

Date: 2019-01-10 03:02 UTC

All sources 36 | Internet sources 1

[24] <https://wisnhugitha.wordpress.com/2012/12/06/strategi-pemasaran-jagung-manis/>
0.6% 1 matches

8 pages, 3265 words

A very light text-color was detected that might conceal letters used to merge words.

PlagLevel: selected / overall

65 matches from 38 sources, of which 36 are online sources.

Settings

Data policy: *Compare with web sources, Check against my documents*

Sensitivity: *Medium*

Bibliography: *Consider text*

Citation detection: *Reduce PlagLevel*

Whitelist: --

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEDIAAN BARANG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI JAYA CELL LAMONGAN

SURYANI YULI ASTUTI

Dalam menjalankan usaha, hal yang perlu diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen adalah sanggup memberi kesan yang baik sebelum menjual barang, kesan yang dapat membentuk suatu pandangan baik terhadap perusahaan melalui pelayanan yang diberikan, perusahaan juga harus mampu memberikan suatu permintaan barang/keinginan konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan dengan adanya persediaan barang. Jika terdapat pelayanan yang baik dan penyediaan barang yang sangat bagus maka dapat menarik minat beli konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh dari kualitas pelayanan dan persediaan barang terhadap minat beli konsumen, menggunakan teknik Total Sampling dengan mengambil keseluruhan total populasi untuk dijadikan sampel penelitian. Data dari penelitian ini merupakan hasil dari kuesioner yang telah disebar. Sumber datanya berasal dari data primer yang diolah oleh peneliti diperoleh dari tanggapan responden atas pertanyaan yang diberikan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang kemudian diolah melalui editing, coding, scoring dan tabulating. Analisa yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

Dari data primer yang diperoleh dilakukan pengujian dan dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan persediaan barang sama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen di Jaya Cell Lamongan pada tahun

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persediaan Barang, Minat Beli Konsumen

Pada era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat. Pemberian kualitas pelayanan yang baik bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar bisnis bisa terus berkembang. Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab perusahaan untuk menarik minat konsumen. Tanpa adanya pelayanan yang baik, perusahaan tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya.

Customer merupakan sumber penjualan ulang, testimonial dan acuan. Sebuah customer relations dapat tertuang dalam kegiatan pelayanan yang diberikan

kepada customer. Dalam pelayanan inilah customer dapat merasakan sebuah kegiatan langsung dan nyata atas perhatian dan penghargaan kepada mereka atas berlangungnya sebuah perusahaan. Pelayanan merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan dasar untuk membuat perbedaan dengan perusahaan lain. Bentuk pelayanan yang dilakukan perusahaan yang satu dapat berbeda dengan perusahaan lain. Setiap perusahaan berusaha menarik minat konsumen agar kemudian menjadi konsumen yang loyal. Diperlukan adanya strategi khusus untuk menghadapi persaingan yang ada yaitu dengan melakukan komunikasi pemasaran.

Memang banyak perusahaan yang sudah sadar mengenai pentingnya pelayanan yang baik terhadap konsumen

sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya. Namun terkadang, tidak sedikit perusahaan yang kurang memperhatikan mengenai hal ini. Mereka menganggap kualitas produk jauh lebih penting. Memang kualitas dari produk juga menjadi hal yang penting, namun pelayanan tersebut tidak kalah pentingnya dengan kualitas produk. Sebaik-baiknya kualitas produk yang ditawarkan, jika tanpa adanya pelayanan yang baik, belum tentu konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Bisa jadi konsumen justru membeli produk dari perusahaan lain yang memiliki kualitas produk tidak jauh berbeda namun memiliki kualitas pelayanan yang sangat memuaskan. Dan pada akhirnya, perusahaan pun akan kehilangan konsumennya. Untuk itulah kualitas pelayanan yang baik memang sangat diperlukan dalam bisnis sebagai salah satu bentuk tanggung jawabnya.

Disamping itu pengendalian persediaan barang juga merupakan salah satu masalah yang sering dihadapi oleh suatu perusahaan, dimana sejumlah barang diharapkan dapat diperoleh pada tempat dan waktu yang tepat, dengan harga yang murah. Persediaan barang diperlukan karena dalam pengadaan barang dibutuhkan sejumlah waktu untuk proses pemesanan barang. Sehingga akhirnya menimbulkan permintaan dalam suatu perusahaan, maka permintaan suatu barang yang datang diharapkan dapat dipenuhi dengan segera pada saat adanya permintaan barang yang dilakukan konsumen.

Menurut Martani (2012:245) Persediaan merupakan salah satu aset yang penting bagi suatu entitas baik bagi perusahaan ritel, manufaktur, jasa, maupun entitas lainnya. Menurut Ristono (2009) inventory atau persediaan (stok barang) adalah suatu teknik untuk manajemen material yang berkaitan dengan persediaan. Manajemen material dalam investory dilakukan dengan beberapa input

yang digunakan yaitu: permintaan yang terjadi (demand) dan biaya - biaya yang terkait dengan penyimpanan serta biaya apabila terjadi kekurangan persediaan (shortage). Sistem penjualan dan stok barang merupakan bagian yang penting dalam pengoperasiaan suatu perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan dagang. Pembuatan atau pengaturan sistem penjualan berpengaruh pada tingkat penerimaan pendapatan perusahaan, dan minat beli serta rasa kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus benar - benar mengawasi dan mengendalikan kegiatan penjualan serta stok barang dengan menerapkan sistem yang memadai, sehingga target penjualan dapat dicapai karena minat beli konsumen yang semakin meningkat.

