Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)

Volume 4, No. 1, 2024

e-ISSN: 2776-1738

Homepage: http://www.al-idarahpub.com/index.php/jambir

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Masyarakat di Pasar Tradisional Sumarorong Kabupaten Mamasa

Adel [1*)] ; Andi Nuryadin [2)] ; Andi Herman Tellu [3)]

[1,2,3)] Manajemen, STIM-LPI Makassar

*adelstimlpi@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Pasar Tradisional Sumarorong Kabutapen Mamasa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dimana metode pengambilan sampel menggunakan jenis probability sampling dengan jumlah responden 100 orang yang dijadikan sebagai sempel. Dengan membagikan kuesioner secara langsung. Metode analisis yang digunakan adalah uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian tersebut telah diuji validitas, reabilitasnya dan kuefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukan bahwa Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Masyarakat di Pasar Tradisional Sumarorong Kabutapen Mamasa dengan persamaan regresi linier sederhana Y=0,497+1,226X dengan tingkat signifikan .000 dan nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0, 0,987. Kualitas Pelayanan memiliki peranan penting terhadap Minat Beli Masyarakat di Pasar Tradisional Sumarorong Kabutapen Mamasa, salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar dapat menarik minat Beli Masyarakat.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Minat Beli Masyarakat*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on people's buying interest in the Sumarorong Traditional Market, Kabutapen Mamasa. The method used in this study is a quantitative method where the sampling method uses a type of probability sampling with a total of 100 respondents who are used as samples. By distributing questionnaires directly. The analytical method used is a simple linear regression test. The results of this study were tested for validity, reliability and the coefficient of determination (R2). The results showed that there was a positive and significant effect of service quality on people's buying interest in the Sumarorong Kabutapen Mamasa traditional market with a simple linear regression equation Y = 0.497 + 1.226X with a significant level of .000 and a coefficient of determination (R2) of 0.0.987. Quality of Service has an important role in Public Buying Interest at the Sumarorong Traditional Market in Kabutapen Mamasa, one of the efforts that can be made is to provide good service to customers in order to attract Public Buying Interest.

Keywords: *Service Quality, Public Purchase Intention.*

1. Pendahuluan

Perkembangan pasar saat ini merupakan salah satu tempat yang tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Menurut Karaouw, Loah & Mandei (2016:78) pasar adalah media pertemuan antara pembeli dan penjual yang lebih dari satu yang melakukan transaksi. Salah satu fungsi dari pasar adalah sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari masyarakat. Selain itu, pasar juga sebagai tempat untuk memfasilitasi proses perdagangan yang memungkinkan adanya distribusi dan alokasi sumber daya alam yang ada di masyarakat.

Menurut peraturan presiden RI No. 112 tahun 2017 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang eceran yang berbentuk *minimarket, supermarket, departmentstore, hypermarket* ataupun grosir. Sedangkan pasar tradisional adalah pasar

yangdibangun dan dikelola pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat berupa toko, kios dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil menengah dan swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan proses jual barang dengan tawar-menawar.

Dalam penelitian yang dilakukan Pramudiana (2017) pasar tradisional terancam mengalami pergeseran. Hal ini karena mulai banyak pasar modern yang muncul ditengah masyarakat. Pasar modern menawarkan harga yang hampir sama sehingga menyebabkan pasar tradisional mulai mengalami kemunduran dilihat daripelaku ekonomi yang ada di pasar tradisional merupakan sektor pedagang kecil danmenengah pasar tradisional memiliki karakteristik yang tidak bisa lepas seperti tata letak yangmasih kurang tertata dengan rapi, sistem pengelolaan pasar yang masih kurang terstruktur, serta sarana dan prasarana pasar yang masih kurang memadai. Namun, dengan berbagai kelemahan itu pasar tradisional tetap menjadi pilihan masyarakat untuk berbelanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena perekonomian masyarakat yang berbeda menjadi salah satu alasan pasar tradisional masih diminati oleh beberapa kalangan masyarakat dan terdapat beberapa produk yang dijual di pasar tradisionaltersedia tetapi tidak tersedia di pasar modern.

Pertimbangan pasar tradisional Sumarorong digunakan sebagai objek dalam penelitian ini karena berdasarkan pengamatan dari peneliti kondisi pasar tradisional Sumarorong yang memiliki lokasi di Kecamatan Sumarorong, Kabupaten Mamasa, Sulawesi Barat, ituterlihat dari segi fisik kurangnya perhatian penjual dalam melayani masyarat yang berbelanja. Namun, dengan kondisi tersebut pasar tradisional Sumarorong tetap terlihat ramai dikunjungi oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan fenomena yang dijelaskan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul penelitian **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Pasar Tradisional Sumarorong Kabupaten Mamasa".**

Sebagai seorang pemasar merupakan hal yang penting untuk memahami keputusanpembelian hal ini merupakan suatu hal yang penting karena pemasar dapat menciptakan suatu strategis yang akan dilakukan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan pemasar adalah dengan memahami kebutuhan konsumen dan mengetahui keinginan konsumen. Dengan pemasar lebih memahami keinginan konsumen sehingga pemasar dapat mempengaruhi konsumen untuk dapat tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Widyastuti dan Alwani (2018) Keputusan pembelian merupakan suatu proses seleksi diantara alternatif- alternatif pilihan produk atau jasa, sehingga terpilih salah satu yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari pembeli. Konsumen memiliki dasar dasar pribadi yang berbeda dalam melakukankeputusan pembelian, dimana setiap konsumen dalam menentukan produk dan jasamemiliki keinginan yang berbeda.

