Journal of Management and Social Sciences (JMSC)
Vol.1, No.3 Juli 2023
e-ISSN: 2964-2159; p-ISSN: 2964-2043, Hal 27-31
DOI : https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i3.151

ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAPKEPUTUSAN PEMBELIAN BERULANG MIXUE DI SURABAYA

Andini Sartika Ayu[1],Andika Dimas [2],
Erlangga Aldi Pratama[3],Irfan Maulana Yahya[4]
[1] Prodi Manajemen ,Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya
Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota SBY, Jawa Timur 60118

Abstrak

Judul Penelitian ini yakni analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berulang mixue di Surabaya merupakan artikel ilmiah yang digunakan untuk membangun hipotesis riset pengaruh antar variable. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Literatur. Artike rivew ini bersumber dari media online seperti Google Scholar, Mendeley dan media online lainnya. Hasil artikel ini adalah: 1) Promosi berpengaruh terhadap Pembelian Ulang; 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Pembelian Ulang. Guna meningkatkan pembelian ulang maka Mixue di Surabaya harus gencar melakukan promosi yang menarik dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian ulang di Mixue di Surabaya. Selain dari 2 variabel ini yang mempengaruhi variabel Pembelian Ulang Mixue masih banyak faktor lain di antaranya adalah citra merek, kualitas produk dan harga dari Mixue. Temuan juga menunjukkan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan untuk menargetkan segmen pelanggan tertentu untuk meningkatkan loyalitas mereka terhadap Mixue.

Kata kunci *: literatur review, promosi, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian*

Abstract

The title of this research, namely the analysis of the effect of promotion and service quality on the repeat purchase decision of mixue in Surabaya, is a scientific article used to build a research hypothesis on the influence of inter-variables. This study uses a literature research approach. This rivew article is sourced from online media such as Google Scholar, Mendeley and other online media. The results of this article are: 1) Promotion has an effect on Repeat Purchases; 2) Quality of Service has an effect on Repeat Purchases. In order to increase repeat purchases, Mixue in Surabaya must intensively carry out attractive promotions and improve service quality so that consumers will be interested in making repeat purchases at Mixue in Surabaya. Apart from these 2 variables that affect the Mixue Repurchase variable there are many other factors including brand image, product quality and price of Mixue. The findings also indicate that companies should consider targeting certain customer segments to increase their loyalty to Mixue.

Keywords: *literature review, promotion, service quality, and purchasing decisions.*

Received April 25, 2023; Revised Mei 02, 2023; Juni 23, 2023
Andini Sartika Ayu

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri minuman termasuk ice crime saat ini diseluruh dunia semakin cepat, bisa dilihat dari banyaknya varian pilihan minuman yang unik dan beraneka ragam sesuai dengan jaman sekarang. Tingginya angka pesaing serta banyaknya persaingan yang memberikan pilihan-pilihan terhadap konsumen dengan cara promosi dan kualitas yang unik, perusahan harus memikirkan cara-cara unik untuk membuat promosi yang menarik perhatian terhadap konsumen dan menciptakan pilihan-pilihan terhadap konsumen. sehingga perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen dengan cara menjual atau menawarkan produk yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Banyaknya industri minuman termasuk ice crime yang bermunculan membuat Store Mixue harus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini menuntut Mixue untuk memikirkan strategi yang sesuai agar tetap bertahan dan bersaing. Maka dari itu ,Mixue harus membuat konsumen tertarik agar mencoba dan kemudian melakukan pembelian terhadap produknya.

Peneliti tertarik untuk meneliti terkait minat beli ulang pada ice cream mixue yang menjadi sorotan bagi peneliti karena selalu ramai pengunjung dan faktor faktor yang mempengaruhinya. Minat beli ulang itu sendiri merupakan isu yang menarik untuk diteliti. Hal ini dikarenakan praktis minat beli ulang dapat menjadi tolak ukur terkait seberapa jauh konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen tertarik untuk datang kembali. Minat beli ulang atau niat untuk membeli kembali menunjukkan bahwa ada rasa ingin atau bersedia kembali untuk melakukan pembelian.

