

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Royal Wedding Organizer* Manado

Jihen Wuysang
Lucky F. Tamengkel
Aneke Y. Punuindoong

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email : jihenwuysang@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the effect of service quality on purchasing decisions for the Royal Wedding Organizer Manado. In this study using a quantitative research approach, with a sample of 80 respondents. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique. Data collection in this study was carried out using a questionnaire. The data analysis technique used is simple linear regression analysis. Data that has met the requirements for analysis, processed using the computer program SPSS version IBM 25. From the statistical test results, the results showed that Service Quality had a significant effect on Service Purchase Decisions at the Royal Wedding Organizer Manado.*

Keywords: *Service Quality, Purchase Decision*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Royal Wedding Organizer* Manado. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif, dengan sampel sebanyak 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linear sederhana. Data yang telah memenuhi syarat untuk dianalisis, diolah dengan menggunakan bantuan program computer SPSS versi IBM 25. Dari hasil pengujian secara statistic, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa pada *Royal Wedding Organizer* Manado.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini menuntut masyarakat untuk mengikuti perkembangan tersebut, hal ini ditandai dengan adanya persaingan ketat didalam dunia bisnis salah satunya di dalam bidang jasa. Kondisi inilah yang membuat perusahaan-perusahaan di dalam bidang jasa berlomba-lomba untuk menyediakan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang terbaik agar pengguna jasa salut dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dengan baik dan tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Dalam persaingan dunia usaha pada era modern seperti sekarang ini, sangatlah ketat dan keras, baik pada perusahaan manufaktur maupun pada perusahaan jasa, dalam hal ini adalah perusahaan dalam bidang jasa, yaitu Bisnis Jasa *Wedding Organizer*. Bisnis jasa *Wedding Organizer* sangat relevan dan di butuhkan pada era sekarang ini, karena *Wedding Organizer* tidak hanya berperan sebagai penyumbang ide dan konsep pernikahan

namun bisa mampu dalam segi *financial* dan juga membantu dalam mendukung sikap praktis atau instan yang ada pada masyarakat. Dimana sekarang ini gaya hidup masyarakat semakin modern.

Definisi jasa atau service adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak terwujud (Valerie A Zeithaml dan Mary Jo Bitner, 2018).

Wedding Organizer (WO) adalah jasa yang menggunakan pelayanan pengorganisasian segala aktifitas yang berkaitan dengan kebutuhan dalam suatu pesta pernikahan, Bisnis jasa WO muncul karena adanya peluang dalam kehidupan modern yang menginginkan kecepatan, kemudahan, dan kepraktisan untuk mengatasi masalah kekurangan waktu (Agus Prabu Wibowo, 2013:17).

Kualitas layanan merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan jasa, untuk mempertahankan kualitas pelayanan perusahaan jasa harus senantiasa melakukan survei dari waktu ke waktu kepada pengguna jasa untuk mengetahui apa

yang diinginkan dan diharapkan terhadap perusahaan jasa selaku penyedia layanan.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung (Kotler dan Armstrong, 2012:681).

Berdasarkan apa yang menjadi masalah dari kualitas pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit dan rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan yang diberikan dapat menjadi alasan dalam melakukan keputusan pembelian.

Kemantapan pada sebuah produk/jasa, merupakan keputusan yang dilakukan konsumen, setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan (Kotler, 2009). Jika kita memberikan kualitas pelayanan yang terbaik tentunya pengguna jasa akan memberikan respon yang bagus dan akan merekomendasikan perusahaan jasa kita di kalangan masyarakat, sedangkan tidak menutup kemungkinan juga jika kita memberikan kualitas pelayanan yang kurang baik maka akan berdampak negatif terhadap citra perusahaan. Dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keberlangsungan hidup suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa karena berhubungan dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Royal Wedding Organizer* Manado?

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Royal Wedding Organizer* Manado.

Kajian Pustaka

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Sunyoto (2012:235) bahwa kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan

dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaiannya antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen.

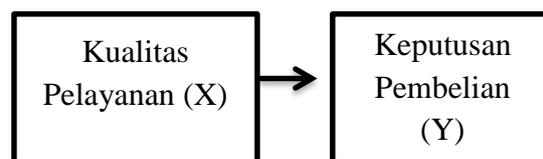
Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Selain itu Machfoedz (2013: 44) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Wedding Organizer

Wedding Organizer adalah suatu jasa khusus yang secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan Nadia (2007: 4). *Wedding Organizer* (WO) adalah jasa yang menggunakan pelayanan pengorganisasian segala aktifitas yang berkaitan dengan kebutuhan dalam suatu pesta pernikahan, Bisnis jasa WO muncul karena adanya peluang dalam kehidupan modern yang menginginkan kecepatan, kemudahan, dan kepraktisan untuk mengatasi masalah kekurangan waktu (Agus Prabu Wibowo, 2013:17).



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Menurut Nanang Martono (2010:57) hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya harus diuji atau rangkuman kesimpulan secara teoritis yang diperoleh melalui tinjauan pustaka.

H : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Royal Wedding Organizer* Manado

Metode Penelitian

Penelitian ini ditinjau dari pendekatan analisisnya di klasifikasikan ke dalam metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah pengguna yang menggunakan jasa *Royal Wedding Organizer* Manado yang berjumlah 80 responden terdiri dari kedua mempelai serta orang tua. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Karena penelitian ini adalah bersifat kuantitatif maka data yang diperoleh dari responden lewat kuesioner menggunakan metode skala Liker 1-5 dan kemudian di tabulasi dengan menggunakan analisis statistic lewat program komputer SPSS dengan langkah-langkah sebagai berikut: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Regresi Linear Sederhana, Koefisien Determinasi, Uji T (Uji Parsial).