Menurut prasetyaningsih dan Astini (2016) keputusan pembelian konsumen adalahmerupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh sebab itu, konsumen akan melakukan penilaianterlebih dahulu sebelum membeli suatu produk.

Melakukan Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional dipengaruhi oleh pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang sangat ramah dan memiliki rasa kekeluargaan yang diterapkan pedagang di pasar tradisional memberikan rasa nyaman kepada konsumen pada saat melakukan pembelian di pasar tradisional. Selain itu, tradisi tawar menawar yang masih melekat di pasar tradisional menjadi daya tersendiri untuk masyarakatuntuk terus berbelanja di pasar tradisional. Menurut Tjiptono dan Chandra (2020:98) Kualitas pelayanan merupakan kegiatan untuk menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan suatu produsen yang harusberkualitas dan penawaran tersebut harus menghasilkan manfaat bagi konsumen. Menurut Arohman (2019:14) Kualitas pelayanan merupakan penilaian/persepsi dari konsumen yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dan kinerja (hasil) dari pelayanan yang diberikan pedagang secara keseluruhan baik kelemahan dan keunggulan yang dirasakan konsumen.

Keputusan konsumen mencerminkan tentang perilaku konsumen untuk melakukan suatu keputusan untuk memilih suatu produk atau jasa yang akan mereka beli. Keputusan konsumen berbelanja di pasar tradisional dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan di pasar tradisional terkenal dengan sistem tawar menawar sertakarakteristik yang tidak bisa lepas dari pasar tradisional dan itu yang membuat pemasaran di pasar tradisional juga sangat diminati banyak konsumen. Pemasar dipasar tradisional lebih mengutamakan pendekatan secara sosial yang membuat pemasaran lebih dekat dengan pemasar, sehingga kemauan atau minat membeli produk lebih tinggi. Walaupun dari segi fasilitas dan kenyamanan yang diberikan dari penjual di pasar tradisional jauh lebih baik dibandingkan pasar modern. Keuntungan yang bisa didapatkan saat berbelanja di pasar modern seperti fasilitas yang sangat nyaman, pelayanan yang sangat baik, dan produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas yang sangat baik, dan hal tersebut yang menjadikan faktor harga di pasar modern lebih tinggi dibuktikan dengan adanya penelitian dariUmboh dan Tommy (2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2018:81) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang-orang, tetapi juga objek atau benda-benda alam yang lain. Populasi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berbelanja di Pasar Tradisional Sumaroromg. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis probability sampling yaitu metode yang mengambil contoh untuk memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota (populasi) yang diambil menjadi anggota sampel. Dari berbagai jenis-jenis non probability sampling dengan pendekatan Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2018:85) Purposive Sampling adalah yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentuBerdasarkan hasil perhitungan sampel maka jumah sampel yang dibutuhkan dalampenelitian ini minimal sebanyak 96% dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari hasil tanggapan responden berdasarkan beberapa pertanyaan berupa kuesioner yang disebarkan peneliti kepada responden dan data dari internet konsep-konsep yang relevan. Analisis regresi linier sederhana digunakan sebagai teknik analisis data dalam riset ini adalah analisa data statistik yang hanya memanfaatkan dua variabel yaitu variabel X (independen) dan variabel Y (dependen) untuk mendapatkan hasil persamaan regresi. Variabel penelitian yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah dua variabel yaitu variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen.

3. Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat di pasar Tradisional Sumarorong Kabupaten Mamasa, terlebih dahulu diolah data melalui program SPSS 23.0. Dari analisis data penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat. Untuk menguji kebenaran hipotesis pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier sederhana yang proses pengolahan data dan perhitungannya menggunakan program SPSS 23.0.

Tabel 1. Hasil regresi linear sederhana

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,497	,368		1,351	,180
	TOTAL_X	1,226	,020	,987	61,028	,000
a. Dependent Variable: TPTAL_Y						

Sumber: Data Hasil Olahan (2023)

Berdasarkan hasil olahan regresi linier sederhana diatas dengan menggunakan program komputerisasi SPSS 23.0, maka dapat disajikan persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + Bx + e}$$

Keterangan:

Y = Kualitas Pelayanan (Variabel dependen)

x = Minat Beli Masyarakat (Variabel independen)

a = Bilangan Konstanta

b. = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjuk angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen yang didasarkan pada variabel dependen

Y = 0,497+1,226X

Dari persamaan diatas maka, dapat diberikan penjelasan sebagai berikut yakni 0,497 merupakan nilai konstanta, yang berarti bahwa jika X dianggap 0 maka nilai Minat masyarakat sebesar 0,479. Selanjutnya, 1,226 bertanda positif yang memberikan arti bahwa setiap kenaikan variabel Kualitas pelayanan 1 satuan maka akan meningkatkan minat pelanggan sebesar 1,226 dengan variabel lain tetap.

