
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN CRISBAR

Chairun Nisya Putri Nandika ¹⁾, Risma Rizkyani ²⁾, Hendra Taufik ³⁾, Hendri Hidayat ⁴⁾

E-mail: chairun.nisya2103@gmail.com

Universitas Al-Ghifari, Kota Bandung, Indonesia

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi dunia berkembang pesat dimana persaingan dihadapi oleh setiap perusahaan, Pengertian metode penelitian menurut Sugiono (2014:2) dalam Yumi et al. (2018:2842) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Desain penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan analisis kuantitatif, yaitu untuk menguji hipotesis dan mengadakan intreprastasi yang lebih dalam, yang menggambarkan hubungan terstruktur variabel-variabel secara komprehensif, yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan *Servicescape* (X2) terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) pada restoran Crisbar dengan demikian rupa agar hasil penelitian, serta untuk mengetahui variabel lain yang diteliti (epsilon). Isi simpulan dan saran menggunakan huruf dan gaya paragraf yang sama dengan bagian lainnya dan disarnakan ditulis dalam satu paragraf dan menghindari penggunaan bullet dan numbering.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Servicescape*, Minat beli

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dunia berkembang pesat dimana persaingan dihadapi oleh setiap perusahaan, perusahaan berusaha memenangkan persaingan dengan strateginya masing-masing. Dengan persaingan yang semakin kompetitif Pemerintah Kota Bandung menerbitkan peraturan mengenai perlindungan makanan dan minuman dalam Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 7 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan kepariwisatawan. Meningkatnya pendirian rumah makan seperti cafe maupun restoran di berbagai tempat mencerminkan hasil dari permintaan pasar yang memang juga meningkat. Pada saat ini cafe maupun restoran sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia, akibatnya keberadaan cafe maupun restoran sudah menjadi kebutuhan. Hal ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang padat dan mengakibatkan semakin banyak masyarakat menghabiskan waktunya di luar rumah yang mengakibatkan masyarakat mencari sesuatu yang bersifat praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut Kotler dan Keller (2009) yang dikutip oleh Bonita (2015:6), menyatakan bahwa minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Jika manfaat mengkonsumsi produk yang dirasakan lebih kecil dari pada umumnya akan beralih ke produk lain yang sejenis. Hal ini dilakukan oleh beberapa pengusaha Restoran seperti halnya Restoran Crisbar berupaya memproduksi barang atau

jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan, perusahaan terus-menerus melakukan inovasi dan pembaharuan dalam meningkatkan kualitas setiap produknya baik berupa barang atau jasa, hal tersebut dilakukan agar dapat memenangkan persaingan dalam bisnis tentunya bukan hanya kualitas produk atau jasa saja yang harus diperhatikan oleh Restoran Crisbar namun perusahaan juga harus memperhatikan kualitas pelayanan.

Kualitas Pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah dari segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran Crisbar, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik.

Selain kualitas pelayanan, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *Servicescape*. *Servicescape* salah satu karakteristik yang dimiliki oleh jasa adalah *intangibility*. Kajian lingkungan fisik dalam sebuah jasa melalui peran *servicescape*. Istilah *servicescape* mengacu kepada tampilan dari lingkungan fisik dan juga mencakup unsur lain dari lingkungan jasa yang membentuk pengalaman pada konsumen. Menurut Kesumawardani (2012) *servicescape* adalah lingkungan fisik yang memuat adanya pertemuan jasa yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai kualitas, kepuasan dan respon secara eksternal.

Berdasarkan hasil melakukan wawancara dan observasi dengan atasan Restoran Crisbar bahwa permasalahan yang dihadapi Restoran Crisbar adalah minat beli. Minat beli menjadi sebuah pertimbangan dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk/jasa pada perusahaan. Setiap elemen mempunyai peran untuk memberikan kesan pada konsumen, terlebih dalam minat eksploratif dimana konsumen akan mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk mendukung dalam memilih suatu produk atau jasa.

Philip Kotler (2007:205) dalam Feby (2019:45) sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat dimilikinya. Pandangan konsumen pada variable minat beli sangat *fariative* dari tiap dimensinya, baik pada dimensi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat ekspolaritif.

METODE

Metode Penelitian Yang Digunakan

Pengertian metode penelitian menurut Sugiono (2014:2) dalam Yumi et al. (2018:2842) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dijelaskan kembali oleh Sugiono (2014:2) dalam Yumi et al. (2018:2842) bahwa “melalui penelitian manusia dapat menggunakan hasilnya. Secara umum data yang di peroleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada”. Ditinjau dari tujuan penelitian, penelitian ini di golongan sebagai penelitian deskriptif dan verifikatif yaitu memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan, *servicescape* dan minat beli yang di peroleh penelitian,

kemudian dari data tersebut melakukan analisis. Metode deskriptif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu kejadian. Menurut Sugiono (2011) dalam Dwi & Sundari (2020:82) metode deskriptif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara actual. Dengan demikian, peneliti beranggapan bahwa metode penelitian deskriptif sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Karena dalam penelitian ini, berusaha menganalisa dan mendeskripsikan sebuah masalah atau fenomena yang terdapat pada restoran Crisbar.