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Diketahui $N = 80$ dan $\alpha = 5\%$, maka $r_{tabel} = 0,220$. Setiap item pertanyaan dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,220$. Hasil Uji Validitas X memiliki nilai r hitung 0,510, 0,516, 0,525, 0,564, 0,618, 0,598, 0,577, 0,575, 0,272, 0,560. Hasil Uji Validitas Y memiliki nilai r hitung 0,463, 0,360, 0,403, 0,413, 0,618, 0,458, 0,498, 0,450, 0,428, 0,568. Sehingga dapat diketahui bahwa kedua variabel dan dari masing – masing pertanyaan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga seluruh pertanyaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Diketahui $N = 80$, $\alpha > 0,6$. Setiap item pertanyaan dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Variabel Kualitas Pelayanan (X) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,717. Variabel Keputusan Pembelian (Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,603. Artinya adalah variabel X dan Y dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrument dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ dari 0,6.

3. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa pada kolom Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,050 yaitu sebesar 0,073. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4. Koefisien Korelasi Sederhana

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.625**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	80	80
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel hasil uji korelasi di atas diketahui nilai Sig. (2-tailed) antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian. Hal itu juga dapat di dukung dengan melihat nilai r hitung (*Pearson Correlations*) yaitu 0,625 yang diperoleh maka kriteria kekuatan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian mempunyai hubungan yang kuat.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.168	3.255		4.968	.000
	Kualitas Pelayanan	.576	.081	.625	7.071	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil perhitungan tabel diatas maka dapat dibentuk persamaan $Y = 16,168 + 0,576 X$. Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa, Nilai *Constant* (a) adalah 16,168, artinya jika tidak terjadi perubahan Kualitas Pelayanan (Nilai $X=0$) maka Keputusan Pembelian Jasa pada *Royal Wedding Organizer* Manado adalah sebesar 16,168. Nilai Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,576 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi kualitas pelayanan semakin baik maka keputusan pembelian akan meningkat.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.391	.383	3.110

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil koefisien determinasi atau besarnya R Square (R^2) adalah 0,391. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 39,1%.

7. Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.168	3.255		4.968	.000
	Kualitas Pelayanan	.576	.081	.625	7.071	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil uji t untuk Kualitas Pelayanan (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai Sig. 0,000 artinya nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t tabel = $t (a/2; n-k-1) = t (0,025; 80-1-1) = t (0,025; 78) = 1,994$. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($7,071 > 1,994$), artinya bahwa Kualitas Pelayanan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Royal Wedding Organizer* Manado.

Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian yang dilakukan pada *Royal Wedding Organizer* Manado ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dalam suatu pembelian jasa adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik – baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik dan berkualitas, maka timbul lah kepercayaan terhadap suatu keputusan pembelian. Setelah pengguna jasa melakukan pembelian dengan produk atau jasa yang diterima, pengguna jasa akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pengguna jasa benar-benar merasakan pelayanan yang diberikan sesuai dengan pembelian yang diterima, pengguna jasa akan bercerita kepada orang lain bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan untuk menggunakan jasa wedding di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk semakin kreatif, inovatif,

serta cepat dalam mencari solusi dan terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik serta meningkatkan kepercayaan dalam suatu pembelian jasa dikarenakan kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam suatu bisnis jasa dan memenangkan pesaing bisnis yang bergerak dalam bidang yang sama.

Dengan berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Royal Wedding Organizer* Manado. Bahwa hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen mempunyai hubungan yang kuat dikarenakan apabila kualitas pelayanan semakin baik, hal tersebut akan semakin menimbulkan atau mendorong terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, berfungsi untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Kualitas layanan merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan jasa, untuk mempertahankan kualitas pelayanan perusahaan jasa harus senantiasa melakukan survei dari waktu ke waktu kepada pengguna jasa untuk mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan terhadap perusahaan jasa selaku penyedia layanan. Dimana hal tersebut dilakukan perusahaan untuk menarik hati para pengguna untuk terus bekerjasama dengan perusahaannya. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memberikan kualitas pelayanan yang terbaik terhadap jasa yang telah dibeli.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rivo Sumangkut, Joula J. Rogahang, Joanne V. Mangindaan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. yang dimana dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu lainnya penelitian yang dilakukan Piay, R. N., Tamengkel, L. F., & Manoppo, W. S. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Manado Icon Convention Center” menunjukkan bahwa hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, pengujian dan seluruh pembahasannya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa pada *Royal Wedding Organizer* Manado.

Daftar Pustaka

- Agus Prabu Wibowo, *banjir uang dengan bisnis event organizer dan wedding organizer tutorial praktis*, (yogyakarta: flashbooks,2013), hlm.17
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler. Philip dan Keller. Kevine Lane. 2016. *Marketing Management 15th Edition. United State of America: Pearson Education Limited.*
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Piay, R. N., Tamengkel, L. F., & Manoppo, W. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center*. *Productivity*, 2(3),
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sumangkut, R., Rogahang, J. J., & Mangindaan, J. V. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Politik*. *Productivity*, 1(1),
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, Gregorius. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremler (2018), *Services Marketing*, Edisi: 7, *United States of America: McGraw-Hill Education*.