



# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Beauty House Makassar

## The Influence of Service Quality and Product Completeness on Consumer Purchase Interest at the Makassar Beauty House Store

Mulkis HT<sup>1</sup>, Muhammad Nadhar<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

\* Corresponding Author

Email : [muhammadnadhar@uim-makassar.ac.id](mailto:muhammadnadhar@uim-makassar.ac.id)

---

### Keywords:

Analysis;  
Service Quality;  
Product Completeness;  
Purchase Interest;  
Consumers  
**Kata Kunci:**  
Analisa;  
Kualitas Pelayanan;  
Kelengkapan Produk;  
Minat Beli;  
Konsumen

### ABSTRACT

*The objectives of this research are (1) Understanding and explaining how service quality influences consumer purchasing interest at Beauty House Makassar stores? (2) Understanding and describing product completeness influences consumer purchasing interest at Beauty House Makassar stores? (3) Understanding and describing service quality and Product completeness simultaneously influences consumer buying interest at the Beauty House Makassar store?*

*This research method uses a quantitative method of analyzing service quality and product completeness regarding consumer purchasing interest. This research was carried out at the Beauty House Makassar Cosmetic Shop in April-May 2023, data collection using research tools, data analysis using numbers or statistics with the aim of testing the hypotheses that have been made. set.*

*The results of this research are that (1) Partially it has a strong influence on the quality of service of consumers' buying interest at the Makassar Beauty House Shop (2) Partially it has a big influence on the completeness of consumers' buying interest at the Makassar Beauty House Shop. (3) Research results simultaneously influence the independent variable on the dependent variable. In this study, we tested that service quality and completeness have an influence on consumer buying interest at the Makassar Beauty House Shop. Based on the table data in the F test above, it can be understood that the Fcount value of 99.663 > Ftable 3.195 is quite likely to be 0.001 < 0.05. It can be concluded that there is a significant influence simultaneously, Service Quality and product completeness on Consumer Purchase*

---

*Interest at the Makassar Beauty House Store.*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini (1) Memahami dan memutar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen di toko Beauty House Makassar?(2)Memahami dan menjabarkan kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada toko Beauty House Makassar?(3)Memahami dan menjabarkan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh pada minat beli konsumen pada toko Beauty House Makassar?

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk minat beli konsumen, penelitian ini dilaksanakan di Toko Kosmetik Beauty House Makassar bulan April-Mei 2023, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data menggunakan angka atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian ini bahwa (1) Secara parsial sangat pengaruh pada Kualitas Pelayanan Minat Beli Konsumen di Toko Beauty House Makassar (2) Secara parsial sangat pengaruh pada Kelengkapan Minat Beli Konsumen di Toko Beauty House Makassar. (3) Hasil Penelitian secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini menguji kualitas layanan dan kelengkapan memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Beauty House Makassar. Berdasarkan data tabel pada uji F diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai  $F_{hitung} 99.663 > F_{tabel} 3.195$  kemungkinan yang cukup besar  $0.001 < 0.05$ , dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang signifikan secara bersamaan, Kualitas Pelayanan dan kelengkapan produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar.

---

**A. PENDAHULUAN**

Di zaman globalisasi sekarang, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Oleh karena itu, para pengusaha harus menjaga stabilitas dalam mengembangkan usaha mereka agar lebih baik dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Hal ini akan memberikan nilai yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk menciptakan keunikan yang khas dan juga membangun citra positif terhadap konsumen. Pemasar harus pintar menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pangsa pasar serta mengembangkannya agar dapat bertahan dengan jangka panjang. Saat ini bisnis yang berkembang yaitu industri kosmetik.

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia saat ini sudah cukup baik di kalangan masyarakat, terutama kaum wanita. Mereka semakin menyadari pentingnya kosmetik dan menganggap sebagai kebutuhan utama. Hal ini disebabkan oleh tuntutan untuk tampil menarik di depan umum. Akibatnya, permintaan pasar kosmetik akan semakin meningkat, dan produsen kosmetik saling bersaing dalam memasarkan produk mereka agar dapat memenuhi harapan konsumen.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang menekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. merupakan salah satu strategi pemasaran yang menekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk memperoleh pelanggan yang banyak, suatu perusahaan harus mampu menemukan layanan yang disukai atau dirasakan oleh konsumen yang sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen. Oleh karena itu, semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Untuk memenuhi keinginan konsumen dalam membeli produk, pemilik toko perlu menjelaskan manfaat produk dan cara penggunaan. Kualitas layanan yang diberikan bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan. Ketika menjalankan bisnis, baik itu berupa penjualan barang atau jasa, penting untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Hal ini karena kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang erat dengan keputusan pembelian. Peningkatan kualitas pelayanan akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan dan minat mereka.

