
Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Process, Physiyical Evidence, People*) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Sultan *Laundry BRP Tasikmalaya*)

Selvia Nurahmah Indriati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email : selvianurahmahinriati@gmail.com

Article History:

Received: 25 Mei 2022

Revised: 07 Juni 2022

Accepted: 07 Juni 2022

Keywords: *Process, Physical Evidence, People, Purchasing Decision*

Abstract: *This study aims to determine the effect of the service marketing mix (process, physical evidence, people) on purchasing decisions on consumers of Sultan Laundry BRP Tasikmalaya. The type of research used is a quantitative method with a survey approach. The population in this study are consumers of Sultan Laundry BRP Tasikmalaya. The sample is 100 people. The analytical tool used is multiple linear regression. The results of the study obtained multiple linear regression equations ($Y=15,168+0,664X1+ 0,260X2+0,237X3$). The results of the hypothesis simultaneously (F test) were obtained (Fcount value of 7.863 > Ftable value of 2.70) which means that process, physical evidence, people have a significant effect on consumer purchasing decisions of Sultan Laundry BRP Tasikmalaya. Meanwhile, from the results of the partial hypothesis (t test) obtained for the X1 process variable (tcount 2,914 > ttable 1,985) then the process has a significant effect on purchasing decisions. For the variable X1 phsiycal evidence (tcount 2,311 > ttable 1,985) then the phsiycal evidence has a significant effect on purchasing decisions. For the variable X3 people (tcount 2.144 > ttable 1.985) then people have a significant effect on purchasing decisions. The Correlation Coefficient (R) of 0.444 means that it has a relationship between process, physical evidence, and people on consumer purchasing decisions of Sultan Laundry BRP Tasikmalaya. The coefficient of determination (R²) is 0.197 or 19%, meaning that purchasing decisions are influenced by the process (process) of physical evidence (physical evidence), people (people) by 19%. While the remaining 81% is influenced by other factors not examined. The magnitude of the influence of these other variables is often referred to as the € error.*

PENDAHULUAN

Banyaknya jumlah bisnis dalam bidang jasa di Indonesia memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik, Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi sepanjang tahun 2018 yang mencapai angka 5,17% dan pada tahun 2019 mencapai angka 5,02% dan pada tahun 2020 pertumbuhan sektor jasa mengalami kontraksi sebesar 7,07 % pertumbuhan tersebut sebagian besarnya di topan oleh bisnis di sektor jasa atau *non-tradable* yang dimana bisnis sektor jasa mengalami perkembangan di setiap tahunnya.

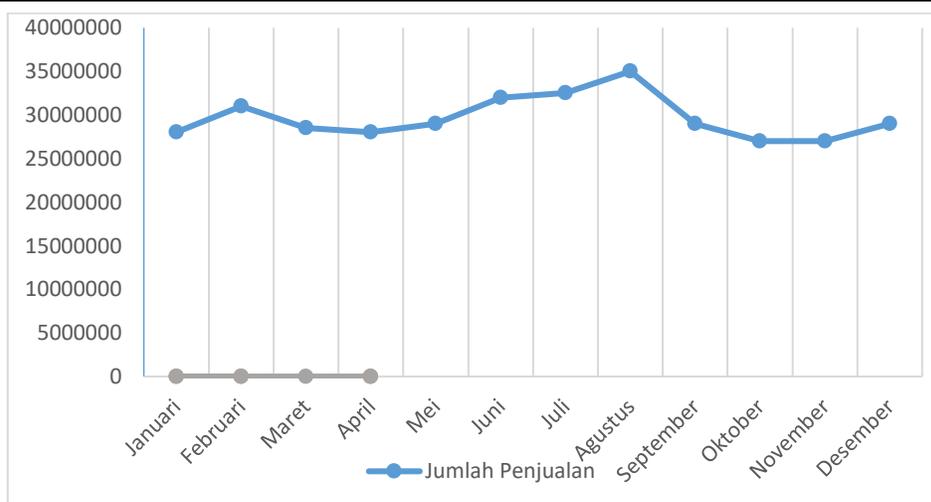
Tabel 1. Data Statistik Usaha Jasa

Tahun	Persentase
2018	5,17 %
2019	5, 02 %
2020	7,07 %

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih, misalnya merasa puas dengan kualitas pelayanan (*process, physical evidence, people*). Tidak sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas, maksudnya konsumen membeli produk tersebut tanpa ada rencana untuk membeli. Pelayanan yang baik dari penyedia jasa (*people*) akan membentuk suatu *physical evidence* pada pelanggan akibat *process* pemberian jasa yang dilakukan sangat baik. Dari *physical evidence* yang telah terbentuk memungkinkan untuk peningkatan jumlah konsumen yang ingin menggunakan jasa layanan yang sama. Mengelola Mutu Jasa Terdapat suatu strategi yang dapat ditempuh dalam memenangkan persaingan dengan pesaing usaha yaitu dengan cara menyampaikan layanan yang bermutu tinggi secara konsisten dibanding para pesaing dan lebih tinggi daripada harapan pelanggan.

