

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Alfamart Makasari Sukabumi)

Tanisya Zahra Janwar

Program Studi Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia

Abstrak | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan menjadi faktor dominan dalam keputusan pembelian konsumen di masa depan. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi penelitian ini ialah konsumen pengguna layanan Alfagift Makasari yang jumlahnya tidak diketahui, yang dapat dikatakan termasuk dalam kategori unlimited. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, validitas dan reliabilitas instrumen penelitian ini juga terkonfirmasi memiliki tingkat yang baik atau dapat diandalkan. Penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan yang baik dan kepuasan pelanggan dapat secara substansial meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Keputusan pembelian

Abstract | *The purpose of this study is to determine the impact of service quality and customer satisfaction on purchase decisions. Service quality and customer satisfaction will be the dominant factors in consumers' purchasing decisions in the future. The data collection method of this study uses primary data obtained through a questionnaire. The population of this study is an unknown number of consumers who use Makasari Alfagift service, which can be said to be in the unlimited category. The results of this study prove that service quality and customer satisfaction have a significant positive effect on purchase decisions, the validity and reliability of this research instrument are also confirmed to have a good or reliable level. This research confirms that good service quality and customer satisfaction can significantly improve purchase decisions.*

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Purchase Decision

Pendahuluan

Dewasa ini banyak orang menginginkan sesuatu secara instan dan cepat, dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi yang canggih sehingga mempermudah akses terhadap berbagai informasi yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, seolah-olah tidak ada batasan untuk

mewujudkan semua keinginan manusia (Wardani et al., 2022). Pemanfaatan teknologi ini memberikan banyak manfaat bagi kita dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya kita dapat melakukan pembelian online di rumah dengan mudah dan nyaman tanpa perlu bertatap muka. (Laily, 2022) dalam (Harisandi & Wiyarno, 2023) Alfagift merupakan salah satu platform pesan antar dengan efektif dan efisien sejak tahun 2015 yang diluncurkan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk atau yang kita ketahui sebagai alfamart.

Alfagift merupakan aplikasi software digital yang menawarkan berbagai macam produk dengan harga bersaing dan memungkinkan kita membeli kebutuhan sehari-hari secara online menggunakan kartu anggota virtual (Anggito Harahap & Yuliana, 2022). Alfagift juga menawarkan berbagai kategori produk antara lain kebutuhan pribadi dan rumah tangga seperti kebutuhan sehari-hari, perlengkapan dapur, hobi dan gaya hidup, serta produk kesehatan dan kecantikan (Meilinda, 2022). Salah satunya adalah Alfamart yang berada di Makasari Kecamatan Kalapanunggal Kabupaten Sukabumi.

Landasan teori

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1996) dalam penelitian (Rifqi Ashfa & Ishak, 2023) kualitas pelayanan merupakan bentuk evaluasi konsumen terhadap tingkat layanan yang didapatkan oleh konsumen dari suatu perusahaan, pengalaman positif terhadap kualitas produk atau layanan akan menghasilkan persepsi yang baik dari pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2006), kepuasan pelanggan merupakan hasil dari pengalaman pelanggan dalam proses pembelian, hal ini memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen di masa yang akan datang, seperti pembelian ulang dan loyalitas (Rita et al., 2019). Keputusan pembelian ialah pilihan untuk membeli suatu produk atau tidak yang dilakukan oleh konsumen. Setiap produsen pasti memiliki taktik yang berbeda dalam merayu konsumen untuk membeli produk atau layanan mereka (Swesti Mahardini et al., 2023).

Beberapa penelitian terdahulu telah mempelajari tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Salah satunya penelitian (Taryono, 2022) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Selain itu Dash, Kiefer dan Paul (2021) dalam (Rifqi Ashfa & Ishak, 2023) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan setelah menggunakan produk atau jasa dengan membandingkan ekspektasi dengan hasil yang sesuai atau tidak. Kedua hal ini dianggap menjadi sebagian dari struktur penting pada bidang pemasaran. Kepuasan pelanggan diklaim menjadi indikator pembelian yang baik, serta kombinasi peringkat khusus transaksi dan peringkat keseluruhan.