## **B. METODE**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian yang dilakukan merupakan metode penelitian kuantitatif, karena data yang dibutuhkan dari objek dalam penelitian ini merupakan data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka, merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran nilai dari setiap variabel.

Dalam pengumpulan sumber data peneliti melakukan pengumpulan sumber data dengan sumber data primer dan data sekunder. Berikut penjelasannya

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya baik melalui kuesioner, survei, wawancara, dan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Data primer memiliki nilai yang sangat penting dalam penelitian karena merupakan sumber data yang paling akurat dan dapat diandalkan

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang sudah diolah terlebih dahulu dan baru didapatkan oleh peneliti dari sumber yang lain sebagai tambahan informasi

## **Teknik Pengumpulan Data**

Dengan teknik pengumpulan data yaitu melakukan observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

### **1. Observasi**

Teknik observasi artinya melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala yang tampak pada objek penelitian.

### **2. Kuesioner**

Teknik yang kedua adalah kuesioner atau kuesioner yang artinya teknik pengumpulan suatu data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang berperan sebagai responden agar dapat menjawab pertanyaan dari peneliti.

### **3. Wawancara**

Teknik wawancara atau interview ini dilakukan secara tatap muka melalui tanya jawab antara peneliti atau pengumpul data dengan responden atau narasumber

atau sumber data. Teknik pengumpulan suatu data dengan wawancara biasanya dilakukan sebagai studi pendahuluan, karena teknik ini tidak mungkin dilakukan jika respondennya dalam jumlah besar.

#### 4. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang terakhir adalah dokumen yang mana peneliti mengambil sumber penelitian atau objek dari dokumen atau catatan dari peristiwa yang sudah berlalu, baik dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Bisa diambil dari catatan harian, biografi, peraturan, dan lain sebagainya.

#### Analisa data

Teknik Analisis Data Berdasarkan data dan variabel diatas, maka peneliti akan melakukan metode analisis data sebagai berikut :

##### a. Uji Instrumen

###### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian terhadap suatu data yang membuktikan bahwa data tersebut dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji ini dilakukan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu angket atau kuesioner.

###### 2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur stabilitas dan konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang.

##### b. Uji Asumsi Klasik

###### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016). Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Jika Nilai Signifikan  $> (0,05)$ , Maka distribusi data dinyatakan normal dan jika Nilai Signifikan  $< (0,05)$  Maka distribusi data dinyatakan tidak normal.

###### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Uji ini juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

###### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah pada model regresi tidak terjadi kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut tidak heterokedastisitas. Heteroskedastisitas dapat diketahui melalui Uji Glesjer. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

###### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang dapat menjelaskan arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

### c. Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang telah dibuat dimana rumusan masalah penelitian tersebut dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2017)1.

#### 1. Uji Parsial (Uji-t Statistik)

Uji t-statistik atau uji parsial merupakan teknik pengujian koefisien regresi terhadap hipotesis secara parsial pada variabel independennya (variabel bebas).

#### 2. Uji Simultan (uji F)

Uji F menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk menguji apakah kualitas layanan dan kelengkapan memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Beauty House Makassar

#### 3. Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) antara 0 hingga 1 ( $0 < \text{adjusted } R^2 < 1$ ), dimana hasil R mendekati angka satu (1), maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat.

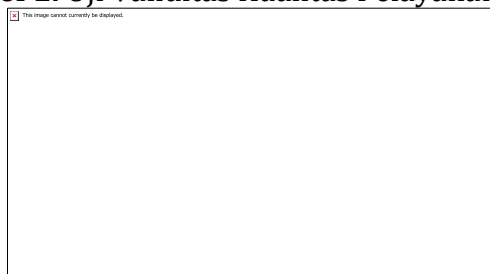
## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

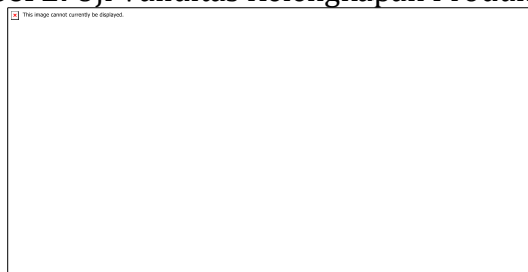
Uji validitas merupakan pengujian terhadap suatu data yang membuktikan bahwa data tersebut dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji ini dilakukan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu angket atau kuesioner. Kuesioner dikatakan valid atau sah apabila pertanyaan atau pernyataan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut.