Minat beli ulang atau niat untuk membeli kembali menunjukkan bahwa ada rasa ingin atau bersedia kembali untuk melakukan pembelian. Terdapat banyak hal yang mempengaruhi minat beli ulang pada konsumen diantaranya adalah harga, cita rasa dan kualitas pelayanan. Harga merupakan konsep yang saling berhubungan dengan nilai dan utility, karena utilitas tersebut dapat diartikan suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat mencukupi kebutuhan, keinginan dan juga kepuasan pada konsumen.

Inovasi inovasi tersebut ialah promosi dan kualitas pelayanan. Promosi sendiri adalah suatu usaha perusahaan untuk memperkenalkan produknya berupa barang atau jasa terhadap konsumen. Promosi sendiri sangat penting untuk memperkenalkan produknya, jika promosinya bagus maka akan menaikan angka penjualan. Sedangkan kualitas pelayanan adalah keadaan dimana harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Jika pelanggan puas maka pelanggan akan beli lagi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berulang mixue di Surabaya."

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian ulang ?
2. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang ?

MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

Sebagai proses mempelajari dan mempraktekkan metode ilmu yang diperoleh untuk memecahkan masalah dunia nyata utamanya dalam ilmu analisis pengaruh promosi dankualitas pelayanan terhadap konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diterapkan dan untuk mengetahui daya saing produk sejenis dengan perusahaan lain yang berbeda.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sejarah perusahaan Mixue.
2. Untuk mengetahui SWOT dalam perusahaan Mixue.
3. Untuk mengetahui riset pasar pada Mixue.

LANDASAN TEORI

- **PEMBELIAN ULANG**

Tingkat kepuasan yang tinggi mencerminkan minat beli ualng yang tinggi, dikarenakan ketika konsumen memustuskan mau atau membeli ulang suatu produk yang sudah disediakan. Yang kemudian timbul rasa suka atau tidak terhadap jasa/ produk tersebut karena kualitas yang baik dan dapat memenuhi bahkan melbehi harapan konsumen. Ketika konsumen merasa terpuaskan oleh jasa/ produk yang diberikan maka konsumen akan menjadi pelanggan yang berkomitmen positif dengan cara merekomendasikam produk/ jasa kepada konsumen lain atau rekan dan saudara. Sehingga pelanggan berperan aktif salam pengembangan suatu produk/ jasa yang dipasarkan (Murwanti & Surakarta, 2017)

Sedangkan menurut (Permatasari, E., dkk 2022) .Pembelian Ulang merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satukali atau beberapa kali. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa adanya niat daripelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa yang sama (Peteret al., 2002).Untuk melakukan pembelian ulang (repurchase), menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat pelanggantersebutmembeli barang, serta dapat menceritakan hal –hal baik kepada orang lain(Noviantianoet al., 2007).Dimensi atau indikator Pembelian Ulang menurut (Tjiptono, 2008) adalah sebagai berikut:Melakukan pembelian pada merek yang sama; Merekomendasikan pada orang lain; Tidak ingin pindah ke merek lain

Menurut Ferdinand dalam (Tegowati, 2019) pembelian ulang dapat didefenisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut: a) Minat Transaksional; b) Minat Referensial; c) Minat Preferensial; dan d) Minat Eksploratif.

- **PROMOSI**

Menurut (Sari, 2020), promosi adalah pemberian suatu informasi untuk mempengaruhi individu atau organisasi kepada tindakan pembelian terhadap produk maupun jasa. Sedangkan Menurut Fajar Laksanan dalam (Aisya & Riyadi, 2020) Promosi adalahsuatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut

Sedangkan Menurut Daryanto (2011:94), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan organisasi atau seseorang yang digunkan untuk

menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual. Promosi adalah kegiatan yang sangat penting dikarenakan sekarang pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen. Oleh karena itu, pembeli adalah raja. Dimana Para produsen berlomba dengan berbagai cara melalui promosi untuk merebut hati pembeli agar tertarik dan mau membeli produk yang dijualnya.

