
Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Konsumen Bumdes

Kadek Ayu Ratna Permatawati⁽¹⁾

I Gusti Ayu Wimba⁽²⁾

Ida Ayu Mashyuni⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail : ratnapermatawati121@gmail.com

Diterima: 7 April 2021	Direvisi: 10 April 2021	Disetujui: 13 April 2021
------------------------	-------------------------	--------------------------

ABSTRACT

This BUMDes is a vehicle for running a business in the village. The purpose of this study was to determine the Effect of Marketing Mix and Service Quality on Consumer Interest in Bumdes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan. This research was conducted at BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan engaged in services such as marketing savings and loans and PAM Desa BUMDes Desa. New Catur Bhuana Sari Marga Tabanan. Questionnaires that have been analyzed for validity and reliability are given as many as 82 samples who have shopped at BUMDes. The analysis technique used is regression analysis. From the research results, it is known (1) there is a positive effect of the marketing mix on consumer interest. (2) there is a positive effect of service quality on consumer interest. (3) the simultaneous influence of marketing mix variables and service quality on consumer interest. In order to be able to research and examine other factors not examined in this study that can affect consumer interest in addition to the marketing mix and service quality.

Keywords: *marketing mix, service quality, and consumer interest.*

ABSTRAK

BUMDes ini merupakan wahana untuk menjalankan usaha di desa. Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Konsumen Bumdes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan. Penelitian ini dilakukan pada BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan bergerak pada bidang jasa suatu pemasaran simpan pinjam dan PAM Desa BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan. Kuesioner yang sudah dianalisis validitas dan reliabilitas diberikan sebanyak 82 sampel yang pernah berbelanja di BUMDes. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi. Dari hasil penelitian diketahui (1) adanya pengaruh positif bauran pemasaran terhadap minat konsumen. (2) adanya pengaruh positif kualitas layanan terhadap minat konsumen. (3) adanya pengaruh secara simultan variabel bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap minat konsumen. Agar dapat meneliti dan mengkaji lebih dalam faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat konsumen selain bauran pemasaran dan kualitas layanan.

Kata kunci : *bauran pemasaran, kualitas layanan, dan minat konsumen.*

Pendahuluan

Pada ilmu teknologi yang semakin canggih mendorong suatu usaha melakukan layanan yang terbaik agar konsumen minat untuk berbelanja sehingga, usaha tersebut akan semakin maju untuk kedepannya maka dari itu suatu usaha menawarkan jasa yang terbaik kepada konsumen dengan menggunakan teknologi yang ada di masa ini.

Hubungan antara bauran pemasaran dengan minat konsumen yaitu (Sianturi & Mulyaningsih, 2017), mengemukakan bahwa bauran pemasaran termasuk dalam strategi pemasaran yang perlu disesuaikan dengan visi dan misi dari suatu perusahaan. Minat merupakan bagian dari *perceived value* yang akan berpengaruh terhadap *willingness to buy* (minat beli).

Hubungan antara kualitas layanan dan minat konsumen yaitu suatu pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen, menurut (Raharjani, 2005), pelayanan yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk keperluan maupun kepentingan orang lain. Pelayanan juga merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan selain itu cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelayanan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam suatu proses mengkomunikasi jasa yang ada.

Pendayagunaan potensi desa bertujuan untuk dapat menopang kemajuan ekonomi masyarakat desa. Dalam keberadaan usaha desa juga dapat dijadikan sebagai bentuk sumbangan bagi peningkatan dari sumber pendanaan asli desa yang juga memungkinkan desa mampu melaksanakan pembangunan maupun peningkatan kesejahteraan rakyat sehingga menjadi optimal. Fenomena yang didapat dari BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan yaitu bagaimana bauran pemasaran dalam menjalankan BUMDes di Desa Baru Catur Bhuana Sari dan potensi yang dapat dilihat sehingga bisa diminati oleh masyarakat (konsumen). Sebelumnya masyarakat kurang tahu adanya usaha ini dikarenakan belum cukup populer di kalangan masyarakat maka dari itu tujuan dari dibentuknya usaha ini merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan ekonomi yang ada khususnya di pedesaan.