**Tabel 1.** Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)



*Sumber: Olahan data dari SPSS,2023*

**Tabel 2.** Uji Validitas Kelengkapan Produk (X2)



*Sumber: Olahan data dari SPSS,2023*

**Tabel 3.** Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

Sumber: Olahan data dari SPSS,2023

**2. Uji Reabilitas**

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, dan Y

| Variabel                | Cronbach's Alpha | Status   |
|-------------------------|------------------|----------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,773            | Reliabel |
| Kelengkapan Produk (X2) | 0,819            | Reliabel |
| Minat Beli Konsumen (Y) | 0,819            | Reliabel |

Sumber: Olahan data dari SPSS,2023

**b. Uji Asumsi Klasik**

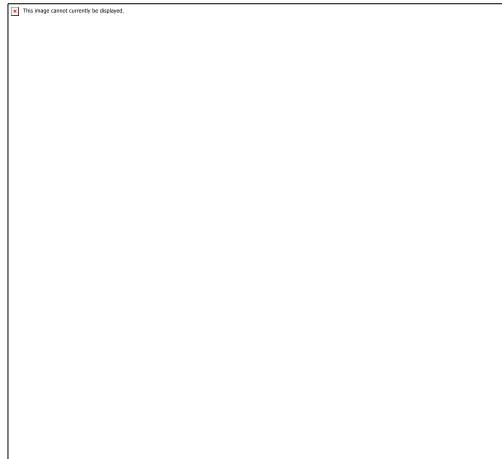
Pada pengujian regresi linier berganda dikenal beberapa asumsi klasik regresi linier berganda. Pengujian asumsi klasik secara sederhana tujuannya untuk mengidentifikasi apakah model regresi linier ini merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik sebagai berikut:

- 1) Uji Normalitas
- 2) Uji Multikolinearitas
- 3) Uji Heteroskedasiditas

Berikut ini hasil pengujian dari uji asumsi klasik :

**1. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas bertujuan untuk apakah dalam model regresif, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Jika Nilai Signifikan > (0,05), Maka distribusi data dinyatakan normal dan jika Nilai Signifikan < (0,05) Maka distribusi data dinyatakan tidak normal



**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas bahwa model regresi telah memenuhi asumsi klasik yang telah dijelaskan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian tersebut dinyatakan normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Uji ini juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain.

**Tabel 4.** hasil uji regresi linear berganda

*Sumber : olahan data dari SPSS, 2023*

Berdasarkan hasil data dari tabel uji regresi linear berganda diatas, dapat diketahui bahwa model persamaan regresinya adalah :

$$Y = 1,017 + 0,599 X_1 + 0,407 X_2$$

Keterangan.

Y = Minat Beli Konsumen

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = kelengkapan produk terhadap minat beli pelanggan

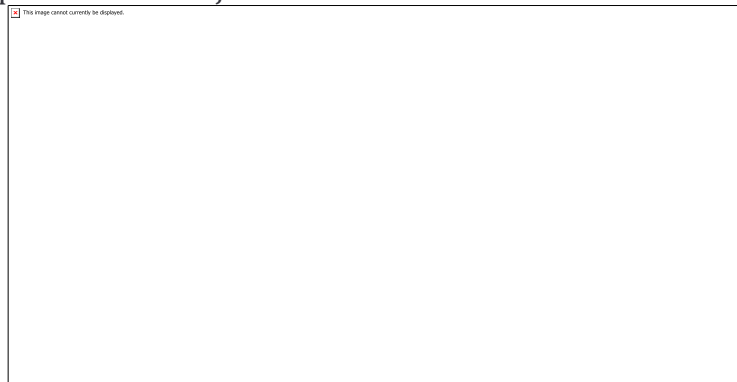
Interpretas Model :

- Konstanta (a) = 1,017, Menunjukkan harga konstanta, jika nilai variabel bebas/independen = 0, Maka Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 1,017.
- Variabel X1 sebesar + 0,599 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan kata lain, jika variabel Kualitas Produk ditingkatkan sebesar satu satuan maka Minat Beli Konsumen akan meningkat sebesar + 0,599.