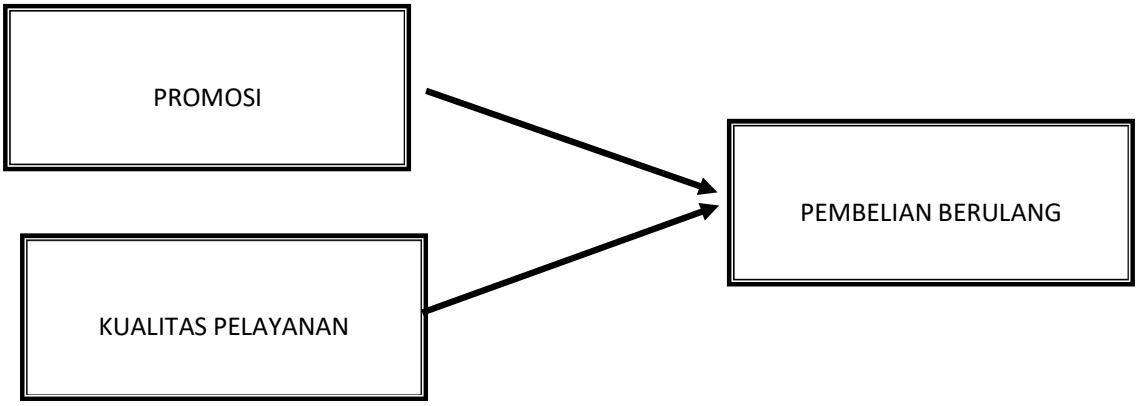
- **KUALITAS PELAYANAN**

Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayananatau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Sedangkan menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi (FAP Lestari · 2018)·yaitu: Tangibles (bukti langsung), Reliability (kehandalan) Responsiveness (daya tangkap) Assurance (jaminan), Empathy (empati).

KERANGKA KONSEPTUAL



HIPOTESIS

H1 : Promosi (x1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang (y)

H2 : Kualitas Pelayanan (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhap pembelian ulang (y) Mixue di Surabaya.

H3 : Keputusan pembelian berulang (y) dipengarusi oleh Promosi (x1) dan Kualitas Pelayanan.(x2)

METODE PENELITIAN

- **METODE PENELITIAN KEPUSTAKAAN**

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah kajian pustaka (Library Research**)** literature review merupakan penjelasan atau pembahasan tentang teori dari suatu temuan atau topik penelitian. Dari penjelasan teori-teori tersebut dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam membuat karya ilmiah atau dalam melakukan kegiatan penelitian. Selain itu, penelitian yang sedang melakukan ini bisa berupa pengembangan dari penelitian sebelumnya atau bisa juga penelitian yang baru pertama kali dilakukan. yang bersumber dari media offline (perpustakaan) dan media online seperti google schooler, mendley dll.

- **METODE PENELITIAN KUANTITATIF**

Data kuantitatif ialah data yang berbentuk nilai atau angka yang bisa dihitung dan diukur seperti hasil dari kuesioner penelitian yang kelompok kami lakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

➢ Deskripsi Data

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti dapat disajikan data peengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap mixue yaitu sebagai berikut :

Tabel 1

VARIABEL	BOBOT	Pearson Correlation	SIGNIFIKANSI	KESIMPULAN
Mendengar tentang Es Cream Mixue	0,40	6	0,000	Penting
Melihat promosi Mixue di Media Sosial	33.3	5	0,000	Sangat Penting
Membeli produk Mixue	26,7	4	0,000	Sangat Penting
Tertarik dengan produk yang ditawarkan Mixue	26,7	4	0,000	Sangat Penting
Membeli produk Mixue yang terbaru	0,40	6	0,000	Penting
Mengajak teman untuk membeli produk Mixue	33,3	5	0,000	Sangat Penting
Harga produk Mixue sangat relatif standart	0,40	6	0,000	Penting
Puas dengan pelayanan Mixue	46,7	7	0,000	Sangat Penting
Merekomendasikan Mixue kepada rekan-rekan	33,3	5	0,000	Sangat Penting
membeli produk Mixue ini lagi saya akan membeli di tempat yang sama	46,7	7	0,000	Sangat Penting

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas maupun terikat menunjukkan valid karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga semua variabel penelitian dinyatakan valid.

