

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA JASA MULTIMEDIA KOMPUTER “SEJATI” DI LUMAJANG**

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini mengangkat tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Jasa Multimedia Komputer “Sejati” di Lumajang. Pelayanan pada dasarnya suatu tindakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan pada suatu organisasi. Kualitas Pelayanan sangat penting dalam suatu badan usaha, apalagi usaha yang bergerak di bidang Jasa. Kualitas Pelayanan merupakan tolak ukur akan kinerja suatu badan usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Usaha Jasa Multimedia Komputer “Sejati” yang terletak di Jl. Brigjend Katamso Pertokoan Tama Toga Lumajang. Secara rentan waktu sebenarnya usaha Jasa Multimedia Komputer “Sejati” ini telah berjalan 2 tahun, dan sampai sekarang masih berjalan lancar juga terus berkembang. Didaerah Pertokoan Taman Toga Lumajang yang terlingkup dalam naungan Dinas Pasar Kabupaten Lumajang memang sejak dulu sudah terkenal dengan sentra UMKM usaha yang bergerak di bidang komputer, dimana hal tersebut juga mengakibatkan persaingan dan kompetisi usaha yang cukup ketat.

Hasil uji t pada variabel X1 yaitu kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung = 0,298 dengan signifikansi 0,768. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t tabel sebesar  $\pm 2,048$ . Ini berarti t hitung (0,298) terletak antara  $-t$  tabel (-2,048) dan t tabel (2,048), yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,768 yang berada di atas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut : a) Nilai *constant* sebesar 5,801 menunjukkan bahwa nilai keputusan pembelian akan sama dengan 5,801 jika nilai kualitas pelayanan (X1) sama dengan 0. b) Koefisien kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,070 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) nilai kualitas pelayanan akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,070 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) nilai kualitas pelayanan akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,070.

Dalam penelitian ini kualitas Pelayan tidak berpengaruh pada Keputusan Pembelian konsumen, tapi berpengaruh positif dan signifikan pada Loyaitas Pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan.*

# EFFECT ON THE QUALITY OF PURCHASE DECISION AND CUSTOMER LOYALTY IN BUSINESS SERVICES COMPUTER MULTIMEDIA "TRUE" IN LUMAJANG

## ABSTRACT

This study raised about the Effects of Service Quality on the Buying Decision Services Business Computer Multimedia "True" in Lumajang. Essentially an act of service to meet the needs of consumers or customers in an organization. Quality of service is very important in an enterprise, especially a business engaged in the field of services. Service quality is a measure of the performance of an enterprise in meeting the needs of consumers or customers. Multimedia Computer Service Business "True" which is located on Jl. Brigjend Katamso Shopping Tama Toga Lumajang. In real time vulnerable Computer

Multimedia Services business "Truth" has been running 2 years, and it still runs smoothly also continues to grow. Shopping areas Toga Lumajang terlingkup Park glittering auspices of the Office Market Lumajang had always been famous for SME business centers engaged in the computer, where it also resulted in competition and competition stringent enough effort.

The results of t-test on the variable X1 is the quality of service obtained t value = 0.298 with a significance of 0.768. By using a significance limit of 5% or 0.05 t obtained table of  $\pm 2.048$ . This means that t (0.298) lies between the t table (-2.048) and t table (2.048), which means that  $H_0$  is accepted and  $H_a$  rejected. With a significance level of 0.768 which is above the 0.05 limit, it can be concluded there is no significant effect of service quality on purchase decisions. From the results of the simple linear regression equation can be explained sebagaiberikut: a) a constant value of 5.801 indicates that the value of the purchase decision would be the same as 5.801 if the value of quality of service (X1) is equal to 0 b) The coefficient of quality of service (X1) of 0.070 (indicating positive unidirectional relationship) states that every increase of 1 (one) value of quality of service will increase the purchasing decisions of 0.070 and vice versa every decrease of 1 (one) value of quality of service will decrease the purchasing decisions of 0.070.

In this study no effect on the quality waiter consumer purchase decision, but positive and significant effect on customer Loyalty.

Keywords: *Quality of Service, Purchasing Decisions and Customer Loyalty.*