- c. Variabel X<sub>2</sub> sebesar + 0,407 menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Dengan kata lain. Jika variabel Harga ditingkatkan sebesar satu satuan maka Minat Beli Konsumen akan meningkat sebesar + 0,407.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah pada model regresi tidak terjadi kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut tidak heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat diketahui melalui Uji Glesjer. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.



**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar diatas bahwa terdapat titik-titik yang menyebar secara acak, dan tidak membentuk pola meskipun agak sedikit berdempetan dibagian titik tertentu, serta ada juga tersebar dibagian atas dan sedikit berkumpul pada sumbu Y maka demikian tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang dapat menjelaskan arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel yang bebas (kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap minat beli pelanggan).

**Tabel 5. Uji Regresi Linier berganda**

Sumber: olahan data dari SPSS,2023

Berdasarkan hasil data dari tabel uji regresi linear berganda diatas, dapat diketahui bahwa model persamaan regresinya adalah :

$$Y = 1,017 + 0,599 X_1 + 0,407 X_2$$

Keterangan.

Y = Minat Beli

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = kelengkapan produk

Interpretas Model :

- a. Konstanta (a) = 1,017, Menunjukkan harga konstanta, jika nilai variabel bebas/independen = 0, Maka Minat Beli (Y) sebesar 1,017.
  - b. Variabel X1 sebesar + 0,599 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Dengan kata lain, jika variabel Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar + 0,599.
  - c. Variabel X2 sebesar + 0,407 menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli (Y). Dengan kata lain. Jika variabel Kelengkapan Produk ditingkatkan sebesar satu satuan maka Minat Beli akan meningkat sebesar + 0,407.
- c. Uji Hipotesis**
1. Uji Parsial (Uji-t Statistik)

Uji t-statistik atau uji parsial merupakan teknik pengujian koefisien regresi terhadap hipotesis secara parsial pada variabel independennya (variabel bebas). Pengujian parsial ini dilakukan untuk menguji hipotesis satu dan dua pada penelitian ini.

**Tabel 6. Hasil Uji T(Parsial)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                         |                             |            |                      |       |       |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|-------|
| Model                     |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized         | t     | Sig.  |
|                           |                         | B                           | Std. Error | Coefficients<br>Beta |       |       |
| 1                         | (Constant)              | 1.017                       | .770       |                      | 1.322 | .193  |
|                           | Kualitas Pelayanan (X1) | .599                        | .117       | .536                 | 5.131 | <.001 |
|                           | Kelengkapan Produk (X2) | .407                        | .103       | .413                 | 3.952 | <.001 |

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber : Olahan data dari SPSS,2023

$T_{tabel} = 1,677$

Kriteria pengujiannya :

- a)  $H_0$  ditolak apabila  $t_{tabel} > t_{hitung}$  dan  $t_{hitung} < t_{tabel}$
  - b)  $H_a$  diterima apabila  $t_{tabel} < t_{hitung}$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$
- 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Minat Beli (Y)

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Beli diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,131 sementara  $t_{tabel}$  1,677 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 5,131 > t_{tabel} 1,677$ . Berdasarkan kriteria Minat Beli , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar.

- 2) Kelengkapan Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y)

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Kelengkapan Produk (X2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,952 sementara  $t_{tabel}$  1,677 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 3,952 > t_{tabel} 1,677$ . Berdasarkan kriteria Minat Beli , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_2$  diterima) hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar

2. Uji F (Simultan)

Uji F menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk menguji apakah kualitas layanan dan

kelengkapan memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Beauty House Makassar

**Tabel 7.** Hasil Uji F (Simultan)

Sumber: Olahan Data dari SPSS,2023

$F_{tabel} = 3.195$

Kriteria pengujiannya :

- 1) Tolak  $H_0$  apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $-F_{hitung} < -F_{tabel}$
- 2) Terima  $H_0$  apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $-F_{hitung} > -F_{tabel}$

Berdasarkan data tabel pada uji F diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai  $F_{hitung} 99.663 > F_{tabel} 3.195$  dengan probabilitas signifikan  $0.001 < 0.05$ , sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan kelengkapan produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar.