Masalah pada penelitian kali ini berfokus pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Dimana alfagift ini adalah salah satu aplikasi pesan antar yang memudahkan konsumen berbelanja dari rumah. Berdasarkan fenomena dan masalah tersebut, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menentukan dampak spesifik dari kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian penulis akan melakukan penelitian untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian Alfagift Makasari.

Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen alfagift Makasari yang beralamat di Jl Kalapanunggal, Kp Citiis, Desa Makasari, Kecamatan Kalapanunggal, Kabupaten Sukabumi 43354 pada bulan Mei – Juni tahun 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi artinya suatu bidang umum yang terdiri dari obyek/subyek yang ciri-cirinya ditentukan oleh peneliti, untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Sugiyono mendefinisikan populasi penelitian ialah semua orang/konsumen yang menggunakan perangkat lunak Alfagift dari mana saja. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Alfagift yang tidak diketahui jumlahnya dan dapat dikatakan termasuk dalam kategori unlimited. (Harisandi & Wiyarno, 2023) Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna layanan alfagift Makasari Kec Kalapanunggal, Kab Sukabumi.

Sampel ialah sebagian atau wakil yang berasal dari populasi yang diteliti. Teknik pengambilan sampel penelitian ini ialah random sampling dengan memberikan kesempatan dan perlakuan yang sama terhadap sampel yang digunakan (Swesti Mahardini et al., 2023). Sampel dalam penelitian kali ini berjumlah 70 orang pengguna aplikasi alfagift yang menggunakan layanan Alfagift Makasari.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu objek, atau sifat, atau atribut atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi antara satu dengan lainnya yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Ulfa, 2021). Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yaitu: pengaruh kualitas layanan elektronik,kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian pelanggan Alfagift Makasari, Kec. Kalapanunggal, Kab. Sukabumi.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang memakai metode kuantitatif mengacu pada penelitian yang berpegang pada kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif disebut juga metode penemuan karena melalui metode ini data penelitian berupa analisis numerik dan statistik dapat digunakan untuk menemukan dan mengembangkan teknik ilmiah baru. Menurut Sugiyono (2018, hlm.14) dalam (Balaka, 2022) berpendapat bahwa metode kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan filosofi positivis dengan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data, analisis data statistik untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan random sampling.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu penelitian. Adapun teknik yang penulis gunakan untuk mendapatkan data dengan menyebarkan kuisisioner kepada pelanggan Alfagift Makasari. Menurut Sugiyono (2013:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Ida Wibowati, 2020). Kuisisioner yang merupakan data dari berbagai variabel pada penelitian ini dikumpulkan melalui fasilitas google form dan kertas berisi kuisisioner yang langsung diisi langsung oleh responden.

Teknik Analisis Data

penelitian ini dianalisis menggunakan program statistika dengan nama Statistical Product and Services Solutions (SPSS ver.29). Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain; 1) Uji Validitas, 2) Uji Reabilitas, 3) Uji Regresi Berganda, dengan bantuan dari Uji Pengaruh Simultan (F) dan Uji Parsial (Uji T).

Hasil penelitian

Profil responden

Tabel 1 Profil Responden

Profil Responden		Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	8
	Perempuan	62
Usia	< 18 tahun	16
	18 - 25 tahun	40
	> 26 tahun	14
Pendidikan	SD	2
	SMP	7
	SMA/Sederajat	43
	Diploma	2
	Sarjana (S1)	14
	Pascasarjana	2

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat melakukan analisis responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Berikut ini hasilnya :

1. Jenis kelamin

- Responden laki-laki: 8 orang
- Responden perempuan: 62 orang

Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan sangat domina dibandingkan dengan responden laki-laki

2. Usia

- Usia dibawah 18 tahun: 16 orang
- Usia 18-25 tahun: 40 orang
- Usia diatas 26 tahun: 14 orang

Artinya bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 18-25 tahun

3. Pendidikan

- SD: 2 orang
- SMP: 7 orang
- SMA/Sederajat : 43 orang
- Sarjana (S1): 14 orang
- Pascasarjana: 2 orang

Mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMA/Sederajat dengan jumlah 43 orang.

Dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden dalam survei ini adalah perempuan, berusia 18-25 tahun, dan memiliki latar belakang pendidikan SMA/ sederajat atau Sarjana (S1)

Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas

Variable	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas layanan	X1.1	0,639	0.2392	Valid
	X1.2	0,612		
	X1.3	0,810		
	X1.4	0,681		
	X1.5	0,718		
	X1.6	0,527		
	X1.7	0,743		
	X1.8	0,713		
	X1.9	0,605		
	X1.10	0,646		
Kepuasan pelanggan	X2.1	0,593	0.2392	Valid
	X2.2	0,723		
	X2.3	0,681		
	X2.4	0,663		
	X2.5	0,860		
Keputusan pembelian	Y1.1	0,850	0.2392	Valid
	Y1.2	0,618		
	Y1.3	0,802		
	Y1.4	0,642		
	Y1.5	0,686		

Sumber: data diolah (2024)

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (>0,70)	Keterangan
Kualitas layanan	0,856	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,745	Reliabel
Keputusan pembelian	0,760	Reliabel

Sumber: data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji reliabilitas (Cronbach Alpha), dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang diukur (kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian) memiliki tingkat reliabilitas yang baik atau sangat baik karena semua nilainya diatas (0,70). Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat diandalkan, dipercaya dan relevan.

Analisis Regresi Berganda

Uji T (parsial)

Tabel 4 Uji T (parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.933	2.052		3.865	<,001
	Kualitas layanan	-.165	.052	-.288	-3.205	.002
	Kepuasan Pelanggan	.859	.094	.820	9.128	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: data yang diolah (2024)

Melalui tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai T_{hitung} nya itu minus untuk menentukan hasil ini berpengaruh atau tidak dapat dilihat dari kriteria pengujianya.

Jika $-T_{hitung} < -T_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

T_{hitung} Kualitas layanan (X1) sebesar -3,205 lebih kecil dari T_{tabel} -1,99601 dapat diinterpretasikan bahwa X1 berpengaruh parsial terhadap Y dan T_{hitung} Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 9,128 yang lebih besar dari T_{tabel} 1,99601 artinya X2 juga berpengaruh secara parsial terhadap Y.

Uji F (simultan)

Tabel 5 Uji F (simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.992	2	102.996	41.926	<,001 ^b
	Residual	164.593	67	2.457		
	Total	370.586	69			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas layanan

Sumber: data yang diolah (2024)

Dari hasil Uji F tersebut didapatkan hasil F_{hitung} sebesar 41,926 yang lebih besar dari F_{tabel} 3,13 dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 berpengaruh terhadap Y yang dibuktikan melalui nilai sig sebesar $<,001 < 0,05$.

Koefesien Determinasi (R^2)

Tabel 6 Koefesien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.543	1.567

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas layanan

Sumber: data yang diolah (2024)

Dari Tabel diatas dapat kita ketahui bahwa nilai multipler R sebesar 0,746 yang berarti bahwa hubungan antara variabel kuat karena hampir mendekati angka 1. Kemudian nilai R² sebesar 0,556 mengindikasi bahwa sekitar 55% dari varibel dependen dipengaruhi variabel independen sementara sisanya 45% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian

Penelitian ini menunjukkan bahwa ada berpengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mendukung bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian yakni penelitian yang dilakukan oleh (Anggito Harahap & Yuliana, 2022) yang memberikan hasil bahwa layanan alfagift dan store Alfamart Garu II A Medan memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian oleh (Ahmad & Zhang, 2020) juga mendukung pengujian ini dengan menemukan bukti pentingnya peran kualitas layanan dan variabel psikologis ramah lingkungan terhadap niat pelanggan untuk membeli produk ramah lingkungan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap keputusan pembelian

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi keputusan pembelian yakni penelitian (Widanti et al., 2022) memberikan hasil pengolahan data yang dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap pembelian konsumen Hypermart. Juga hasil penelitian yang dilakukan oleh (Istijanti et al., 2023) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbukti sebagai indikator utama yang berhasil pada niat beli. Oleh karena itu, semakin puas konsumen, semakin besar niat mereka untuk membeli produk baru.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bukti tentang adanya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan valid dan reliabel untuk mengukur variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian, dengan nilai-nilai Cronbach Alpha yang tinggi (kualitas layanan 0,856, kepuasan pelanggan 0,745, dan keputusan pembelian 0,760). Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh secara signifikan dengan nilai (T_{hitung} Kualitas layanan (X1) sebesar -3,205 lebih kecil dari T_{tabel} -1,99601 dan T_{hitung} Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 9,128 yang lebih besar dari T_{tabel} 1,99601) Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang baik dan dengan memeberikan kepuasan terhadap pelanggan dapat secara

substansial meningkatkan keputusan pembelian layanan Alfagift di Alfamart Makasari Kecamatan Kalapanunggal Kabupaten Sukabumi Jawa Barat.

Saran

1. Dalam penelitian selanjutnya disarankan mengambil sample yang lebih luas, juga metode penelitian yang lebih beragam. Hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antar variabel yang diteliti.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar mempertimbangkan variabel independent lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dan menggunakan objektivitas yang berbeda sehingga dapat memperkaya literasi-literasi mengenai keputusan pembelian.
3. Berdasarkan temuan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Alfagift Makasari perlu untuk mengelola dan meningkatkan serta mengembangkan kualitas layanan agar bisa menumbuhkan kepuasan yang dirasakan sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan.

Daftar Referensi

- Ahmad, W., & Zhang, Q. (2020). Green purchase intention: Effects of electronic service quality and customer green psychology. *Journal of Cleaner Production*, 267. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122053>
- Anggito Harahap, A. R., & Yuliana, Y. (2022). Pengaruh Layanan Alfagift Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Alfamart Garu II a Medan. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(4), 28. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i4.1931>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Harisandi, P., & Wiyarno, W. (2023). Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfagift-Alfamart. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 173–179. <https://doi.org/10.30743/mkd.v7i1.6712>
- Ida Wibowati, J. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT MUARAKATI BARU SATU PALEMBANG* Januar.
- Istijanti, Arifin, Y., & Nurhayati. (2023). *Meneliti kepuasan pelanggan dan niat beli terhadap produk baru sebelum diluncurkan : Biskuit yang diperkaya dengan spirulina*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2257346>
- Meilinda. (2022). *Pengukuran Kualitas Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Belanja Online Alfagift Menggunakan Iso* 9126. http://repo.palcomtech.ac.id/id/eprint/1244/1/PKL_SI_2022_MEILINDA.pdf
- Rifqi Ashfa, M., & Ishak, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli dan Pembelian Sebenarnya Tokopedia*. 02(05), 108–132. <https://journal.uii.ac.id/selma/index>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Swesti Mahardini, Ida Mudafia, I., & Apricuansyah, R. (2023). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>
- Taryono. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Tangerang Puspitek. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 3(1), 13–21. <https://doi.org/10.51875/jibms.v3i1.153>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Wardani, P., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Strategi Pemasaran Online Alfamart Menghadapi Tantangan Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Alfamart Amaliun Kota Medan). *JIKEM: Jurnal Ilmu ...*, 2(1), 30–40. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/2814/805>
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>