Pengurus yang ada di BUMDes yaitu sebanyak 5 orang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, simpan pinjam sebanyak 1 orang dan PAM Desa juga sebanyak 1 orang. Cara memasarkannya yaitu dari mulut ke mulut dan juga melalui koordinasi kepada kepala wilayah di masing-masing banjar. Untuk pungutan PAM Desa yang di Banjar Susut penjadwalannya setiap bulan rutin dari tanggal 13 dan di Banjar Pinge rutin juga setiap bulan pada tanggal 14 sedangkan di Banjar Baru dan Banjar Raden tidak ada penjadwalan dikarenakan aksesnya lebih gampang. Pungutan ini biasanya menggunakan pengeras suara. Total gaji karyawan dari bulan januari sampai desember pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 129.600.000. Di Kecamatan Marga ada 16 Desa diantaranya 9 baru terbentuk BUMDesnya dari 9 desa ini 6 desa sudah berjalan dan 7 desa

masih proses pembentukan. BUMDes di Desa Baru Catur Bhuana Sari pertama kali dibentuk pada tanggal 18 Agustus 2018.

Jenis produknya yaitu simpan pinjam sebesar 43,340,800.00 sedangkan PAM Desa sebesar 7,701,500.00. Jadi total keseluruhan dari simpan pinjam dan PAM Desa yaitu sebesar 51.042.300.00. Dan pelanggan tahun 2019 Simpan pinjam sebanyak 98 dan PAM Desa 348. Jadi total keseluruhan dari data pelanggan tahun 2019 yaitu sebanyak 446 pelanggan. Dan layanan BUMDes Tahun 2019 dari simpan pinjam sebanyak 22 % sedangkan dari PAM Desa sebanyak 78 %. Jadi total dari layanan BUMDes yaitu 100 %. Sehingga judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Konsumen BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan”**.

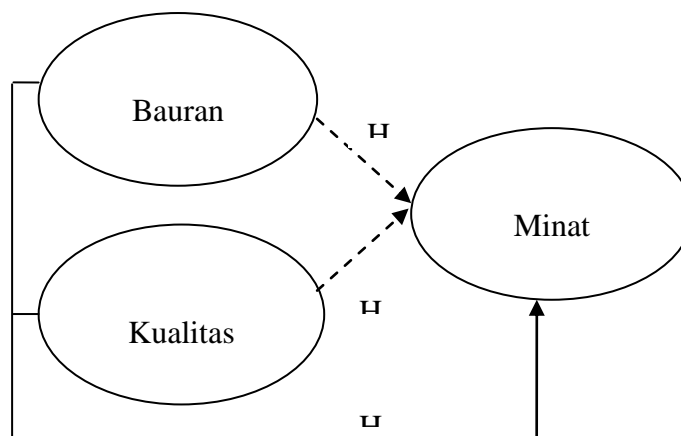
Tujuan penelitian kali ini yaitu menganalisis hubungan bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap minat konsumen BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan. Dengan manfaat penelitian yakni agar dapat memberikan informasi serta menjadi salah satu bahan bacaan dan mampu memperluas pengetahuan serta wawasan mahasiswa di lingkungan akademis mengenai manajemen pemasaran.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian adalah suatu usaha atau cara yang sistematis untuk menyelidiki masalah tertentu dengan tujuan mencari jawaban dari masalah yang diteliti dilakukan secara ilmiah. Cara untuk dapat mengetahuinya adanya pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap minat konsumen BUMDes, maka dibuat kerangka berpikir dalam Gambar 1 berikut.

Gambar 1: Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Pemikiran Peneliti, 2021

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu data pelanggan pada tahun 2019 sebanyak 446 konsumen BUMDes, dengan teknik sampling yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* didapatkan jumlah sampel sebanyak 82 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, dan juga kepustakaan. Kuesioner yang ada dalam penelitian ini ditujukan kepada responden yaitu konsumen yang pernah berbelanja di BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan, yang menggunakan 5 tingkat (*likert*) yaitu sangat setuju (SS) dengan bobot 5, setuju (S) dengan bobot 4, cukup setuju (CS) dengan bobot 3, tidak setuju (TS) dengan bobot 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan bobot 1.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini yaitu mendapatkan hasil perhitungan bahwa variabel Bauran Pemasaran (X1), Kualitas Layanan (X2), Minat Konsumen (Y).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil dari uji instrumen dengan penyebaran kuesioner dari 82 responden, didapat nilai koefisien korelasi lebih dari 0,30 dengan nilai alpha lebih besar dari 0,60. Sehingga seluruh variabel dikatakan valid dan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 1: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1,48373191
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,085
	Positive	0,082
	Negative	-0,085
Test Statistic		0,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji SPSS seperti pada tabel, menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai sig $0,200 >$ dari $0,05$.

