

## Peran Kualitas Layanan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Kamar Melalui Aplikasi RedDoorz

**Muh. Arif**

Universitas Muslim Indonesia

[muh.arif@umi.ac.id](mailto:muh.arif@umi.ac.id)

**Reskiani**

Universitas Muslim Indonesia

**Abstrak** Kualitas layanan dan keputusan pembelian memiliki keterkaitan yang erat dalam dunia bisnis dan pemasaran. Kualitas layanan yang baik dapat menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan memahami pentingnya kualitas layanan dan bagaimana hal itu mempengaruhi keputusan pembelian, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam membangun hubungan yang positif dengan pelanggan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak kualitas layanan terhadap Keputusan pembelian kamar melalui aplikasi RedDoorz di kota Makassar. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner terhadap 100 koresponden yang telah menggunakan aplikasi RedDoorz. Analisis data digunakan dilakukan melalui teknik analisis deskriptif kuantitatif, uji validasi, uji realibilitas, dan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian kamar melalui aplikasi RedDoorz.

**Kata Kunci** *Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, Aplikasi RedDoorz.*

### I. PENDAHULUAN

Dalam era kemajuan teknologi yang pesat, inovasi menjadi kunci bagi perusahaan untuk menarik minat konsumen. Penggunaan teknologi, terutama dalam dunia bisnis, menjadi aspek penting mengingat tingkat persaingan yang terus meningkat. Fenomena perkembangan teknologi dan internet telah menghasilkan transformasi signifikan dalam berbagai sektor perdagangan, menggeser cara-cara konvensional. Internet, sebagai sarana elektronik canggih, digunakan dalam berbagai aktivitas seperti komunikasi bisnis dan riset.

Survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 hingga 2019 mencatat peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Dari total populasi penduduk 266,91 juta orang, jumlah pengguna internet meningkat sebesar 8,9%, mencapai 196,71 juta jiwa. Peningkatan pesat penggunaan internet mendorong popularitas *E-commerce* atau perdagangan elektronik, hasil dari pemanfaatan jaringan komunikasi dan komputer dalam operasional bisnis.

Berbagai jenis *e-commerce*, terutama *marketplace*, berkembang pesat di Indonesia. *Marketplace* merupakan *platform* elektronik yang memfasilitasi transaksi jual beli barang atau jasa secara *online*. Keberadaan *marketplace* memberikan keuntungan bagi penjual dan pembeli, mempermudah pemasaran produk dan transaksi secara efisien. Tren ini juga berdampak pada sektor hotel, khususnya hotel budget dengan harga yang lebih

terjangkau. Teknologi memungkinkan reservasi kamar hotel dengan harga terjangkau melalui platform online. Model bisnis yang berkembang dalam sektor perhotelan adalah Virtual Hotel Operator (VHO). VHO menyewa kamar dari hotel untuk dipasarkan kembali dengan mereknya sendiri dengan harga terjangkau. Contohnya adalah RedDoorz, jaringan penginapan budget terbesar di Indonesia, fokus pada pengembangan penginapan dan distribusi penjualan secara online. Adil Ali Mubarak, Vice President Operation RedDoorz di Indonesia, menyatakan bahwa RedDoorz terbuka bagi pemilik bisnis perhotelan yang sudah berjalan maupun pemilik properti yang ingin memulai bisnis perhotelan. Persyaratan yang mudah dan standar yang diterapkan oleh RedDoorz membantu para tamu memiliki pengalaman menginap yang memadai.