Tujuan metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang di selediki. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan serta untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y yang diteliti dengan menggunakan perhitungan statistik. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Penelitian dalam Usulan Penelitian ini terdiri dari 6 tujuan, yakni:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas pelayanan di Restoran Crisbar menggunakan metode deskriptif.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Servicescape di Restoran Crisbar menggunakan metode deskriptif.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis minat beli di Restoran Crisbar menggunakan metode deskriptif.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis berapa besar Kualitas pelayanan terhadap minat beli di Restoran Crisbar menggunakan metode verifikatif.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis servicescape terhadap minat beli pada Restoran Crisbar menggunakan metode verifikatif.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis berapa besar Kualitas pelayanan dan Servicescape terhadap minat beli konsumen di Restoran Crisbar menggunakan metode verifikatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rancangan penelitian menjadi dasar sebagai pedoman untuk melakukan penelitian. Desain penelitian menyediakan metode untuk memperoleh informasi yang digunakan untuk merumuskan atau memecahkan masalah penelitian.

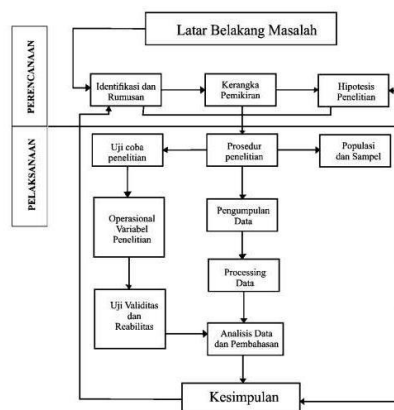
Desain penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan analisis kuantitatif, yaitu untuk menguji hipotesis dan mengadakan intreprastasi yang lebih dalam, yang menggambarkan hubungan terstruktur variabel-variabel secara komprehensif, yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Servicescape (X2) terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) pada restoran Crisbar dengan demikian rupa agar hasil penelitian, serta untuk mengetahui variabel lain yang diteliti (epsilon). Desain penelitian yang digunakan peneliti meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

1. Identifikasi dan pemilihan masalah penelitian

2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian dan referensi penelitian sebelumnya
3. Memfokuskan masalah penelitian melibatkan pendefinisian tujuan, ruang lingkup yang luas dan hipotesis yang akan diuji.
4. Konstruksi studi atau percobaan.
5. Pemilihan dan definisi pengukuran variabel
6. Pilih metode sampling dan teknik yang digunakan.
7. Pengembangan alat dan teknik untuk pengumpulan data.
8. Menerjemahkan pengkodean dan mengedit serta memproses data. Menganalisis data dan memilih metode statistik untuk membuat generalisasi dan kesimpulan statistik.

Pelaporan hasil penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi, serta interpretasi data, generalisasi, serta menganjurkan beberapa saran-saran dan kerja penelitian yang akan datang, maka di gambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. Desain Penelitian



Sumber : Sugiono (2017)

Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu/kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta di tarik kesimpulannya. Menurut Sugiono (2009) dalam Nikmatur (2017:66) variabel penelitian adalah suatu atribut/sifat atau nilai dari orang lain, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya.

Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Tjiptono (2004:238) dalam Herlis (2020:81) kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dimensi dari Kualitas Pelayanan adalah:

1. *Tangibles*, Bukti Fisik
2. *Reliability*, Kehandalan
3. *Responsiveness*, Daya Tanggap

4. *Assurance*, Jaminan
5. *Empathy*, memberikan perhatian

Indikator:

1. Fasilitas Fisik & Perlengkapan
2. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera
3. Keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan
4. Pengetahuan dan kesopanan pegawai
5. Memahami kebutuhan pelanggan

Servicescape (X2)

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2011:12-19) dalam Widya Servicescape sebagai gaya, tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan. Dimensi dari Servicescape adalah:

1. *Ambient Conditions*
2. *Spatial Layout and Functionality*
3. *Signs, Symbols, and Artifact*

Indikator:

1. Suhu
2. Pencahayaan
3. Tata letak peralatan
4. Lokasi
5. Papan nama
6. Kondisi lingkungan sekitar

Minat Beli (Y)

Kotler & Keller (2010:5) Sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat dimilikinya. Dimensi dari Minat Beli adalah:

1. Minat Transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Eksploratif

Indikator:

1. Ketertarikan konsumen terhadap produk restoran Crisbar
2. Kecendrungan konsumen membeli makanan berdasarkan orang lain
3. Konsumen memiliki pilihan utama terhadap produk restoran Crisbar
4. Konsumen mencari informasi terkait menu yang paling banyak disukai

Metode Analisa Data

Menurut Sugiono (2019: 480-942) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Data yang diperoleh dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk data, kalimat dan gambar.
2. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diberi

nilai.

