

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen kerupuk rambak UD. Intan Jaya Tulungagung. Penelitian ini diolah dengan menggunakan *software program* SPSS. Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data tersebut.

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Kerupuk

Rambak UD. Intan Jaya Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap minat konsumen Home Industri kerupuk rambak UD. Intan Jaya Tulungagung.

Murut Tjiptono kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan atau konsumen. Jadi kualitas pelayanan dapat disimpulkan segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan yang baik itu positif maupun negatif. Menurut Zaithaml Bery apabila yang diterima dan atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. ¹Jika pelayanan melampaui

¹ Samuel Warouw, James Massie dan Sem Oroh." Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas Produk dan Bauran Pemasaran Terhadap Niat Membeli di Warcom Sales and Service Manado ". jurnal Ilmiah Efisiensi. Vol.16.No.03 tahun 2016.

harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelangganya secara konsisten.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen kerupuk rambak UD.Intan Jaya Tulungagung artinya bahwa apabila kualitas pelayanan UD.Intan Jaya kurang baik dimata konsumen, maka tidak dapat meningkatkan minat beli konsumen. Ketika seseorang merasa bahwa pelayanan yang dilakukan penjual kurang baik, maka kemungkinan di kemudian hari akan memutuskan untuk melakukan pembelian pada toko lain.

Penelitian ini, didukung oleh penelitian wisnu widayat dan heri purwanto yang berjudul analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, keberagaman produk, suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen (studi kasus pasar tradisional wonosobo). Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli.²

B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Konsumen Kerupuk Rambak UD. Intan Jaya Tulungagung

² Wisnu Widayat dan Heri Purwanto” Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, SuasanaToko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (studi kasus pasar tradisional wonosobo)”.Journal of Economic,Business and Engineering.Col.2,No.1, Oktober 2020

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menyatakan bahwa. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap minat beli konsumen Home Industri kerupuk rambak UD. Intan Jaya Tulungagung.

Kualitas produk menurut Mullins, Orville Larreche dan Boyd kriteria kualitas produk yaitu kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), keistimewaan (*feature*), keandalan(*reability*), estetika(*aesthetic*) dan kesan kualitas (*perceived quality*).³ Jika ketujuh kriteria tersebut sudah terpenuhi dengan baik maka konsumen akan merasa puas dan kualitas produk terbukti berkualitas sehingga minat beli konsumen tetap terjaga.

Kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen sehingga akan menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Karena kualitas produk yang baik akan memberikan ketahanan atau awet untuk produk tersebut. pada UD.Intan jaya memiliki banyak varian kerupuk rambak dan banyak makanankhas Tulungagung. UD.Intan jaya sangat mengutamakan kualitas produknya, maka dari itu banyak konsumen yang sangat tertarik serta UD.Intan Jaya sudah sangat terkenal di Tulungagung.

Penelitian ini sesuai dengan teori Kualitas produk menurut Kotler Armstong adalah meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lainnya

³ Guen Anjelian Powa,dkk. “ Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB UNSRAT”.*Jurnal EMBA*. Vol.6 No.3.2018

yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kemampuan satu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu kualitas bisa jadi merupakan hal yang paling dicari oleh konsumen ketika mereka memilih produk yang akan digunakan.⁴ Produk yang dijual harus memiliki nilai jual, merk, kelengkapan dan Kualitas baik. Agar konsumen tidak ragu untuk membeli suatu produk tersebut. Kemasan yang diberikan harus menarik dan rapi, agar minat beli konsumen terhadap produk tersebut bisa semakin tumbuh ketika melihat produk yang dijual. Karena pastinya, seorang konsumen ketika akan membeli suatu produk akan dilihat dulu dari manfaat produk, merk produk dan siapa yang menjualnya. Maka untuk timbul minat beli dilihat dulu dari latar belakang produk, apakah yang dibeli sudah sesuai yang diinginkan konsumen.

Penelitian ini, didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Febi febrian dengan judul “ Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik” penelitian ini menyatakan kualitas produk berpengaruh dan signifikan serta kualitas produk lebih dominan.

C. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Konsumen Kerupuk Rambak UD. Intan Jaya Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menyatakan bahwa. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Bauran Pemasaran secara parsial terhadap minat konsumen Home Industri kerupuk rambak UD. Intan Jaya Tulungagung.

⁴Tengku Firli Musafar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*(Bandung: CV Media Sains Indonesia,2020)hlm.44.

Bauran pemasaran ini didefinisikan oleh Kotler sebagai perangkat alat pemasaran faktor faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.⁵ Jadi bauran pemasaran merupakan salah satu alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, bauran pemasaran harus dilakukan oleh sebuah perusahaan bisnis karena untuk menarik konsumen untuk membeli produk.

Hasil penelitian ini adalah bauran pemasaran terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli ini terjadi karena pada UD.Intan Jaya sudah melakukan *marketing mix* yang sangat baik seperti dalam melakukan promosi pada media sosial seperti: *Instagram, facebook, dan Whatshap*. UD. Intan Jaya juga memperluas jaringan melalui *market place* seperti *Tokopedia* dan juga *Grab*. Sebagian besar kosnumen kerupuk rambak sangat tertarik pada promosi-promosi di media sosial UD.Intan Jaya sehingga dapat menarik minat beli konsumen untuk membeli produk kerupuk rambak.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mongila Priscilia R Jacklim, Sivya Mandey dan Jeffry Tampenawas, yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departemen Store Mega Mall Manado. Hasil penelitian ini memnyatakan bahwa variabel bauran

⁵ Siti Kalimah dan Nur Fadillah, *Marketing Syariah: Hubungan antara Agama dan Ekonomi* (Banyuwangi: LPP Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng Banyuwangi, 2017), hlm.14

pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Matahari Departemen Store Mega Mall Manado.⁶

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen Kerupuk Rambak UD. Intan Jaya Tulungagung

Berdasarkan analisis data kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen kerupuk rambak UD. Intan Jaya Tulungagung, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Bauran Pemasaran secara bersama-sama terhadap minat konsumen Home Industri kerupuk rambak UD. Intan Jaya Tulungagung.

Kualitas pelayanan memberikan secara tidak langsung sebenarnya pengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini disebabkan pada indikator variabel kualitas pelayanan terdapat pengaruh besar yaitu pada indikator yang telah dicantumkan. Dengan melihat penampilan karyawan UD. Intan Jaya Tulungagung yang rapih, bersih dan berpakaian yang serasi membuat konsumen merasa senang dan nyaman. Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan minat membeli, karyawan UD. Intan Jaya Tulungagung harus menjaga kebersihan agar membuat konsumen tertarik.

Bauran pemasaran memberikan pengaruh yang nyata terhadap minat beli tetapi dengan adanya dua variabel sebelumnya yang tidak memberikan hasil yang signifikan, maka akan lebih menguatkan pengaruh

⁶ Mongilala Priscilia R Jacklim, Sivya Mandey dan Jeffry Tampenawas. "Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departemen Store Mega Mall Manado". Jurnal EMBA. Vol.7.No.1. Januari 2019,hal 431-440.

kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan minat beli ulang, maka UD. Intan Jaya Tulungagung harus mengutamakan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kualitas pelayanan, dan produk serta bauran pemasaran memberikan pengaruh yang nyata terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan pada indikator variabel kualitas produk terdapat pengaruh besar yaitu pada indikator rasa yang enak. .

Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Samuel Warouw, James Massie dan Sem Oroh yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Bauran Pemasaran Terhadap Niat membeli Warcom Sales and Service Manado. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Bauran Pemasaran secara bersama- sama berpengaruh terhadap Niat Membeli. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran adalah salah satu penyebab meningkatnya minat beli konsumen.⁷

⁷ Samuel Warouw, James Massie dan Sem Oroh.” Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas Produk dan Bauran Pemasaran Terhadap Niat Membeli di Warcom Sales and Service Manado ”. jurnal Ilmiah Efisiensi. Vol.16.No.03 tahun 2016