Sejumlah penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Mal & Mertayasa (2018); Rahmadanni et al. (2021); Hendratono & Santosa (2018); Kusuma & Hermawan (2020); Iskandar & Nasution (2019), menyimpulkan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Namun demikian berbeda dengan hasil temuan penelitian Cahya et al. (2021); Ramadani (2019); Kurniawan (2018), kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian latar belakang dan adanya kesenjangan hasil temuan penelitian sebelumnya maka tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

## II. LANDASAN TEORI

### 1. Kualitas Layanan

Kualitas adalah aspek vital bagi perusahaan untuk mendominasi persaingan pasar. Meskipun banyak perusahaan, terutama yang fokus pada satu bidang, berupaya mencapai standar kualitas serupa, kualitas bukanlah satu-satunya strategi efektif untuk optimal bersaing dengan pesaing. Kualitas, sebagai keadaan dinamis, dipengaruhi oleh faktor seperti produk, layanan, aspek manusia, proses operasional, dan lingkungan, dengan tujuan memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Dari komponen tersebut, pelayanan memiliki peran kunci dalam membentuk budaya pelayanan yang menjadi standar perilaku individu di dalam perusahaan. Menurut Tjiptono (2011), kualitas pelayanan merujuk pada tingkat kualitas darilayanan yang diberikan oleh penjual dengan tujuan memuaskan kebutuhan konsumen, bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri. Secara lebih spesifik, kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara Tingkat layanan yang diberikan oleh Perusahaan dengan ekspektasi yang dimiliki oleh konsumen (Tjiptono & Chandra, 2012). Dalam konteks ini, pelayanan yang berkualitas menjadi faktor kunci dalam memenuhi harapan konsumen serta menciptakan keunggulan kompetitif bagi Perusahaan. Kualitas layanan merupakan elemen penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara online Iskandar & Nasution (2019).

### 2. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian, sebagai aspek kunci dalam perilaku konsumen, mencerminkan preferensi terhadap pilihan mereka. Pemahaman tahapan proses pengambilan keputusan konsumen menjadi esensial, melibatkan keterlibatan konsumen pada produk. Ini merupakan upaya pemasaran untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk atau jasa. Kotler & Armstrong (2012), mengidentifikasi beberapa jenis keputusan pembelian yang mendasari perilaku konsumen, seperti *significant differences between brands, few differences*

*between brands, kompleks buying behavior, dissonance reducing buying behavior, habitual buying behavior, dan variety seeking buying behavior.*

### **3. Hubungan antara Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian**

Kualitas layanan menjadi elemen penting dalam pengaruh keputusan pembelian konsumen karena mampu menciptakan pengalaman yang positif dan memuaskan. Layanan yang baik tidak hanya memberikan kepuasan tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung memilih produk atau jasa dari perusahaan yang memberikan layanan berkualitas tinggi, karena hal ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Rahmadanni et al. (2021); Hendratono & Santosa (2018); Kusuma & Hermawan (2020) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online. Oleh karena itu, strategi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dapat menjadi langkah strategis untuk memenangkan persaingan di pasar yang kompetitif. Dengan demikian hipotesis yang diajukan yaitu:

H1: kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **III. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, dilaksanakan di beberapa hotel mitra RedDoorz di kota Makassar, Sulawesi Selatan, pada tahun 2021. Populasi penelitian terdiri dari masyarakat yang telah melakukan pemesanan kamar melalui aplikasi RedDoorz di kota Makassar. Pendekatan pengumpulan data melibatkan wawancara distribusi kuesioner kepada responden dan dokumentasi terkait. Analisis data dan penarikan kesimpulan penelitian menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 22.00. Melalui analisis ini, peneliti bertujuan untuk memahami dan mengevaluasi dampak kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kamar melalui aplikasi RedDoorz di Makassar. Metodologi yang digunakan didesain untuk memberikan pemahaman yang terstruktur mengenai hubungan antara kualitas layanan dan perilaku pembelian konsumen secara mendalam dan ilmiah.

### **2. Populasi dan Sampel**

Menurut sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan Karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Masyarakat yang sudah pernah melakukan pemesanan kamar melalui Aplikasi reddoorz yang ada di makassar. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden, jumlah ini ditentukan menggunakan rumus perhitungan Taro Yamane (Riduwan, 2015). Sampel pada penelita ini terdiri Masyarakat yang telah memiliki pengalaman melakukan pemesanan kamar melalui aplikasi RedDoorz yang tersedia wilayah Makassar.

