



## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. GIANT TRANSPORTER CABANG MEDAN**

Andriana Andriana<sup>1</sup> Wilinny Wilinny<sup>2\*</sup>, Sutarno Sutarno<sup>3</sup>, Cindy Cindy<sup>4</sup>, Fahmi Sulaiman<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

<sup>5</sup>Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email korespondensi: <sup>2\*</sup>linny\_sagitarius@yahoo.com

### **ABSTRAK**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diperhatikan dalam proses penjualan. Kualitas pelayanan juga merupakan sebuah keunggulan suatu jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan keputusan pembelian adalah sikap konsumen dalam menentukan satu dari beberapa pilihan alternatif. Jasa yang berkualitas akan sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen. PT. Giant Transporter Indonesia Cabang Medan mempunyai 300 pelanggan aktif. Rumusan masalah pada penelitian ini, “Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Giant Transporter Indonesia, cabang Medan?”. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Giant Transporter Indonesia, cabang Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif. Jumlah responden / sampel sebanyak 60 pelanggan dari populasi sebanyak 300 pelanggan dengan teknik pengambilan sampel adalah sampling insidental. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada uji determinasi secara presentase adalah 53,70% dengan hasil koefisien determinasi ini, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian PT. Giant Transporter Indonesia, cabang Medan 53,70% dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 46,30% merupakan sumbangan faktor lain yang dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan ; Keputusan Pembelian*

### **ABSTRACT**

*Service quality is an important part that must be considered in the sales process. Service quality is also an advantage of a service in meeting the needs and desires of customers. While the purchase decision is the attitude of consumers in determining one of several alternative choices. Quality services will greatly affect consumer purchasing decisions. PT. Giant Transporter Indonesia Medan Branch has 300 active customers. The formulation of the problem in this study, "Does the quality of service affect purchasing decisions at PT. Giant Transporter Indonesia, Medan branch?". The goal to be achieved in this study is to determine whether there is an influence of service quality on purchasing decisions at PT. Giant Transporter Indonesia, Medan branch. The research method used is quantitative associative. The number of respondents / samples of 60 customers from a population of 300 customers with the sampling technique is incidental sampling. The influence of service quality on purchasing decisions can be seen in the determination test, the percentage is 53.70% with the results of this coefficient of determination, it can be concluded that the purchasing decision of PT. Giant Transporter Indonesia, Medan branch 53.70% is influenced by service quality, while the remaining 46.30% is contributed by other factors that can be explained by other variables outside the model.*

*Keywords: Service Quality ; Buying decision*



## **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi ini di Indonesia yang didalamnya terjadi perkembangan kehidupan manusia yang semakin pesat dan padat dan diiringi oleh semakin pesatnya aktifitas dan mobilitas penduduknya, sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan keputusan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Karena semakin banyak pesaing maka sebuah perusahaan harus lebih unggul dari pada pesaingnya. Semakin ketatnya persaingan berdampak pada peningkatan tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Manusia pada dasarnya menginginkan pemuas kebutuhan. Dan salah satu hal untuk memuaskan kebutuhan manusia adalah pelayanan. Mendapatkan pelayanan dengan kualitas terbaik adalah hal yang diinginkan setiap manusia.

Pelanggan apabila dirinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan atau pengguna jasa tersebut akan menceritakan kepuasan layanan tersebut kepada calon pelanggan lain. Akan tetapi apabila pelanggan tersebut tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan. Apabila mengecewakan pelanggan itu akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

PT Giant Transporter Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang transportasi sejak tahun 2017. PT Giant Transporter Indonesia memiliki cabang di Medan, Surabaya, Jakarta dan Makassar. Pada penelitian ini data yang diambil dari PT Giant Transporter Cabang Medan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan sampling kuota. Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

Menurut Sugiyono (2019:127), sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.





Menurut Tersiana (2018:78), jika subyeknya jumlahnya banyak dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung dari kemampuan peneliti (pertimbangan aspek tenaga dan waktu), luasnya wilayah penelitian dari tiap subyek, serta besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 20% dari total populasi, yaitu 60 nasabah aktif.

Penulis menggunakan metode kuantitatif-asosisatif untuk penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019:16), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistika, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2019:65), rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan dua variabel atau lebih.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan kuesioner terstruktur melalui sistem google form sampai data mencapai kuota yang telah ditentukan. Kuesioner, menurut Sugiyono (2019:199), adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, penulis menggunakan alat ukur penelitian yang dibantu dengan SPSS versi 26 untuk menganalisis data, dan melakukan uji data menurut parameter ukur uji data penelitian sebagai berikut :

### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal, jika signifikansi  $> 0.05$

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,86236912
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,103
	Negative	-,081
Test Statistic		,103



Asymp. Sig. (2-tailed) ,181<sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber data : Diolah dari SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,181 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### Hasil uji Lineritas

Uji lineritas digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear yang signifikan kurang dari 0,05.

### ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan pembelian * kualitas pelayanan	Between Groups (Combined)	318,235	13	24,480	9,045	,000
	Linearity	238,097	1	238,097	87,972	,000
	Deviation from Linearity	80,138	12	6,678	2,467	,014
Within Groups		124,499	46	2,706		
Total		442,733	59			

Sumber data : Diolah dari SPSS 2022

Berdasarkan hasil uji lineritas diketahui nilai  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel x dan y mempunyai hubungan yang linear.

### Hasil Kolerasi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* (PPM), Menurut Arikunto (dalam Haudi,2021:50) Korelasi *Product Moment* berguna untuk menentukan keeratan hubungan antara dua variabel.

### Correlations

		x	y
x	Pearson Correlation	1	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	60	60
y	Pearson Correlation	,733**	1



Sig. (2-tailed)	,000	
N	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber data : Diolah dari SPSS 2022

Dari hasil uji korelasi diatas dapat diketahui nilai korelasi pearson antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian sebesar 0,733. Tanda bintang berjumlah dua artinya korelasi signifikansi pada level 0,01 dengan uji 2 sisi. Sedangkan keeratan hubungannya termasuk *substansial* karena nilai lebih dari 0,733.

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Perhitungan untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \mathbf{KD} &= (r)^2 \times 100\% \\
 &= (0.733)^2 \times 100\% \\
 &= 0,537 \times 100\% \\
 &= \mathbf{53,70\%}
 \end{aligned}$$

Dari hasil koefisien determinasi diatas dapat diambil kesimpulan, bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 53,70% sedangkan sisanya 46,30% menunjukkan keputusan pembelian masih dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis pada penelitian ini.

#### Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil dari pengujian regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.	
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta	t	
1	(Constant)	13,789	3,495		3,945	,000
	kualitas pelayanan	,666	,081	,733	8,215	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian  
 Sumber data : Diolah dari SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi linear sederhananya adalah :

$$Y = a + bX$$





$$Y = 13,789 + 0,666X$$

Artinya, nilai konstanta adalah sebesar 13,789. Koefisien dari variabel x (kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,666. Yang berarti setiap bertambah atau meningkatnya 1 satuan kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,666 kali.

Hasil Uji Hipotesis (Uji Z)

Menurut Setiawan et al (2017:70) uji Z digunakan untuk pengujian hipotesis satu rata-rata dengan sampel besar ( $n > 30$ ).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji hipotesis dengan formula uji Z *two tailed* mengingat jumlah sampel penelitian  $> 30$  responden.

Menurut Misbanuddhin dan Hasan (dalam Wardani 2020:18) pengujian *two tail test* adalah pengujian hipotesis dimana hipotesis nol ( $H_0$ ) berbunyi “ sama dengan” dengan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) berbunyi “ tidak sama dengan”.

Berikut ini adalah rumus uji Z:

$$Z_{hitung} = \frac{r}{\frac{1}{\sqrt{n-1}}}$$

$$Z_{hitung} = \frac{0,733}{\frac{1}{\sqrt{60-1}}}$$

$$Z_{hitung} = \frac{0,733}{\frac{1}{7,68}}$$

$$Z_{hitung} = 5,6294$$

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa nilai Zhitung sebesar 5,6294 lebih besar daripada Ztabel 1,96 ( $5,6294 > 1,96$ ). Ini menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian di PT. Giant Transporter Indonesia cabang Medan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya oleh penulis maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Dalam uji linearitas yang dilakukan menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang linear.
2. Dalam uji koefisien korelasi yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai korelasi adalah 0,733 yang berarti kualitas pelayanan dan keputusan pembelian mempunyai korelasi kuat positif.
3. Uji korelasi determinasi yang dilakukan menunjukkan bahwa persentase antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah 53,70%. Hal ini membuktikan bahwa antara



kualitas pelayanan mempengaruhi kinerja keputusan pembelian sebesar 46,30% dimana selebihnya dipengaruhi oleh factor lain yang mana tidak ditulis oleh penulis.

4. Berdasarkan hasil uji Hipotesa yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai Zhitung adalah sebesar 5,6294 dan diperoleh nilai z tabel adalah sebesar 1,96. Dimana  $Z_{hitung} > Z_{tabel}$  ( $5,6294 > 1,96$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian di PT. Giant Transporter Indonesia cabang Medan.

Andriana, merupakan mahasiswa tingkat akhir Prodi Manajemen, Politeknik Cendana, Medan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Haudi. (2021). *Pengaruh komunikasi interpersonal dan kecerdasan emosional terhadap kinerja pengurus vihara*. Sumatera Barat : Insan Cendekia Mandiri.
- Setiawan, Santi, dkk. (2017). *Statistika II*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Tersiana, Andra. (2018). *Metode penelitian*. Yogyakarta : Yogyakarta.
- Wardani, Dian Kusuma. (2020). *Pengujian Hipotesis (deskriptif, komparatif dan asosiatif)*. Malang : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah
- Jagomos C Jansela Situmorang, Fauzi Akbar Maulana Hutabarat, Wong Pong Lan, Ngajudin Nugroho, Lisa. (2021). *Kualitas pelayanan mitra gojek terhadap kepuasan penggunaan layanan go-ride*. Arbitrase : Journal of economics and accounting. Diakses 12 Juni 2022, dari google scholar.