- **Analisis Data**

Analisis SWOT perusahaan Mixue

Dalam perusahaan tentunya memiliki kelebihan dan kekurangannya , untuk mencari tahu kita dapat meneliti perusahaan yang mau kita teliti salah satunya dengan cara analisis SWOT, sebagai berikut :

1. Srength (kekuatan)

- Banyak Varian rasa es cream hingga memiliki topping yang bervariasi dan juga menyediakan minuman khas mixue
- Harga yang terjangkau bagi kantong konsumen
- bahan baku dengan harga murah. Mixue memiliki gudang produksi sendiri karena itu Mixue memproduksi bahan baku sendiri yang jauh lebih murah.
- Peralatan produksi murah dan tepat. Mixue memiliki banyak fasilitas manufaktur, diantaranya Pusat penelitian dan pengembangan produk internal, pusat distribusi yang dapat memenuhi kebutuhan semua toko, pengiriman gratis, dll.
- Kualitas produksi yang baik dengan menjaga bahan baku tetap segar pada saat pengiriman.

3. Weakness (Kelemahan)

- mixue tidak menyediakan menu makanan ringan seperti roti, atau snack , yang dimana para konsumen hanya menikmati es cream dan juga minumannya saja.
- produk berupa ice cream yang mana harus dikonsumsi segera , karena jika tidak segera dikonsumsi es cream tersebut akan mencair

4. Opportunity (Peluang)

- Kerjasama dengan berbagai pihak (kolaborasi)
- Mudah dijadikan franchise
- Mudah untuk membuka cabang baru
- Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.

5. Threats (Ancaman)

- Banyak pesaing lain yang menciptakan es cream seperti mixue karena mixue meruapakan es cream yang lezat maka pesaing ingin menirukannya.
- Harga bahan baku yang mengalami kenaikan

KESIMPULAN

Berdasarkan data dari penelitiannya perusahaan Mixue diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa makanan dan minuman cepat saji ini sangat diperlukan oleh masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan mereka. Karena kebanyakan masyarakat menginginkan makanan dan minuman yang tidak susah di konsumsi.

2. Penelitian ini memberikan informasi bahwa dalam perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang bagus sehingga produk yang di produksi dapat diminati oleh masyarakat sekitar. Dan juga kita harus membangun citra merk yang baik dan positif akan diingat oleh masyarakat sehingga konsumen mau mengkonsumsi produk dari perusahaan itu sendiri. Tampa citra merk yang baik, perusahaan akan sulit untuk meningkatkan atau mempertahankan produk yang telah ada sehingga perusahaan terus dituntut agar berinovasi untuk menciptakan kesan produk yang positif dan melekat pada konsumen serta mampu menarik perhatian pasar.

3. Penelitian ini memberikan informasi kepada pembaca bahwa perusahaan Mixue memiliki kelebihan dan juga kekurangan yang dapat kita lihat dari riset analisis SWOT yang dimana perusahaan Mixue memiliki kelebihan dari segi rasa, harga, dan juga fasilitas tempat ada pun kekurangan atau kelemahannya yaitu perusahaan mixue tidak memproduksi makanan berat ataupun ringat , mereka hanya memproduksi minuman cepat saji saja.

DAFTAR PUSTAKA

file:///C:/Users/HP/Downloads/ANALISIS_SWOT_PADA_PERUSAHAAN_MIXUE_DALA%20(2).pdf

file:///C:/Users/HP/Downloads/83-Article%20Text-195-1-10-20220723%20(6).pdf

https://docs.google.com/forms/d/1KsPLffrnZlNVzEbZBEmsPZADBC1kMvRjKuejxKkTeIY/edit

Harto, B. (2021, november). Strategi Bisnis jualan online masa pandemi . Retrieved fromEngineering andtechnologyinternasionaljournal:https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=XtUTFIAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=XtUTF- IAAAAJ:7PzlFSSx8tAC

Harto, B. (2022, oktober). Peran Promosi,Eco Friendly packaging dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan produk ritel kopi susu. Retrieved from Jurnal kewarganegaraan :

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=XtUTFIAAAAJ& cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=XtUTF-IAAAAJ:NMxIlDl6LWMC

nanas. (2022, agustus 01). nanas today. Retrieved from https://nanas.today/strategi-marketing-mixueyang-sukses-raup-omset-triliunan/