### 3. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) antara 0 hingga 1 ( $0 < \text{adjusted } R^2 < 1$ ), dimana hasil R mendekati angka satu (1), maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Jika nilai R sama dengan satu (1), maka ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai R sama dengan nol (0), maka tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 8.** Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Sumber : Olahan Data dari SPSS, 2023

Hasil dari perhitungan regresi dapat kita ketahui bahwa Koefisien Determinasi (R square) yang diperoleh sebesar 0,809, hasil ini memiliki arti bahwa 80,9% variabel Minat Beli Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk sedangkan sisanya sebesar 19,1% diterangkan oleh variabel yang tidak diteliti.

### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen

Kualitas Pelayanan adalah setiap aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pihak lain (Dian et al., 2021). Pelayanan terhadap pelanggan sangat penting dilakukan perusahaan karena tanpa pelayanan yang bagus maka pelanggan tidak akan mau membeli produk yang akan diperjual belikan.

Dari tabel uji-t diatas dapat kita ketahui bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli Konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,131 sementara

$t_{tabel} 1,677$  dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 5,131 > t_{tabel} 1,677$ . Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar.

Hal ini sama dengan Tjiptono (Sunyoto, 2012:236), bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Maka berdasarkan pengertian pelayanan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk orang lain yang sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Kualitas Pelayanan yang akan dikonsumsinya. Namun secara umum Kualitas Pelayanan merupakan hal yang menentukan apakah pelayanan tersebut bagus untuk konsumen atau tidak. Terkadang konsumen cenderung fokus terhadap produk yang murah dengan Kualitas Pelayanannya yang bisa dikatakan kurang baik. Dari sinilah dapat diketahui bahwa tidak selamanya Kualitas Pelayanan mempengaruhi Minat Beli yang dilakukan oleh konsumen. Produsen juga harus bisa memberikan Kualitas Pelayanan yang baik dan juga ramah agar produknya banyak yang berminat untuk dibeli.

## **2. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Konsumen**

Dari sudut pandang produsen atau pemasar, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Berdasarkan perspektif konsumen, produk adalah segala sesuatu yang diterima pelanggan dari sebuah pertukaran dengan pemasar.

Kelengkapan produk merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan *merchandising*. Foster (2008:56) memaparkan *merchandising* merupakan perencanaan atau pengendalian dalam pembelian dan penjualan barang dengan menggunakan 5 (lima) prinsip yaitu pengadaan barang, tempat, waktu, harga, dan kuantitas yang sesuai.

Dari tabel uji-t diatas dapat kita ketahui bahwa pengaruh Kelengkapan Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli Konsumen ( $Y$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,952 sementara  $t_{tabel} 1,677$  dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 3,952 > t_{tabel} 1,677$ . Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_2$  diterima) hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar

Berdasarkan hasil penelitian bahwa didapati nilai  $F_{hitung} 99,663 > F_{tabel} 3,195$  dengan probabilitas signifikan  $0,001 < 0,05$ , sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan kelengkapan produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar.

#### D. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan, kelengkapan terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar. Dan hasil penemuan penelitian ini bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk menguji kualitas layanan dan kelengkapan memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Beauty House Makassar. Berdasarkan data tabel pada uji F diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai  $F_{hitung} 99.663 > F_{tabel} 3.195$  dengan probabilitas signifikan  $0.001 < 0.05$ , sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan kelengkapan produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Beauty House Makassar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifki Nugroho, 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey). Skripsi UNDIP.
- Almasdi, dan Jusuf Suit. (2017:54). Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya. Manusia, Jakarta: Syiar Media.
- Alreza Anan Hafidzi :2018. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Alfamart Jurnal EMBA Vol.1
- Dalimunthe, M. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Kosmetik Sambas Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Dian, P., Nadhar, M., & ... (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *UME: Journal Yof ...*, 3(3), 65–83. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.34>
- Fauziah, F., Rachmawati, D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pendidikan Bahasa Inggris di Lembaga Bimbingan Belajar. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 1-12.
- Hariani. 2017. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen menggunakan gas LPG
- Haryanto, A., Saerang, D. P. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Publik: Studi Kasus TransJogja Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 1-16.
- Hoffman, K. D., Bateson, J. E., Elliott, G. (2018). *Services marketing: Concepts, strategies, and cases*. Nelson Education.
- M Nadhar, M Mahyus, AA Basri (2022). Pengaruh Keputusan Pembelian Minat Beli Konsumen terhadap Minuman Yotta di Kota Makassar. *Journal of Management*, 5(1), 175-188.