JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 3 , No 1, Tahun 2024
Halaman : 307- 311
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PT WILLY DWI PERKASA)

Raisa Fakhira [1], Gugum Gumilang Wirakanda [2,]

[1]Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Bandung, Indonesia
[2]Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Bandung, Indonesia
Email: raisafakhira04@gmail.com[1], Gugum@ulbi.ac.id [2]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minyak solar pada PT Willy Dwi Perkasa. Kualitas pelayanan diukur menggunakan lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Sedangkan keputusan pembelian diukur dengan lima indikator, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian Dengan metode deskriptif pendekatan kuantitatif Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan 30 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 81,9%

Kata kunci: kualitas pelayanan, keputusan pembelian, minyak solar

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on purchasing decisions for diesel oil at PT Willy Dwi Perkasa. Service quality is measured using five dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. While purchasing decisions are measured by five indicators, namely problem recognition, information search, alternative evaluation, purchasing decisions, and post-purchase behavior With a descriptive quantitative approach method Data analysis techniques using simple linear regression with 30 respondents. The results of this study indicate that there is an influence of Service Quality on purchasing decisions of 81.9%

Keywords: service quality, purchasing decision, diesel oil

Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini, perusahaan-perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan layanan mereka secara profesional sesuai dengan bidang masing-masing. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya perusahaan yang bermunculan dan ketatnya persaingan di antara mereka. Semakin berkembangnya jumlah perusahaan, kompetisi di dalam industri pun akan menjadi semakin sengit. Dalam kondisi persaingan yang sangat ketat ini, hal utama yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah memuaskan konsumen. Dengan memuaskan konsumen, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan mereka dan bersaing dengan kompetitor lainnya serta dapat menguasai pangsa pasar yang ada.

Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keputusan pembelian, Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih dan membeli produk atau jasa tertentu. Dalam proses ini, konsumen mempertimbangkan berbagai alternatif yang tersedia sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian ini merupakan hasil dari pertimbangan yang kompleks oleh pelanggan, di mana mereka menimbang berbagai faktor seperti kebutuhan, harga, kualitas, dan lain-lain sebelum menentukan pilihan akhir penilaian Kotler dan Keller dalam Puspita, Fadillah, dan Taqyudin (2022).

PT Willy Dwi Perkasa merupakan organisasi eksklusif yang bergerak di bidang peredaran minyak solar modern (sub spesialis pertamina) yang mempunyai tujuan selama ini dilakukan pengendalian stok dan penyiapan stok minyak solar untuk industri dan kebutuhan PT Willy Dwi

ISSN : 2985 – 492X
Vol 3 , No 1, Tahun 2024
Halaman : 307- 311
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Perkasa. organisasi cabangnya sendiri. PT Willy Dwi Perkasa hadir untuk memenuhi kebutuhan Bahan Bakar Minyak (BBM) Non Subsidi di berbagai sektor usaha. PT Willy Dwi Perkasa berdedikasi untuk mengembangkan bisnisnya dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan melalui berbagai cara. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, dunia usaha harus memperhatikan kualitas layanan pelanggan.

Solar atau diesel merupakan salah satu fraksi dari minyak bumi yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari manusia. Pada dasarnya, solar atau diesel adalah bahan bakar yang hanya dapat digunakan oleh mesin diesel. Kualitas bahan bakar solar ditentukan oleh seberapa tinggi angka setana yang terkandung di dalamnya. Angka setana merupakan ukuran kemampuan pembakaran bahan bakar diesel, dengan rentang skala pengukuran antara 1 hingga 100. Semakin tinggi nilai angka setana pada solar, maka semakin tinggi pula kemampuan pembakaran dan kemurnian bahan bakar tersebut.