Process, Physical evidence dan *People* merupakan bentuk penyampaian aspek lingkungan, layanan, dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen tentang keseluruhan perusahaan tersebut, *Process, Physical evidence* dan *People* sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap perusahaan dimana persepsi tersebut berpengaruh dalam keputusan pembelian. konsumen juga dapat mengidentifikasi dan membandingkan suatu perusahaan jasa dengan perusahaan jasa lainnya.

Sultan *laundry* adalah salah satu usaha jasa yang terletak di Jl.Dinding Ari Raya BRP, Sultan *Laundry* pertama kali didirikan pada tahun 2014 dan sampai sekarang masih berjalan dengan jam operasional pukul 07.00 sampai pukul 17.00 WIB. Dalam mengoperasikan perusahaan sultan *laundry* tidak mempekerjakan karyawan melainkan keluarga yang melakukan seluruh aktivitas perusahaan dengan kurangnya perangkat penunjang jasa *laundry* yang dibutuhkan.



Gambar 1. Data Penjualan Sultan Laundry Tahun 2020

Sumber data: Sultan Laundry

Dari keterangan pada gambar 1 dapat dilihat penjualan di Sultan Laundry mengalami naik turun. Permasalahan yang ditemukan di lapangan yaitu kurangnya Bauran Pemasaran Jasa (*Process, Phsiycal Evidence, People*) dalam meningkatkan keputusan pembelian, Maka dari itu berdasarkan permasalahan yang ada, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Process, Phsiycal Evidence, People*) Terhadap Keputusan Pembelian” Survei pada Konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Dalam melaksanakan penelitian penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017: 8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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.

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalitas dengan pengambilan data secara survei. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:112) penelitian kausal adalah peneliti tertarik untuk menjelaskan satu atau lebih banyak faktor yang menyebabkan masalah. Dengan kata lain, maksud peneliti untuk melakukan studi kausal adalah agar mampu menyatakan bahwa variabel X menyebabkan variabel Y.

Sedangkan penelitian survei adalah metode penelitian yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel sosiologis dan psikologis dari sampel (Sugiyono; 2018: 36)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa *Process* (Proses) *Physical Evidence* (Bukti Fisik) *People* (Orang) secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya

1. Nilai $b_1 = 0,664$ menunjukkan bahwa variabel *process* (proses) X1 mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Y yang berarti setiap kenaikan 1 setelah variabel *process* (proses) akan mempengaruhi keputusan pembelian Y sebesar 0,664

dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Nilai $b_2 = 0,260$ menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* (bukti fisik) X_2 mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Y yang berarti setiap kenaikan 1 setelah variabel *physical evidence* (bukti fisik) akan mempengaruhi keputusan pembelian Y sebesar 0,260 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Nilai $b_3 = 0,237$ menunjukkan bahwa variabel *people* (orang) X_3 mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Y yang berarti setiap kenaikan 1 setelah variabel *people* (orang) akan mempengaruhi keputusan pembelian Y sebesar 0,237 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Nilai $e = 4,880$ menunjukan kesalahan baku estimasi Pengujian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara Bersama-sama variabel *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik), *people* (orang) terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan uji F. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik), *people* (orang) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik), *people* (orang) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Pengujian ini dapat dilihat dari perhitungan dari tabel ANOVA terlampir pada daftar lampiran 3.

Nilai koefisien korelasi (R) adalah 0,444 mendekati +1 berarti keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat dan bentuk pengaruhnya adalah linear positif.

Koefisien determinasi digunakan untuk menggambarkan seberapa besar perubahan atau dari variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independent.

Kemudian dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,197 atau 19%, artinya, keputusan pembelian dipengaruhi oleh *process* (proses) *physical evidence* (bukti fisik), *people* (orang) sebesar 19%. Sedangkan sisanya sebesar 81% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut sebagai error ϵ .

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan nilai $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$ yang artinya variabel independent secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Selain itu, dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% maka diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70. Nilai $F_{hitung} 7,863 > \text{nilai } F_{tabel}$ sebesar 2,70 yang artinya terdapat pengaruh signifikan. Hal ini berarti *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik), *people* (orang) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya.

Pengaruh Process (Proses) secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Sultan Laundry

BRP Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien antara Process (Proses) dengan keputusan pembelian sebesar 0,285 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara *Process* (proses) dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai + yang

mengandung arti bawa *Process* (proses) akan meningkatkan keputusan pembelian. Maka besar pengaruh *Process* (proses) terhadap keputusan pembelian secara parsial sebesar 8,1% [$K_d = (0,285)^2 \times 100\%$].