Data apabila dilihat dari sumbernya, maka pengumpulan data menurut Sugiono (2017:137)

dapat menggunakan dua sumber yaitu :

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer didalam penelitian ini didapatkan peneliti dari kuesioner responden.
2. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah suatu bentuk terapan dari analisa multiregresi dalam analisa ini digunakan dengan jalur untuk membantu konseptualisasi masalah-masalah atau untuk menguji hipotesis yang kompleks. Dengan cara ini, dapat dihitung langsung dari variabel-variabel bebas terhadap variabel-variabel terikat. Langkah-langkah untuk melakukan analisis jalur (Harun Al-Rasyid, 2004:7) adalah sebagai berikut :

1. Hitung matrik korelasi antar variabel R

$$R = \begin{bmatrix} 1 & r_{xy1} & r_{xy2} \\ & 1 & r_{y1y2} \\ & & 1 \end{bmatrix}$$

Dengan rumus korelasi sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$$

2. Hitung invers matriks korelasi sesama variabel independen

$$R^{-1} = \begin{bmatrix} C_{11} & C_{12} \\ C_{21} & C_{22} \end{bmatrix}$$

3. Hitung koefisien jalur menggunakan rumus :

$$\rho_{yx_j} = R_1^{-1} \times \begin{bmatrix} r_{xy2} \\ r_{y1y2} \end{bmatrix}$$

4. Hitung $R_{y(x1x2)}^2$ yang merupakan koefisien determinasi total X_1 dan X_2 terhadap Y yang rumusnya :

$$R_{y(x1x2)}^2 = [\rho_{yx1} \quad \rho_{yx2}] \begin{bmatrix} r_{yx1} \\ r_{yx2} \end{bmatrix}$$

5. Hitung koefisien pengaruh faktor lain $\rho_{y\epsilon}$ menggunakan rumus :

$$\rho_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2 y(x_1x_2)}$$

Analisis data dalam pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melalui Analisis Jalur (*Path Analysis*) yaitu dengan melihat besarnya pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan, variabel Servicescape, dan variabel Minat Beli pada restoran Crisbar. Hasil dari perhitungan dapat ditentukan dari tabel berikut :

Tabel 2. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiono (2018:184)

Uji Hipotesis

Sugiyono (2018:63) berpendapat bahwa hipotesis adalah: “hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis ini dimulai dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik dan perhitungan nilai statisti, penetapan tingkat signifikan dan penetapan kriteria pengujian. Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan uji T untuk mengetahui pengaruh secara parsial, sedangkan untuk mengetahui pengaruh secara simultandigunakan analisis regresi linear berganda untuk menggunakan uji F, dan koefisiensi determinasi. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi software SPSS.

1. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel independent secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah :

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap (Y) Minat Beli

$H_0: p_{yx_1} = 0$	Berarti Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli
$H_a: p_{yx_1} \neq 0$	Berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli

Variabel Servicescape (X_2) terhadap minat beli (Y)

$H_0: \rho_{yx_2} = 0$	Berarti Servicescap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli
$H_a: \rho_{yx_2} \neq 0$	Berarti Servicescape berpengaruh signifikan terhadap minat beli

Hipotesis kemudian diuji untuk mengetahui diterima atau ditolak hipotesisnya. Pengujian hipotesis ditunjukkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t. Pengujian dengan membandingkan thitung dengan ttabel dilakukan dengan ketentuan yaitu:

Kriteria Uji :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

2. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujianya adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Iklan media sosial dan kualitas layanan terhadap Minat beli pada restoran Crisbar.

H_a : Terdapat Iklan media sosial dan kualitas layanan terhadap Minat beli pada restoran Crisbar.

Hipotesis kemudian diuji untuk mengetahui diterima atau ditolak hipotesisnya. Pengujian hipotesis ditunjukkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji F atau yang biasa disebut dengan Analysis of varian (Anova).

Pengujian Anova atau Uji F bisa dilakukan dengan dua cara yaitu cara melihat tingkat signifikansi atau dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel - pengujian dengan tingkat signifikansi pada tabel Anova $\leq 0,10$ maka H_0 ditolak (berpengaruh), sementara sebaliknya apabila tingkat signifikansi pada tabel Anova > 0.10 , maka H_0 diterima (tidak berpengaruh). Pengujian dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel dilakukan dengan ketentuan yaitu:

Kriteria Uji :

- Jika $F_{hitung} > F_{hitung}$ pada $\alpha = 10\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh).
- Jika $F_{hitung} < F_{hitung}$ pada $\alpha = 10\%$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil melakukan wawancara dan observasi dengan atasan Restoran Crisbar bahwa permasalahan yang dihadapi Restoran Crisbar adalah minat beli. Minat beli menjadi sebuah pertimbangan dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk/jasa pada perusahaan.

Peneliti menggunakan Analisis Jalur (Path Analysis) sebagai metode untuk melakukan analisis data penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insan dan Bisnis*, 1(1), 117-127.
- Khairunnisa, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Servicescape Terhadap Minat Pengunjung. Makassar (Pada Cafe Social Barn Makassar) Skripsi.
- N, M. R., Samsudin, A., & Komariah, K. (2020). Kekuatan Servicescape dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines*, 2(2), 215-225.
- Pratama, A. R. (2020). Pengaruh Servicescape dan Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Geprek Benua di Jember. Jember: Universitas JEMBER.