Perusahaan dalam industri harus fokus memastikan dan memberikan layanan pelanggan yang baik. Terdapat beberapa masalah terkait kualitas pelayanan yang dapat menurunkan keputusan pembelian pelanggan. karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen dapat membuat pelanggan merasa diabaikan dan tidak dihargai, sehingga menurunkan minat mereka untuk melakukan pembelian, lalu proses pelayanan yang lambat dan bertele-tele dapat membuat konsumen merasa tidak puas dan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih, kemudian kurangnya pengetahuan karyawan tentang produk dan jasa yang ditawarkan dapat menimbulkan kebingungan bagi konsumen dan menyulitkan mereka dalam mengambil keputusan pembelian, terakhir penanganan keluhan konsumen yang kurang memuaskan dapat menurunkan kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, PT Willy Dwi Perkasa lebih meningkatkan keterampilan dan pelatihan karyawan dalam memberikan pelayanan yang ramah dan responsif, mengoptimalkan proses pelayanan agar lebih efisien dan cepat, memberikan pelatihan dan informasi yang memadai kepada karyawan, dan menerapkan sistem penanganan keluhan yang efektif dan responsif serta memberikan kompensasi yang sesuai jika terjadi kesalahan. Dengan menerapkan dan meningkatkan hal tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian dari pelanggan.

Dari latar belakang yang telah di uraikan, penulis tertari untuk melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Minyak Solar (Survei pada PT Willy Dwi Perkasa).**

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Penelitian ini memanfaatkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penelaahan literatur dan dokumen, termasuk teori yang relevan serta dokumen perusahaan. Data primer juga dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner kepada responden yang tidak ditentukan sebelumnya.

ISSN : 2985 – 492X
Vol 3 , No 1, Tahun 2024
Halaman : 307- 311
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Hasil dan Pembahasa

Berdasarkan hasil penelitian dari 30 responden perusahaan yang menjadi pelanggan PT Willy Dwi Perkasa, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) yang disediakan oleh PT Willy Dwi Perkasa berada pada kategori sangat baik. Penilaian dapat dilihat dari setiap dimensi yaitu *tangibles, realibility, responsiveness, assurance, empathy.* Secara keseluruhan menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan terhadap pembelian minyak solar terletak pada nilai rata-rata sebesar 4,54 diartikan bahwa nilai tersebut berada pada kategori sangat tinggi. Terlihat dari dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) dengan nilai hasil yang tinggi yaitu 497 dan dimensi dengan hasil terendah yaitu Empathy (empati) yaitu 389.

Diketahui bahwa persepsi pelanggan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) minyak solar sangat baik. Penilaian ini dapat dilihat dari setiap dimensi – dimensi yaitu dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. secara keseluruhan menunjukan bahwa keputusan pembelian terletak pada nilai rata-rata sebesar 4,31 diartikan bahwa nilai tersebut berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai skor tertinggi pada dimensi Metode pembayaran 413, dan nilai terendah yaitu pada dimensi Waktu Pembelian yaitu sebesar 319.

Berdasarkan uji validitas Kualitas Pelayanan (X) dan Keputusan Pembelian (Y) seluruh pertanyaan dianggap valid karena r hitung yang dihasilkan lebih besar dari r tabel (0,361). Kemudian, pada uji Reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X) dinyatakan reliabel karena hasil dari *Cronbach'Alpha* sebesar 0,919 lebih besar dari 0,6 dan uji Realibilitas variabel Keputusan Pembelian (Y) juga dinyatakan reliabel dikarenakan hasil dari *Cronbach'Alpha* sebesar 0,929 yang dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,6. Analisis linieritas yang telah dilakukan, ditemukan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,355

ISSN : 2985 – 492X
Vol 3 , No 1, Tahun 2024
Halaman : 307- 311
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Kesimpulan

Berikut beberapa saran atau masukan yang dapat diterapkan PT Willy Dwi Perkasa untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendorong loyalitas dan keputusan pembelian:

a. Mempertahantankan kualitas pelayanan dari PT Willy Dwi Perkasa dengan cara rutin elakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas yang diberikan untuk mendapatkan masukan, dan memberikan pelatihan dan pengembangan kemampuan dan pengetahuan karyawan agar dapat terus meningkatkan kualitas pada pelayanan
b. Meningkatkan keputusan pembelian dengan cara lebih mengenalkan atau mempromosikan produk minyak solar PT Willy Dwi Perkasa untuk menjangkau target yang lebih luas lagi dan memperkuat hubungan dengan pelanggan dengan layanan yang berkualitas.
c. Mempertahankan hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian dengan cara menerapkan strategi-strategi baru yang dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mereka tetap loyal dan memilih untuk membeli minyak solar di PT Willy Dwi Perkasa seperti mengembangkan platform digital, seperti website atau aplikasi, yang memudahkan pelanggan dalam memesan, melacak pesanan, atau mendapatkan informasi.