### **3. Item dan Skala Pengukuran**

Penelitian ini didasarkan pada penggunaan skala Likert yang telah terbukti secara luas dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono 2014). Skala Likert ini digunakan sebagai alat pengukuran dalam penelitian kuantitatif ini, Dimana para responden diminta untuk menilai dengan memberikan lima alternatif jawaban yang diberi skor 1 hingga 5. Pendekatan skor ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara statistic guna memperoleh

pemahaman yang lebih mendalam terkait sikap atau pandangan responden terhadap fenomena yang diteliti. Dalam konteks ini, penggunaan skala Likert memberikan kerangka kerja yang sistematis dan terstruktur bagi peneliti dalam menggali dan menginterpretasi data yang diperoleh dari responden.

#### 4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, tahap pertama yaitu dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas instrument pengukuran diuji menggunakan prosedur Cronbach's Alpha dengan merujuk pada aturan praktis (Malhotra, 2010) yang menetapkan ambang batas reliabilitas yang diharapkan, yaitu  $\alpha > 0.60$ . Langkah ini penting untuk memastikan bahwa instrument yang digunakan dalam pengumpulan data dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur variable yang diteliti. Selain itu, untuk menguji hipotesis penelitian, peneliti memilih menggunakan metode analisis regresi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara lebih mendalam, sehingga memungkinkan untuk mengevaluasi dampak relatif dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti dalam kerangka analisis yang kuat dan terstruktur

### IV. HASIL PENELITIAN

#### 1. Deskripsi Umum Demografi Responden

Penelitian ini menggunakan metode kuisioner melalui platform Google Form terhadap tamu hotel mitra RedDoorz di Makassar pada tahun 2021. Sebanyak 100 responden yang menginap di properti tersebut berpartisipasi, dengan 48% laki-laki dan 52% perempuan. Data dianalisis dengan mempertimbangkan karakteristik responden, yang kemudian disajikan dalam grafik. Hasil menunjukkan perbedaan dominan antara pengguna aplikasi RedDoorz di Makassar, dengan lebih banyak perempuan menggunakan layanan tersebut daripada laki-laki.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki -laki	48	48%
Perempuan	52	52%

#### 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

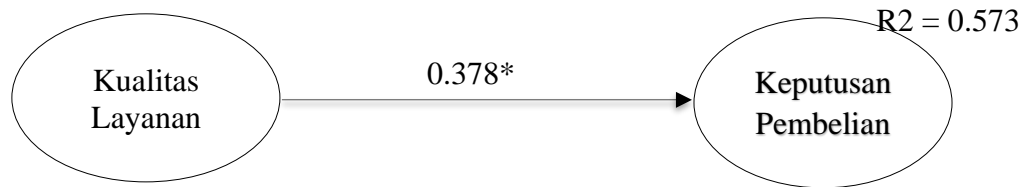
Uji validitas dan reliabilitas adalah dua konsep penting dalam pengukuran dan pengumpulan data dalam penelitian. Kedua uji ini membantu mengevaluasi sejauh mana instrumen atau alat pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dan apakah alat tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.

**Tabel 2 Uji Validitas dan Realibilitas**

Konstruk/Variabel	Item	rhitung	rtabel	Cronbach Alpha	Rule of Thumb	Kesimpulan
Kualitas Layanan	KL1	0.738	1.900	0.854	0.60	Valid & Reliabel
	KL2	0.772				Valid & Reliabel
	KL3	0.865				Valid & Reliabel
	KL4	0.791				Valid & Reliabel
Keputusan Pembelian	KP1	0.799		0.846		Valid & Reliabel
	KP2	0.875				Valid & Reliabel
	KP3	0.844				Valid & Reliabel
	KP4	0.835				Valid & Reliabel

### 3. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diperoleh informasi mengenai nilai koefisien regresi, nilai signifikansi probability dan nilai *R Square* (Gambar 1).



