

EVALUASI KUALITAS LAYANAN DAN SERVISCAPE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT PEGADAIAN MANADO SELATAN

THE SERVICE QUALITY EVALUATION AND SERVISCAPE TOWARDS PURCHASE DECISION AT PT PEGADAIAN MANADO SELATAN

Oleh:

Wasti Kolonio¹
Joyce, S.L.H.V. Lapian²
Michael Ch. Raintung³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

Email:

¹wastimeissie@gmail.com

²lapianjoyce@unsrat.ac.id

³michaelraintung@unsrat.ac.id

Abstrak: Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan perusahaan milik negara yang bergerak dalam produksi barang dan jasa, Pegadaian adalah sebuah BUMN sektor keuangan Indonesia yang bergerak pada tiga lini bisnis perusahaan yaitu pembiayaan, emas dan aneka jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui evaluasi kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, dan untuk mengetahui evaluasi serviscapenya terhadap keputusan pembelian, penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden penelitian, teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan serviscapenya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian PT Pegadaian Manado Selatan.

Kata kunci : Kualitas layanan, serviscapenya, keputusan pembelian

Abstract: State-owned enterprises (BUMN) are state-owned companies engaged in the production of goods and services. Pegadaian is a state-owned company in the Indonesian financial sector which is engaged in three lines of company business, which are financing, gold and various services. The purpose of this study was to determine the evaluation of service quality towards procurement decisions, as well as to determine the evaluation of service capes towards procurement decisions. This research uses associative research. The data collection technique used a questionnaire that was distributed to the respondents. The data analysis technique in this study is using multiple linear regression. The results showed that service quality had a significant impact towards procurement decisions, and serviscapenya had no significant impact towards procurement decisions in PT Pegadaian Manado Selatan.

Key word: Service quality, serviscapenya procurement decisions

Latar Belakang

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan perusahaan milik negara yang bergerak dalam produksi barang dan jasa, pegadaian adalah sebuah BUMN sektor keuangan Indonesia yang bergerak pada tiga lini bisnis perusahaan yaitu pembiayaan, emas dan aneka jasa, perusahaan umum pegadaian merupakan satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150 di atas.

Keputusan nasabah adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya, yang mempengaruhi keputusan nasabah antara lain kualitas layanan dan *serviscape*.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan, Azwar juga menjelaskan tentang terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan, Masloman (2015)

Kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk dalam kaitannya dengan ekspektasi, *Serviscape* berarti layanan berdasarkan lingkungan fisik atau memberikan layanan yang dikhususkan pada kepuasan pancaindera konsumen baik melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, Disini perusahaan tertantang untuk membangun citra dan memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan, Penelitian ini untuk mengetahui fasilitas *serviscape* apa saja yang disediakan oleh PT Pegadaian Manado Selatan. Menurut Lusch dan Vargo, *serviscape* adalah sumber daya penting yang memungkinkan perusahaan untuk "menyalurkan realitas konsumen dengan cara tertentu", Studi empiris telah menunjukkan bahwa *serviscape* mempengaruhi respons emosional dan perilaku pelanggan dalam pengaturan layanan, model *serviscape* berupaya menggambarkan semua interaksi pelanggan yang terjadi selama pertemuan layanan dan untuk memahami bagaimana elemen-elemen lingkungan berdampak pada pengalaman layanan pelanggan.

Berdasarkan pengamatan penulis, pihak pegadaian perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya memenuhi keinginan dalam meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, Memperhatikan uraian tersebut diatas maka masalah yang ditemui pada PT Pegadaian Manado Selatan yaitu, belum maksimalnya kualitas layanan yang diberikan, dan masih kurangnya *serviscape* yang disediakan oleh PT Pegadaian Manado Selatan, akibatnya mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian Tatangin (2017) Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *serviscape* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado, Butir-butir pertanyaan memiliki 23 tanya jawab yang merupakan alat untuk mendapatkan data, 23 pertanyaan ini di ambil dari indikator dan sub-sub variabel dan untuk hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *serviscape* dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. *Serviscape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Penelitian Putri (2018) Hasil analisis yang diperoleh berdasarkan penelitian ini adalah variabel *Serviscape*(X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan/ Variabel *Serviscape* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2), Variabel kepuasan pelanggan (Y1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2), Penelitian Islami (2019) Hasil analisis regresi linier berganda dengan SPSS versi 16 menunjukkan bahwa kualitas layanan, *serviscape*, dan harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih kongkrit dalam judul "**Evaluasi Kualitas Layanan Dan *Serviscape* Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Pegadaian Manado Selatan**"

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui evaluasi kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pegadaian Manado Selatan.
2. Untuk mengetahui evaluasi *Serviscape* terhadap keputusan pembelian pada PT. Pegadaian Manado Selatan

Untuk mengetahui evaluasi kualitas layanan dan *Serviscape* terhadap keputusan pembelian pada PT Pegadaian Manado Selatan.

