



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan pada Produk di Indomaret Medan Marelan

Cindy Permata Putri¹, Yahya Tanjung²

¹²Universitas Potensi Utama

Email: permataputricindy6@gmail.com

Article Info

Article history:

Received October 26, 2024

Revised November 05, 2024

Accepted November 16, 2024

Keywords:

Service Quality, Product Quality, Price

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Product Quality, and Price have a positive and significant effect on buying interest in products at Indomaret. This study uses a quantitative descriptive approach aims to determine the relationship between two or more variables. The population of this study were 100 consumers who shopped at Indomaret Medan Marelan branch. The results of the study partially the Service Quality variable does not have a positive and significant influence on buying interest in products at Indomaret Medan Marelan branch. Partially, the Product Quality variable has a positive and significant influence on buying interest in products at Indomaret Medan Marelan branch. Partially, the Price variable has a negative and significant effect on buying interest in products at Indomaret Medan Marelan branch. Service Quality, Product Quality and Price variables together (simultaneously) have a positive and significant influence on buying interest in products at Indomaret Medan Marelan branch.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received October 26, 2024

Revised November 05, 2024

Accepted November 16, 2024

Keywords:

Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Indomaret cabang Medan Marelan sebanyak 100 orang. Hasil penelitian secara parsial variabel *Kualitas Pelayanan* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret cabang Medan Marelan. Secara parsial variabel *Kualitas Produk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret cabang Medan Marelan. Secara parsial variabel *Harga* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli pada produk



di Indomaret cabang Medan Marelan. Variabel *Kualitas Pelayanan*, *Kualitas Produk* dan *Harga* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret cabang Medan Marelan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Cindy Permata Putri
Universitas Potensi Utama
Email: Permataputricindy6@gmail.com

Pendahuluan

Bisnis ritel modern mengalami pertumbuhan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini. Perkembangan industri ritel tidak terlepas dari tiga faktor utama yaitu faktor ekonomi, demografi, dan sosial budaya. Faktor ekonomi yang menunjang pertumbuhan industri ritel, terutama adalah pendapatan per kapita penduduk Indonesia maupun pertumbuhan ekonomi yang terus cenderung meningkat. Faktor berikutnya adalah demografi, ditandai dengan adanya peningkatan jumlah penduduk di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), laju pertumbuhan penduduk di Indonesia berjumlah 279.486.195 jiwa pada tahun 2024.

Model minimarket seperti Indomaret yang sudah menjamur menawarkan berbagai hal menarik dan dipilih untuk dijadikan bahan penelitian. Produk yang ditawarkan di Indomaret dengan harga yang variatif dan kompetitif yang diharapkan mampu memberikan daya tarik kepada konsumen sehingga ada keputusan pembelian ulang dari konsumen yang sudah merasakan produk yang sebelumnya dibeli. Harga menjadi ciri yang sangat penting dalam lingkup sosial dan eksistensi suatu produk.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan pelanggan yang tinggi, sebuah perusahaan harus mampu menemukan layanan yang mampu diterima dan dirasakan oleh pelanggan sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Jadi, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin tingginya



kualitas pelayanan yang berakibat tingginya kepuasan pelanggan akan berdampak juga bagi minat beli konsumen.

Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pasar. Kualitas produk dapat menentukan dimana letak perusahaan tersebut dimata konsumen. Suatu perusahaan yang menawarkan kualitas produk yang unggul akan menempati urutan utama dan selalu dicari untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan sistematis, data penelitiannya berbentuk numeric ataupun angka-angka yang diolah mengutamakan rumus-rumus statistik. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

Hasil

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov yaitu dasar dari pengambilan keputusan yang dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significated) yang dapat dilihat sebagai berikut:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi tidak normal.

Tabel 1 Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,12707883
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,068
Test Statistic		,080



Asymp. Sig. (2-tailed)

,116^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah SPSS 25

Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1 diatas , dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data tersebut, besar nilai signifikansi kolmogorov-smirnov sebesar 0,116. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,116 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli berdasarkan hasil penelitian dengan uji F, maka diperoleh nilai F-hitung Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga sebesar $17,832 > 2,70$. Maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di Indomaret Cabang Medan Marelan.

Kesimpulan

Hasil penelitian secara parsial variabel Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret cabang Medan Marelan. Hasil penelitian secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret cabang Medan Marelan. Hasil penelitian secara parsial variabel Harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret cabang Medan Marelan. Hasil penelitian variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk di Indomaret cabang Medan Marelan.



Daftar Pustaka

- Abunawas, 2023. *Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian*. Jakarta: Pilar Press.
- Anggi, 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome (Studi Kasus PT. Infomedia Nusantara Bandung). *Jurnal Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*. Vol. 5 No. 3. Halaman. 523-533.
- Angipora, 2022, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Arinawati, 2019. *Penataan Produk dan Kualitas Pelayanan*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024. Tentang Jumlah Penduduk Indonesi.
- Euromonitor International, 2024 <https://data.goodstats.id/statistic/indomaret-jadi-gerai-ritel-terbanyak-di-indonesia-pada-2024-8JIID>.
- Gilang, 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Mang Engking di Surakarta. *Skripsi Ekonomi dan Bisnis*. Program Sarjana. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Gunawan, 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mark.On.Id. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 6. No. 2. Halaman. 103-113.
- Harjadi, 2021. *Experiental Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Jakarta : Insania.
- Husnul, 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi Minimarket Indomaret Kota Banda Aceh). *Skripsi Ekonomi dan Bisnis*. Program Sarjana. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Handoko, 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasman, 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnal Economina*. Vol. 2. No. 9. Halaman. 2274-2293.
- Kotler, 2019. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kevin, 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Nusantara Mart Gendingan Tulungagung. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*. Vol.1. No. 3. Halaman. 34-48.
- Kismono, 2021. *Bisnis Pengantar Ekonomi dan Bisnis* Yogyakarta : Press UGM.



- Lestari, 2021. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Mahmudah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*. Vol. 5. No. 1. Halaman. 45-52.
- Lupiyoadi, 2020. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moko, 2021. *Manajemen Kinerja Teori Dan Praktik*. Malang: UB Press.
- Moulvi, 2024. Pengaruh Harga, Kualitas Produk,Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Indomaret Daan Mogot 30. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 10. No. 5. Halaman. 588-601.
- Meutia, 2020. Pengaruh Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Toko Langsa Ponsel. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 5. No. 1. Halaman.449- 458.
- Munawir, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 4 No. 2. Halaman. 204-215.
- Mutami, 2022. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Taksi Kosti Semarang). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1 No. 1. Halaman. 1-8.