Uji Multikolenieritas

Tabel 2: Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,756	1,733		3,898	0		
X1	0,207	0,075	0,405	2,767	0,007	0,137	7,285
X2	0,378	0,113	0,488	3,335	0,001	0,137	7,285

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel, dinyatakan data pada penelitian ini tidak menunjukkan terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai VIF.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3: Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,628	1,036		0,606	0,546
X1	0,029	0,045	0,195	0,646	0,52
X2	-0,027	0,068	-0,122	-0,404	0,687

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel, data dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas terlihat nilai probabilitas signifikasinya berada di atas tingkat kepercayaan 5%.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 4: Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,756	1,733		3,898	0
	X1	0,207	0,075	0,405	2,767	0,007
	X2	0,378	0,113	0,488	3,335	0,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresinya menjadi:

$$Y = 6,756 + 0,207X1 + 0,378X2 + e$$

Analisis Koefisien Determinasi (R²)**Tabel 5: Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)**

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876 ^a	0,768	0,762	1,502

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah 2021

R Square yang terdapat pada tabel di atas sebesar 0,768. Angka tersebut menunjukkan bahwa 81,8% variasi variabel minat konsumen dapat juga dijelaskan oleh kedua variasi variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Parsial (t-test)

Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel 4, ditemukan hasil sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat konsumen pada BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan, diketahui t_{hitung} untuk variabel bauran pemasaran (X1) adalah 2,767 dan nilai $sig_{hitung} = 0.007$.
2. Kualitas layanan dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat konsumen pada BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan, diketahui t_{hitung} untuk kualitas layanan (X2) adalah 3.335 dan nilai $sig_{hitung} = 0.001$.

Uji Statistik F (F-test)**Tabel 6: Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	590,657	2	295,329	130,839	,000 ^b
	Residual	178,318	79	2,257		
	Total	768,976	81			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah 2021

Bauran pemasaran dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat konsumen pada BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan, diketahui bahwa $df_n = \text{derajat bebas pembilang} = 2$ dan $df = \text{derajat bebas penyebut} = 79$, diperoleh besarnya $F_{hitung} = 130,839$ serta nilai $Sig_{hitung} = 0,000$.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial dan simultan Bauran pemasaran dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen di BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan.

Melihat hasil penelitian, pimpinan pada BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan selain meningkatkan bauran pemasaran serta kualitas layanan, sebaiknya pimpinan juga mendengarkan keluhan-keluhan yang dialami konsumen, agar bisa memperbaiki dan menjaga minat konsumen. pimpinan pada BUMDes Desa Baru Catur Bhuana Sari Marga Tabanan lebih memperhatikan pegawai dan memotivasi pegawai agar ikut mengembangkan BUMDes. Hal ini akan dapat memberikan pegawai semangat untuk melakukan bauran pemasaran dengan baik serta memberikan layanan yang baik kepada konsumen BUMDes yang nantinya dapat meningkatkan minat konsumen.

Daftar Pustaka

- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *WIDYAKALA: JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY*, 3, 49–56.
- Effendy, A. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Faradiba, F., & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 59–69.

-
- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan pt. sucofindo batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Putra, A. B., Lapian, J., & Lumanauw, B. (2014). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Minat Membeli Kembali Voucher Isi Ulang Telkomsel. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Raharjani, J. (2005). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja (studi kasus pada pasar swalayan di kawasan seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (Jsmo)*, 2(Nomor 1), 1–15.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Sianturi, C. E. M., & Mulyaningsih, H. D. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (studi Pada Kfc Cabang Buah Batu, Bandung). *EProceedings of Management*, 4(3).
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 10(2), 273–284.
- Widyaningrum, N. A. (2017). Dampak bauran pemasaran terhadap minat beli Konsumen pada produk crispy rice crackers. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 635–641.