Keterangan: \* signifikan pada tingka alpha 0.005

**Gambar 1. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis diperoleh beberapa informasi penting. Pertama kualitas layanan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian kamar hotel melalui aplikasi RedDoorz dengan besaran nilai koefisien 0.378 dan probabilitas signifikan sebesar  $0.001 < 0.05$ . Kedua, nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0.573 atau 57.3%. Nilai ini mengindikasikan bahwa perubahan konstruk keputusan pembelian sebesar 57.3% disebabkan oleh konstruk kualitas layanan.

### 4. Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu oleh Mal & Mertayasa (2018), Rahmadanni et al. (2021), Hendratono & Santosa (2018), Kusuma & Hermawan (2020), dan Iskandar & Nasution (2019), yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online. Hasil ini mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor krusial bagi konsumen dalam memilih aplikasi, di mana konsumen tidak hanya mencari aplikasi yang memenuhi kebutuhan tetapi juga menyelesaikan masalah yang muncul dari transaksi.

Faktor-faktor seperti keamanan, keselamatan, kecepatan respon, dan keandalan dalam memberikan informasi menjadi aspek penting yang dicari oleh konsumen dalam memilih aplikasi. RedDoorz berhasil memberikan informasi lengkap terkait hotel yang akan dipesan, memberikan rasa aman selama transaksi, dan merespon kebutuhan konsumen dengan cepat. Aplikasi ini juga menjamin keselamatan transaksi dan memberikan informasi yang lengkap, menghindari lambannya respon dan ketidakbertanggungjawaban dalam mengatasi kesalahan. Praktik ini seringkali membuat konsumen menghindari situs perjalanan meskipun menawarkan harga murah dan berbagai penawaran menarik.

### V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelaitan dan diskusi yang disajikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kamar melalui aplikasi RedDoorz di Makassar. Temuan ini mengembangkan bahwa kualitas pelayanan memegang peran krusial dalam menentukan preferensi konsumen terhadap pemilihan kamar hotel melalui platform aplikasi RedDoorz. Penekanan pada kualitas pelayanan mengindikasikan bahwa konsumen cenderung memberikan nilai lebih pada pengalaman pelayanan yang baik, yang pada gilirannya mempengaruhi pada keputusan mereka dalam melakukan pembelian. Hal ini konsisten dengan temuan -temuan sebelumnya yang menegaskan bahwa aspek kualitas pelayanan memiliki peran yang tidak bisa di abaikan dalam mempengaruhi perilaku

pembelian konsumen. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, pertama penelitian ini hanya dilakukan di satu wilayah yaitu Sulawesi Selatan sehingga hasil temuan penelitian ini tidak dapat digeneralisir dengan wilayah lain. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan daerah lain misalnya Pulau Jawa untuk memberikan gambaran yang representatif mengenai hubungan antara kualitas layanan dan keputusan pembelian. Kedua, berdasarkan nilai koefisien determinasi yang masih terkategori marginal, maka penelitian selanjutnya bisa mengembangkan model konseptual dengan menambahkan konstruk baru misalnya harga dan kualitas informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII - Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, <https://apjii.or.id/>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*. Vol. 5 No, 1.
- Hendratono, T., & Santosa, A. D. (2018). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Traveloka Di Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2).
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73-82.
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Ma Iskandar, D., & Nasution, M. I. B.* (2019, October). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 128-137). *najemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 18(2), 176-180.
- Mal, L. H., & Mertayasa, I. G. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka. Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 13(1).
- Malhotra, Naresh K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)* (Edisi 4 Jilid 1). New Jersey,
- Rahmadanni, R., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka. com. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(1), 102-109.
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., dan Chandra G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.