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu veriabel bebas kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat minat beli masyarakat. Untuk menentukan teknik analisis data terlebih dahulu menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan analisis frekuensi dari 4 pernyataan kualitas pelayanan yang paling kuat adalah pernyataan ke dua dengan nilai sebesar 4,62 dan variabel minat pelanggan yang paling kuat adalah pernyataan ke lima dan ke dua dengan nilai 4,62.

Berdasarkan hasil olahan data analisis regresi linier sederhana dengan menggunkan SPSS 23.0 maka diperoleh persamaannya adalah Y=0,497+1,226. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa 0,497 merupakan konstanta yang diartikan bahwa jika X dianggap 0 (nol) maka nilai minat beli masyarakat sebesar 0,497 sedangkan 1,226 yang bertanda positif yang diartikan setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat pelanggan sebesar 1,226 dengan variabel

lain tetap. Data-data yang diperoleh dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional sumarorong kabupaten mamasa.

Hal ini menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan minat beli masyarakat. Yang diartikan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin baik pula minat beli masyarakat di pasar tradisional sumarorong kabupaten mamasa maka akan berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan penting terhadap minat beli masyarakat. Jadi salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan agar dapat memberikan kepuasan bagi masyarakat dan berminat untuk kembali membili/berbelanja.

Dari hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nirma (2018) penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pelanggan Pada Toko Giant Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukan bahwa: 1) Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pelanggan pada Toko Giant Kota Makassar dengan persamaan regresi linier sederhana Y= 9.883 + 0,534X dengan tingkat signifikan .000 dan nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,648. 2) Kualitas Pelayanan memiliki peranan penting terhadap Minat Pelanggan, salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar dapat menarik minat pelanggan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengatahui pengaruh Kualitas Pelayana Terhadap Minat Beli Masyarakat di Pasar Tradisional Sumarorong Kabupaten Mamasa, berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dikemukakan kesimpulan sebagai berikut bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Masyarakat di Pasar Tradisional Sumarorong Kabupaten Mamasa. dengan persamaan regresi linier sederhana Y = 0,497+1,226X dengan tingkat signifikan .000 dan nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,987.

Referensi

Arohman. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Seindang Agung Lampung Tengah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen, 10(2).

Fauzi, N. A., & Wijaya. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Broiler di Pasar Cilandak. Jurnal Agrijati, 34(1).

Ghozali, I. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: UNDIP.

Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menyesuaikan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19. Vol.8, No. 2.

Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 12(1).

J. Setiadi, Nugroho. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana Media Group.

Karoui, Z. E., O.E., O. Eiry H. Loah, & Mandei, J. (2016). Faktor Pemilihan Konsumen Komoditi Pertanian Terhadap Tempat Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Manado. Jurnal ASEI, 12(1).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Global Edition). England: Pearson Education Limited.

Kusdiyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Klinik Kesehatan (Studi Kasus Era Klinik Surabaya). Jurnal Manajemen Pemasaran, 7(1).

Loveilock, C., Wirtz, J., & Muir, J. (2010). Pemasaran Jasa (Edisi 7, Jilid 2). Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

Manambey, Heist Fanny, Lapian, S.L.H.V. Joyce, & Soegoto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Service scape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado). Jurnal EiMBA, 7(4).

Pramudiana, Ika Deivy. (2017). Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern. Askeitik, 1(1).

Praseityaningsih, Erlita, & Astini, Rini. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan Pada Wanita Karir di Jakarta. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 2(2).

Priyanto, D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta: Medikom.

Puitri, Erdina Novita, Suinarti, & Andriana Pangeistuti. (2018). Pengaruh Service scape Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Toko Oen Malang). Jurnal Administrasi Bisnis(JAB), 62(1).

Saodah, Deideih Siti, & Rosdah Malia. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muika Cianjur). Jurnal Agroscience, 7(1).

Tjiptono, Fandy. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.

Tjiptono, Fandy, & Chandra, Gregorius. (2020). Pemasaran Strategik (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2019). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.

Uimboh, Meiny, & Parengkuan Tommy. (2016). Pengaruh Harga Tempat Produk Terhadap Kepuasan Pembelian di Pasar Tradisional Airmadidi. Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(4).

Widyatuti, P., & Alwani, A. (2018). Peran Community Advisory Sebagai Pemoderasi Dalam Kepuasan Pembelian. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 11(1). doi:10.25105/jmjp.v11i1.2496

Published by Journal of Applied Management and Business Research | This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License. Copyright @2024 by the Author(s).