumen. Restin & Soesanto (2016) mengatakan bahwa kualitas pelayanan didasari oleh ketepatan waktu dalam melayani seorang konsumen, berpenampilan sopan dan memiliki keramahan dalam melayani konsumen. Penampilan dan memiliki sifat yang sopan para pedagang juga dapat mempengaruhi akan keinginan konsumen terhadap suatu barang yang dipasarkan. Dengan keramahan para pedagang ataupun karyawan tersebut akan membuat hati para konsumen tertarik untuk melakukan pembelian karena merasa sangat nyaman

dengan kondisi yang ada. Kualitas pelayanan juga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan ataupun karyawan berdasarkan kepentingan akan keinginan maupun harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Banyak perusahaan yang kurang menerapkan kualitas pelayanannya dengan baik padahal dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dapat membuat perusahaan tersebut memiliki citra nama yang baik di kalangan umum masyarakat. Ketika konsumen berinteraksi dengan para karyawan tentang apa yang diinginkan, mereka mengharapkan standar layanan yang tinggi. Mereka menginginkan value yang lebih baik untuk uang mereka dan menuntut layanan konsumen yang unggul untuk memastikan mereka tidak memiliki perasaan negatif tentang pembelian tersebut. Layanan konsumen yang berkualitas tinggi akan membuat konsumen merasa bahwa perusahaan itu tepat untuk mereka. Konsumen yang menganggap layanan perusahaan berkualitas tinggi lebih mungkin melakukan bisnis dengan perusahaan tersebut. Selain itu, konsumen tersebut juga lebih mungkin untuk terus membeli dari perusahaan tersebut secara teratur dalam hal ini dapat meningkatkan hasil pendapatan penjualan perusahaan.

Kualitas pelayanan yang kurang ramah dan kurang maksimal dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen dapat membuat konsumen merasa kurang nyaman, sehingga konsumen yang berkunjung setelah mendapatkan produk yang diinginkan tidak memiliki rasa kepuasan, yang membuat mereka kurang tertarik membeli ulang produk yang ditawarkan. Setiap perusahaan besar atau suatu usaha kecil berlomba-lomba untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Minat beli konsumen terwujud apabila perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik, sehingga konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengambil judul tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Momoyo Ciracas Jakarta Timur”.

METHODS

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2024 sampai dengan bulan Juli 2024. Penelitian ini dilakukan di Momoyo Jakarta Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dengan melibatkan 60 partisipan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner (telah diuji validitas dan reliabilitas) yang akan dianalisis melalui uji prasyarat, uji regresi linear, dan uji hipotesis.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Deskripsi Data Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	21	35%
2	Perempuan	39	65%
	Total	60	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan pada tabel 1, dapat diketahui bahwa jenis kelamin laki- laki berjumlah 21 orang dengan persentase 35%, dan Perempuan berjumlah 39 orang dengan persentase 65%. Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen Momoyo Ciracas yang menjadi responden lebih banyak Perempuan daripada konsumen laki-laki.

b. Hasil Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Jumlah Respoden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	15 – 25 Tahun	33	55%
2	26 – 35 Tahun	20	33%
3	36 – 45 Tahun	7	12%
	Total	60	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan pada tabel 2, dapat diketahui bahwa usia 15-25 tahun berjumlah 33 orang dengan persentase 55%, usia 26-35 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 33%, dan usia 36-45 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 12%. Dilihat dari keterangan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa konsumen Momoyo Ciracas yang menjadi responden terbanyak adalah konsumen yang berumur 15-25 tahun.

c. Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persen %
1	Pelajar/Mahasiswa	27	45%
2	Pegawai Swasta/PNS	25	42%
3	Lain-lain	8	13%
	Total	60	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan pada tabel 3, dapat diketahui bahwa konsumen yang statusnya sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 27 orang dengan persentase 45%, konsumen yang statusnya sebagai pegawai swasta/PNS berjumlah 25

orang dengan persentase 42%, dan konsumen yang statusnya sebagai lainnya berjumlah 8 orang dengan persentase 13%. Dengan ini dapat ditarik kesimpulannya bahwa konsumen Momoyo Ciracas terbanyak terdiri dari para pelajar/mahasiswa meskipun berbanding sedikit dengan para konsumen yang statusnya sebagai pekerja yaitu antara 45% dengan 42%.