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *Process* (Proses) secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Sultan Laundry BRP Tasikmalaya Dilihat dengan cara membandingkan nilai *t* tabel dan *t* hitung . Hasil perhitungan memberikan nilai *t* hitung = 2,914 dan *t* tabel = 1,985 ($\alpha = 5\%$) maka nilai *t* hitung > *t* tabel atau $2,914 > 1,985$ atau dilihat dari nilai Sig.0,004 hasil perhitungan SPSS Versi 25 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$).

Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti bahwa *Process* (Proses) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berpengaruhnya *Process* (Proses) terhadap Keputusan Pembelian karena menurut responden *Process* (Proses) sudah sesuai dengan hasil yang diinginkan dan diharapkan.

Pengaruh *Physical Evidence* (Bukti Fisik) secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Sultan Laundry BRP Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien antara *Physical Evidence* (Bukti Fisik) dengan keputusan pembelian sebesar 0,230 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara *Process* (proses) dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai + yang mengandung arti bawa *Physical Evidence* (Bukti Fisik) akan meningkatkan keputusan pembelian. Maka besar pengaruh *Physical Evidence* (Bukti Fisik) terhadap keputusan pembelian secara parsial sebesar 5,2% [$K_d = (0,230)^2 \times 100\%$].

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *Physical Evidence* (Bukti Fisik) secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Sultan Laundry BRP Tasikmalaya Dilihat dengan cara membandingkan nilai *t* tabel dan *t* hitung . Hasil perhitungan memberikan nilai *t* hitung = 2,311 dan *t* tabel = 1,985 ($\alpha = 5\%$) maka nilai *t* hitung > *t* tabel atau $2,311 > 1,985$ atau dilihat dari nilai Sig. 0,023 hasil perhitungan SPSS Versi 25 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$).

Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti bahwa *Physical Evidence* (Bukti Fisik) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *People* (orang) secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien antara *People* (orang) dengan keputusan pembelian sebesar 0,214 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara *Process* (proses) dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai + yang mengandung arti bawa *People* (orang) akan meningkatkan keputusan pembelian. Maka besar

pengaruh *People* (orang) terhadap keputusan pembelian secara parsial sebesar 4,5% [$Kd=(0,214)^2 \times 100\%$].

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *People* (orang) secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Sultan Laundry BRP Tasikmalaya Dilihat dengan cara membandingkan nilai t tabel dan t hitung . Hasil perhitungan memberikan nilai t hitung = 2,144 dan t tabel = 1,985 ($\alpha=5\%$) maka nilai t hitung > t tabel atau 2,144 > 1,985 atau dilihat dari nilai Sig. 0,035 hasil perhitungan SPSS Versi 25 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha=5\%$).

Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti bahwa *People* (Orang) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa *Process* (Proses) yang dilakukan oleh Sultan Laundry BRP Tasikmalaya termasuk pada kategori sangat setuju. Artinya *process* (proses) sesuai dengan rekapitulasi dimana sultan laundry menerapkan indikator dari variabel *process*(proses).
2. Bahwa *Physical Evidence* (Bukti Fisik) Yang Di Sediakan Sultan Laundry BRP Tasikmalaya termasuk pada kategori sangat setuju. Artinya *Physical Evidence* (Bukti Fisik) sesuai dengan rekapitulasi dimana sultan laundry menerapkan indikator dari variabel *Physical Evidence* (Bukti Fisik).
3. Bahwa *People* (Orang) Yang Melayani Konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya termasuk pada kategori sangat setuju. Artinya *People* (Orang) sesuai dengan rekapitulasi dimana sultan laundry menerapkan indikator dari variabel *People* (Orang).
4. Bahwa Keputusan Pembelian Konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya termasuk pada kategori sangat setuju. Artinya Keputusan Pembelian sesuai dengan rekapitulasi dimana sultan laundry menerapkan indikator dari variabel keputusan pembelian.
5. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), *People* (Orang) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya. Bahwa variabel *Process* (Proses) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Bahwa *Physical Evidence* (Bukti Fisik) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Bahwa *People* (Orang) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah,Siti Nur. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata Maharani Zoo dan Goa Lamongan (Studi pada pengunjung Maharani zoo dan goa)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.2 No.1 <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/7065>
- Diputra, Indra Surya. Maha Yoga, Agus Dian. 2020. *Pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan Terhadap keputusan pembelian pada PT.Indomarco pratama Denpasar bali*. Jurnal Widya Manajemen Vol.2 No.2 Hal.69-80 <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i2>
- Malardy,M. Algyansyah. Sari,Devilia. 2015. *Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap*

- keputusan Pembelian konsumen (studi kasus konsumen siete cafe & garden bandung).*
Jurnal Manajemen Vol.2 No.2 Hal.1-10 <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Mahardika, Reza Anggi. 2020. *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.* Skripsi. Universitas Perjuangan. (Tidak Diakses).
- Nurhayati, Nuni. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.* Skripsi. Universitas Perjuangan. (Tidak Dipublikasi).