Manajemen Pemasaran

Pengertian Manajemen Pemasaran menurut Assauri (2013:12), adalah Manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang Kualitas Layanan

Servicescape

Servicescape dapat di definisikan sebagai lingkungan fisik yang di dalamnya mencakup pelayanan pada suatu fasilitas interior ataupun fasilitas exterior, pelayanan tersebut dapat di nilai terhadap desain interior, desain exterior, symbol, tempat parkir, peralatan yang di sediakan, denah layout, dan kualitas udara yang ada pada fasilitas tersebut. Menurut Heizer, Render (2009:32) *servicescape* adalah lingkungan fisik tempat dimana layanan di berikan dan bagaimana lingkungan tersebut berpengaruh terhadap konsumen.

Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli, Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk, keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual, pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler & Armstrong (2001) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli, pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Kajian Empiris

Manengal (2015), Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh layanan, produk dan harga di Esacom Manado, hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas layanan, kualitas produk, dan Penetapan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial kualitas layanan, kualitas produk, dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Putri (2018), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan (1) pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) pengaruh *Servicescape* terhadap loyalitas pelanggan, dan (3) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis yang diperoleh berdasarkan penelitian ini adalah variabel *Servicescape*(X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y1) dengan koefisien jalur (β) sebesar 0,213 dengan angka probabilitas sebesar 0,024 ($p < 0,05$). Variabel *Servicescape* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2) dengan angka probabilitas 0,000 ($p < 0,05$) dan koefisien jalur (β) sebesar 0,340. Variabel kepuasan pelanggan (Y1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2) dengan probabilitas 0,000 ($p < 0,05$) dan koefisien jalur (β) sebesar 0,618

Islami (2019), Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, *servicescape*, dan harga terhadap kepuasan konsumen di konsumen Klinik Kecantikan Jasmine Bogor, Hasil analisis regresi linier berganda dengan SPSS versi 16 menunjukkan bahwa kualitas layanan, *servicescape*, dan harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis Penelitian

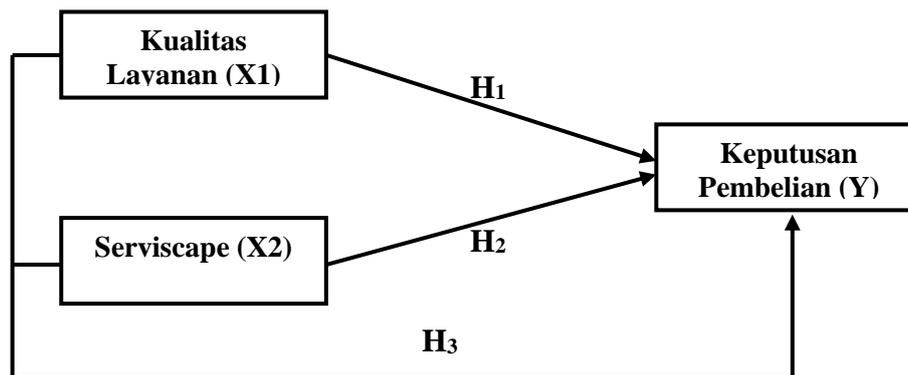
H1: Diduga kualitas layanan berpengaruh positif terhadap terhadap keputusan pembelian.