Analisis Data

Hasil analisis data menunjukkan bahwa persamaan regresi linear yang didapat yaitu $Y = 16,468 + 0,639 X$. Lebih lanjut, Hasil uji koefisien determinasi (R^2) didapat 0,461 atau 46,1% yang mengandung arti bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap minat beli (Y) sebesar 46,1% dan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis berdasarkan perhitungan uji t didapat bahwa t hitung diperoleh sebesar (7,048) sedangkan t tabel diperoleh sebesar (2,002), dengan ini dapat ditarik kesimpulannya bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel yang menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen secara signifikan.

Discussion

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen secara signifikan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zebua (2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam”. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan servicequality (kualitas layanan). Disamping harga, bentuk maupun kualitas produk jika konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan dan akan membeli produk secara terus menerus.

Penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan Ermawati, Utami, & Pakawaru (2020) dengan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue”. Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan. Kualitas layanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Konsep kualitas pelayanan merupakan cara untuk mengukur aktivitas pelayanan suatu organisasi melalui kinerja petugasnya terhadap konsumen sebagai pengguna jasa. Dalam hal ini yang perlu dipahami adalah bahwa pelayanan berupa suatu aktivitas yang dijalankan untuk memberi manfaat bagi konsumen sebagaimana yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perseorangan.

Permasalahan dalam suatu perusahaan terkadang terdapat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebagian karyawan perusahaan tersebut. Banyak dari para karyawan yang kurang sigap dalam menangani keluhan konsumennya, kurang ramah dalam melayani konsumen serta terkadang kurang paham akan keseluruhan atau spesifikasi produk yang ditawarkan kepada para konsumen. Hal tersebut dapat mengurangi minat seseorang untuk membeli produk yang ditawarkan, maka dari itu sebaiknya karyawan mampu menangani permasalahan yang ada kepada para konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Hal ini sejalan dengan Saleh (dalam Nasution, 2016) untuk mendapatkan minat konsumen terhadap suatu produk, maka perusahaan harus menanamkan tata cara memberikan pelayanan yang baik kepada para karyawannya seperti; berpenampilan menarik, tutur bahasa menarik, familiar dalam berperilaku, penampilan penuh percaya diri, memiliki tingkat pendidikan tertentu, memiliki pengalaman yang luas dibidangnya, sabar, tidak egois, dan santun dalam bertutur kepada konsumen. Dari semua bagian tersebut harus diterapkan oleh karyawan dalam melayani konsumen dengan tujuan dapat menarik keinginan atau minat dalam diri konsumen tersebut untuk membeli produk.

Banyak dari para konsumen berminat untuk membeli produk yang ditawarkan, karena pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ataupun karyawan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen, baik itu dari tempat maupun kelengkapan interiornya. Hal tersebut juga didasari, karena suasana hati mereka nyaman ketika berada didalam lingkungan itu. Mereka juga tidak peduli lagi dengan harga maupun bentuk produk karena, mereka sudah merasa puas atas kualitas pelayanan yang diberikan.

Hal ini juga sejalan dengan Reber (dalam Soraya, 2015) terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan pembelian yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang didasarkan pada pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan. Sedangkan faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia prasarana dan sarana atau fasilitas dan keadaan. Dengan tersedianya fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan minat dalam diri konsumen untuk membeli produk perusahaan.

CONCLUSION

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen secara signifikan. Beberapa saran yang dapat diberikan yaitu; (1) untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen agar dapat melengkapi segala kekurangan dalam penelitian ini; (2) bagi para karyawan, hendaknya memberikan pelayanan yang lebih baik lagi meskipun pelayanan yang telah dijalankan sudah cukup baik, namun lebih baik lagi jika peningkatan kualitas pelayanan dilakukan perbaikan secara terus menerus, agar para konsumen semakin puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

REFERENCES

- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36–56. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.31.36-56>
- Indrawan, I. B. M. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jkn-Kis Terhadap Kepuasan Peserta Jkn-Kis Pada Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Di Rsud Dr. Murjani Sampit. *Kindai*, 16(2), 201–219.
- Nasution, A. Y. (2016). Kualitas Pelayanan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) di Kantor UPT. Samsat Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas.
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 28-39.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. 14 (2) : 2067- 2075.
- Soraya, I. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Jakarta dalam mengakses portal media Jakarta Smart City. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 6(1).
- Zebua, L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(1), 15–19.