Referensi

Anwar, R. N., Handayani, E. N., Quintania, M., & Nova, F. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Bahan Bakar Minyak Pertamina di Wilayah Jakarta Timur. Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan, 14(5), 2023. https://journal.ikopin.ac.id

Bisnis, J., & Pemasaran, D. (2021). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SEPATU CONVERSE. 11(1).

Bisnis, J., & Pemasaran, D. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENGIRIMAN PAKET TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT POS INDONESIA (PERSERO) (studi kasus Kerjasama Telkomsel dengan PT POS INDONESIA Bandung) Rachmat Tri Yulianto-Ramadhona Program Srudi D3 Manajemen Bisnis/Pemasaran Politeknik Pos Indonesia. 12(1).

Bisnis, J., Pemasaran, D., Oscar, B., & Mufli, -Muhammad. (2023). PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POS KILAT KHUSUS DI KANTOR POS CABANG PALOPO. 13(1).

Bisnis, J., Pemasaran, D., Saputra -Riska, S., & Nurhasanah, N. (n.d.). PERAN KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BCA DI CIANJUR-JAWA BARAT. www.merdeka.com

Bisnis, J., Pemasaran, D., Saputra, S., & Kusumawardani, M.-L. W. (n.d.). ANALISIS PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN LAYANAN POS EXPRESS PADA KANTOR POS KEDIRI 64100. www.posindonesia.co.id

Bisnis, J., Pemasaran, D., Saputra -Tio, S., & Sihombing, Y. (n.d.). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERGUDANGAN PADA PT AGILITY INTERNATIONAL CABANG SURABAYA.

Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari Immanuel, D. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEALANTWAX. In PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis (Vol. 3, Issue 1).

Hardani MSi, A., Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020a). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. https://www.researchgate.net/publication/340021548

ISSN : 2985 – 492X
Vol 3 , No 1, Tahun 2024
Halaman : 307- 311
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Hardani MSi, A., Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020b). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. https://www.researchgate.net/publication/340021548

Kepuasan, M., & Loyalitas Pelanggan, dan. (n.d.). PEMASARAN JASA.

Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). Marketing management : an Asian perspective. Pearson Education Limited.

Modernisasi, J. E., & Subianto, T. (n.d.). STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id

Petro-Nustas, W., Tsangari, H., Phellas, C., & Constantinou, C. (2013). Health beliefs and practice of breast self-examination among young cypriot women. *Journal of Transcultural Nursing*, *24*(2), 180–188. https://doi.org/10.1177/1043659612472201

Umeh, K., & Jones, L. (2010). Mutually dependent health beliefs associated with breast self-examination in British female university students. Journal of American College Health , 59 (2), 126-131.

Abolfotouh, M. A., Banimustafa, A. A., Mahfouz, A. A., Al-Assiri, M. H., Al-Juhani, A. F., & Alaskar, A. S. (2015). Using the health belief model to predict breast self examantion among Saudi women. BMC Public Health , 15 (10.1186/s12889-015- 2510-y), 1163.

Ahmadian, M., Carmack, S., Samah, A. A., Kreps, G., & Saidu, M. B. (2016). Psychosocial predictors of breast self-examination among female students in Malaysia: A Study to Assess the Roles of Body Image, Self-efficacy and Perceived Barriers . APJCP , 17 (3), 1277-1284.

American Cancer Society. (2016). Cancer facts & figures 2016. Retrived from www.cancer.org

Brain, N. P. (2005). An aplication fo extended HBM to the prediction of BSE among women with family history of BC. BJ .

Kratzke, C., Vilchis, H., & Amatya, A. (2013). Breast cancer prevention knowledge, attitudes, and behaviors among college women and mother-daughter communication. *J Community Health, 38*. doi 10.1007/s10900-01309651-7), 560- 568.

Lancet. (2002). Breast cancer and breastfeeding: collaborative reanalysis of individual data from 47 epidemiological studies in 30 countries, including 50302 women with breast cancer and 96973 women without the disease. ACP J Club , 360(9328):187- 95.

Noroozi, A., Jomand, T., & Tahmasebi, R. (2010). Determinants of breast self- examanation performance among Iranian women: An application of the helath beliaf model. J Canc Educ , 1-10.