H2: Diduga *servicescape* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H3: Diduga kualitas layanan dan *servicescape* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kerangka Penelitian

Dalam Gambar 1 menunjukkan bahwa terdapat variable, yaitu variabel keputusan pembelian



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Kajian Teoritik

Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan penelitian asosiatif, penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013), objek dalam penelitian ini adalah Nasabah dari PT (persero) Pegadaian cabang Manado Selatan, lama waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu 3 bulan, dengan rincian mengumpulkan informasi tentang objek, mengumpulkan kajian pustaka dan empiris, penyebaran kuesioner dan analisis data.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah Nasabah PT pegadaian Manado Selatan. Sampel dalam penelitian ini diperoleh melalui rumus slovin, Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1452, berdasarkan sampel yang di ambil ada 60 nasabah perempuan dan 34 nasabah laki-laki, dengan jumlah nasabah dengan jumlah 94 nasabah

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder, Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (tidak melalui perantara), data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner, wawancara atau tanya jawab dari sumbernya

Teknik Analisis Data

penelitian bersifat kuantitatif maka data yang diperoleh dari responden lewat kuesioner dikodekan sesuai dengan skala Likert 1 – 5, dan kemudian ditabulasi dengan menggunakan analisis statistik dengan program komputer SPSS. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan beberapa tahap, pertama uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dan uji beda, Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variable dependen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya, (Sugiyono, 2013).

Secara matematis bentuk persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

| | | |
|----------------|---|---|
| Y | = | Keputusan Pembelian |
| a | = | Konstanta |
| b | = | Koefisien Regresi X ₁ , X ₂ |
| X ₁ | = | Kualitas Layanan |
| X ₂ | = | Serviscape |
| e | = | Error |

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisiонер

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisiонер

| Variabel | Pernyataan | Sig | Status | Ket. | Cronbach Alpha | Status |
|---------------------|-------------------|-------|-------------|-------------|----------------|----------|
| Kualitas layanan | X _{1.1} | 0,000 | Valid | - | 0,601 | Reliabel |
| | X _{1.2} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.3} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.4} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.5} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.6} | 0,008 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.7} | 0,071 | Tidak Valid | Dikeluarkan | | Reliabel |
| | X _{1.8} | 0,174 | Tidak Valid | Dikeluarkan | | Reliabel |
| | X _{1.9} | 0,028 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.10} | 0,030 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.11} | 0,006 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.12} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.13} | 0,158 | Tidak Valid | Dikeluarkan | | Reliabel |
| | X _{1.14} | 0,062 | Tidak Valid | Dikeluarkan | | Reliabel |
| | X _{1.15} | 0,045 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.16} | 0,001 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.17} | 0,031 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.18} | 0,032 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.19} | 0,009 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.20} | 0,008 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.21} | 0,006 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.22} | 0,001 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{1.23} | 0,220 | Tidak Valid | Dikeluarkan | | Reliabel |
| Serviscape | X _{2.1} | 0,000 | Valid | - | 0,753 | Reliabel |
| | X _{2.2} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | X _{2.3} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| Keputusan Pembelian | Y _{1.1} | 0,000 | Valid | - | 0,755 | Reliabel |
| | Y _{1.2} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | Y _{1.3} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |
| | Y _{1.4} | 0,000 | Valid | - | | Reliabel |

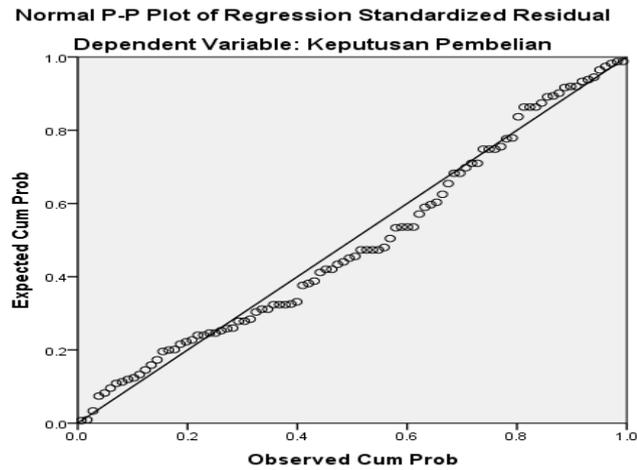
Sumber : Olah data SPSS 20, 2020

Tabel 1 menunjukkan uji validitas dan reliabilitas responden. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari item-item pernyataan variabel kualitas layanan no 7,8,13,14,23 dinyatakan tidak valid karena nilai korelasinya memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 untuk itu semua pernyataan yang tidak valid tidak di gunakan atau dikeluarkan. Uji reliabilitas memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu kualitas layanan memiliki *cronbach alpha* sebesar 0,691, *serviscape* memiliki *cronbach alpha* sebesar 0,753 dan keputusan pembelian memiliki *cronbach alpha* sebesar 0,755 sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap pernyataan dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak, mode regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal



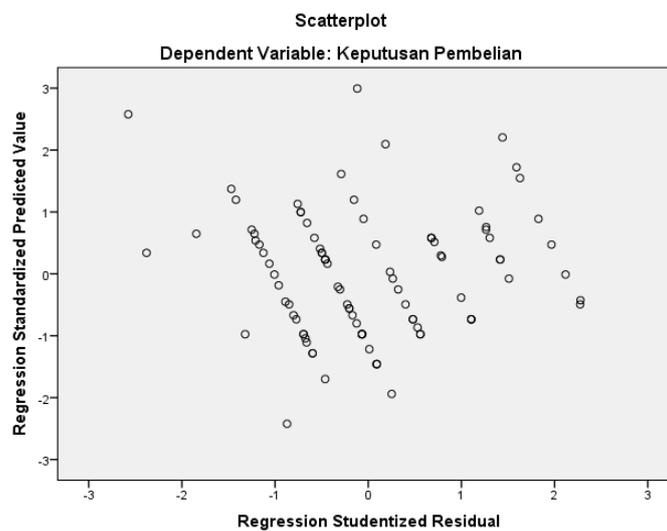
Gambar 2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Sumber: Olah data SPSS 20, 2020

Gambar 2 menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah pada uji normalitas karena berdasarkan grafik di atas terlihat titik-titik koordinat antara nilai observasi dengan data mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki data yang berdistribusi normal

Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah varian dari residual tidak sama untuk semua pengamatan, yang menyebabkan estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Jika dari suatu pengamatan tersebut terdapat varian yang berbeda, maka disebut heterokedastisitas



Gambar 3 Scatterplot

Sumber: Olah data SPSS 20, 2020

Gambar 3 menunjukkan bahwa uji heterokedastisitas menampilkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga data layak dipakai

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu Situasi dimana beberapa atau semua bebas berkorelasi kuat, Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variable

Tabel 2 *Collinearity Model*

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Kualitas layanan | .955 | 1.047 |
| | Serviscape | .955 | 1.047 |

Sumber : Olah data SPSS 20, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10 Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut, Selain itu dapat dilihat nilai tolerance lebih besar dari 1 maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|------------|------------------|-----------------------------|-------------|---------------------------|-------------------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .887 | 1.050 | | .845 | .400 | | |
| | Kualitas layanan | .724 | .253 | .292 | 2.863 | .005 | .955 | 1.047 |
| | Serviscape | .069 | .113 | .062 | .607 | .545 | .955 | 1.047 |
| | | | | | F | Sig. | | |
| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | | | | | |
| Regression | 1.584 | 2 | .792 | 4.867 | .010 ^b | | | |
| Residual | 14.805 | 91 | .163 | | | | | |
| Total | 16.388 | 93 | | | | | | |

Sumber : Olah data SPSS 20, 2020

Persamaan Regresi $Y = 0.887 + 0.724 X_1 + 0.069 X_2$ menggambarkan bahwa variabel bebas (*independent*) Kualitas layanan (X_1) dan Serviscape dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (*dependen*) Keputusan Pembelian adalah sebesar nilai koefisien (b) dari nilai variabel independen tersebut. Konstanta (α) sebesar 0,887 memberikan pengertian bahwa jika Kualitas layanan (X_1) dan *Serviscape* secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Keputusan Pembelian sebesar 0,887 satuan

Hipotesis 1: Kualitas layanan (X_1) memiliki tingkat signifikansi $p\text{-value} = 0,005 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau Kualitas layanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Jika nilai b_1 yang merupakan koefisien regresi dari Kualitas layanan (X_1) sebesar 0.724 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian mempunyai arti bahwa jika variabel Kualitas layanan (X_1) bertambah 1 satuan, maka Keputusan Pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.724 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Hipotesis 2 : Serviscape memiliki tingkat signifikansi $p\text{-value} = 0,545 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau *Serviscape* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Jika nilai b_2 yang merupakan koefisien regresi dari *Serviscape* (X_2) sebesar 0,069 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian mempunyai arti bahwa jika variabel *Serviscape* (X_2) bertambah 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,069 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Hipotesis 3 : Hasil analisis didapatkan Uji Simultan (uji F) dengan tingkat signifikan $p\text{-value} = 0,010 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa Kualitas layanan (X_1), dan *Serviscape* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Hipotesis F dan t

Uji hipotesis yang digunakan untuk pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan adalah uji F. Sementara untuk pengaruh secara parsial digunakan uji t. Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis ini dimulai dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik dan perhitungan nilai statistik, penetapan tingkat signifikansi dan penetapan kriteria pengujian.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian

Pertumbuhan bisnis yang sangat tepat mendorong perusahaan untuk saling berkompetisi dalam bisnis jasa, Para pelaku bisnis ditantang untuk dapat menambahkan strategi yang inovatif lagi dalam menawarkan jasa, Strategi yang inovatif dalam bisnis akan menentukan kemajuan suatu bisnis jasa yang dihadirkan para pelaku bisnis. Bisnis jasa adalah salah satu bisnis yang diminati para pelaku bisnis karena bisnis jasa diperlukan oleh masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan dan memudahkan masyarakat itu sendiri, Selain itu bisnis jasa juga memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan di sebutkan memenuhi keinginan pelanggan, Pemenuhan keinginan pelanggan pasti terdapat realita layanan yang diberikan oleh produsen, Jika layanan yang di berikan perusahaan lebih rendah dari harapan atau keinginan layanan oleh konsumen, maka konsumen akan menggunakan pelayanan lain di perusahaan yang sejenis. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dinyatakan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu jasa layanan yang diharapkan dan jasa layanan yang dirasakan atau dipersepsikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian PT.Pegadaian Manado Selatan

Artinya setiap terjadi peningkatan pembelian/penggunaan produk PT.Pegadaian Manado Selatan dipengaruhi oleh kualitas layanan, Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Islami (2019) yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, *servicescape*, dan harga terhadap kepuasan konsumen di konsumen Klinik Kecantikan Jasmine Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Serviscape terhadap Keputusan Pembelian

Serviscape sebagai gaya dan tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan, *Serviscape* memiliki dimensi kunci yang terdiri atas kondisi lingkungan (*ambient conditions*), ruang dan fungsi (*space and functionality*) dan penggunaan tanda-tanda, simbol dan artefak (*the use of signs, symbols, and artefacts*), Kondisi lingkungan dapat mempengaruhi perasaan konsumen dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan perilaku konsumen yang sesuai dengan harapan produsen.

Serviscape merupakan salah satu unsur dari *physical evidence* atau bukti fisik, dimana suatu produk atau jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen sehingga terkait erat dengan proses kegiatan penyaluran produk ataujasa terhadap konsumen. Penggunaan *servicescape* yang tepat secara langsung akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap jasa yang diterima. Lingkungan *servicescape* yang nyaman dan sesuai dengan target pasar yang ditujuakan mempengaruhi konsumen untuk bersedia menghabiskan lebih banyak waktu atau lebih sering mengunjungi outlet jasa tersebut. Sehingga dengan penyediaan *servicescape* yang berkualitas akan terkait erat dengan kenyamanan seorang konsumen pada lingkungan jasa tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan *servicescape* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian PT Pegadaian Manado Selatan, Artinya setiap terjadi peningkatan pembelian/penggunaan produk PT. Pegadaian Manado Selatan tidak dipengaruhi oleh *servicescape*, Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nugraheni (2018) yang menunjukkan bahwa *servicescape* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Penutup

Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Pegadaian Manado Selatan
2. Serviscape tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT Pegadaian Manado Selatan
3. Kualitas layanan dan Serviscape berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian PT Pegadaian Manado Selatan

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian di atas, maka hal-hal yang dapat disarankan dari penelitian ini adalah:

1. Penting bagi pihak PT Pegadaian Manado Selatan agar memperhatikan Kualitas layanan yang menjadi determinan Keputusan Pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah ruang lingkup penelitian dengan objek yang lebih besar lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. Manajemen Operasi Buku 1 Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi duabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Putri. (2018). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 62 No. 1. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:V-T2Co7Y1N0J:administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2650/3043+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id>. Diakses Tanggal 28 January 2020.
- Manengal. (2015) Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Esa Genangku (ESACOM) Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 3 no 1. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yUOIHxyFiEQJ:https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10140+&cd=2&hl=id&ct=clnk&gl=id>. Diakses Tanggal 28 January 2020.
- Islami. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescapedan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*. Vol 3 no 2. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiW2YD2lt3nAhWS4zgGHQu6BasQFjADegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fejournal.bsi.ac.id%2Fejurnal%2Findex.php%2Fwidyacipta%2Farticle%2Fdownload%2F5581%2Fpdf&usq=AOvVaw3muoWjsKXXrXmghJmrk0P->. Diakses Tanggal 28 January 2020.