Menurut Kotler dan Keller (2003:181), minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat, yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya mereka akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya itu. Perilaku pembelian dari konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dipelajari dan diperhatikan oleh para peritel saat ini. Perilaku pembelian adalah proses pengambilan keputusan dan tindakan seseorang dalam pembelian dan penggunaan produk tertentu. Minat beli konsumen bisa dilihat dari keinginan untuk membeli barang, intensitas dalam pembelian barang, dan tindakan merekomendasikan pembelian

barang kepada orang lain. Oleh sebab itu, para pengusaha harus mampu membuat beberapa strategi yang mampu menarik banyak konsumen untuk percaya terhadap perusahaan tersebut.

Jaya Cell Lamongan merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang perdagangan dan jasa. Salah satu usaha yang menyediakan berbagai asesoris dan spare part handphone, perusahaan ini juga melayani jasa service berupa perbaikan hardware dan software. Mempunyai letak yang strategis, yaitu di tepi jalan, sehingga mudah dijangkau oleh alat transportasi. Jaya Cell memiliki tata ruang yang rapi, nyaman, menyediakan barang yang cukup lengkap dan harga yang ditawarkan sebanding dengan mutu dan kualitas barang yang ditawarkan. Ketika memasuki, para konsumen bisa merasakan keramahan dari para pegawai sehingga membuat para konsumen lebih nyaman untuk melakukan pembelian. Untuk itulah Jaya Cell harus berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para pelanggan. Pemberian atau pelayanan jasa yang diberikan mungkin dapat mengalami kegagalan dalam memberikan kepuasan kepada para pelanggan apabila retail tidak mengetahui bentuk layanan yang sesungguhnya yang diinginkan pelanggan dan membuat daya tarik sendiri untuk menarik minat para konsumennya.

Hal pertama yang harus diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen yakni harus sanggup memberi kesan yang baik sebelum menjual barang, kesan yang dapat membentuk suatu pandangan baik terhadap perusahaan, suatu perusahaan juga akan menentukan citra perusahaan itu sendiri. Jika perusahaan dilengkapi dengan sebuah pelayanan yang ramah, ruangan yang nyaman, penyejuk udara, dan artistik penggunaan warna cat dinding yang sejuk,

semuanya menunjukkan suasana perusahaan yang berkualitas. Selain itu perusahaan harus mampu memberikan suatu permintaan barang/keinginan konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan, ketika konsumen tersebut mendapatkan apa yang mereka inginkan maka tidak menutup kemungkinan untuk menimbulkan minat beli para konsumen yang lebih meningkat lagi dari sebelumnya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif atau kualitatif research yaitu jenis penelitian yang berusaha menentukan teori, yaitu teori substantif atau formal, yang semuanya jelas berasal dari data (Sadjana, 1996:160).

Data penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode statistik deskriptif ialah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2008:147). Penelitian deskriptif disini menggunakan metode survei yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Nazir, 1988:65).

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen di Jaya Cell Lamongan sebanyak 60 pelanggan tetap.

DISKRIPSI VARIABEL PENELITIAN

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)
Tabel tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan (X_1)

NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					total
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	19	20	21	0	0	238	31.67	33.33	35.00	0.00	0.00	100.00
P2	18	32	10	0	0	248	30.00	53.33	16.67	0.00	0.00	100.00
P3	16	33	11	0	0	245	26.67	55.00	18.33	0.00	0.00	100.00
P4	9	43	8	0	0	241	15.00	71.67	13.33	0.00	0.00	100.00
P5	34	22	4	0	0	270	56.67	36.67	6.67	0.00	0.00	100.00
TOTAL						1242	TOTAL					100.00

jawaban 60 responden dapat diketahui jawaban responden berkaitan dengan pernyataan bukti fisik kualitas pelayanan yang telah diberikan, jumlah jawaban responden yang memilih setuju yaitu sebanyak 20 responden atau 33,33%, responden yang menjawab sangat setuju yaitu 19 responden atau 31,67%

Pada pernyataan keandalan pelayanan yang diberikan sudah sesuai keinginan responden, jumlah responden banyak memilih netral yaitu sebanyak 10 responden atau 16,67%, jumlah responden dengan jawaban sangat setuju yaitu 18 responden atau 30,00% dan jawaban setuju yaitu 32 responden atau 53,33%.

Pada pernyataan mengenai ketanggapan memberikan informasi dengan cepat dan tepat responden dengan jawaban netral sebanyak 11 responden atau 18,33%, jawaban paling banyak yaitu setuju dengan jumlah 33 responden atau 55,00%.

Pada pernyataan pelayanan dan pengetahuan karyawan yang terjamin kepercayaannya, jawaban netral 8 responden atau 13,33% dan banyak jawaban setuju yaitu 43 responden atau 71,67% sedangkan jawaban sangat setuju 9 responden atau 15,00%.

Pada pernyataan pemahaman responden dengan jawaban setuju yaitu 22 responden atau 26,67%, jawaban paling banyak yaitu sangat setuju sebanyak 34 responden atau 56,67% yang memilih jawaban netral yaitu 4 responden atau 6,67%.

2. Variabel Persediaan Barang (X₂)

Tabel tanggapan responden terhadap Variabel Persediaan Barang (X₂)

NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					total
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	21	9	30	0	0	231	35.00	15.00	50.00	0.00	0.00	100.00
P2	12	33	15	0	0	237	20.00	55.00	25.00	0.00	0.00	100.00
P3	18	28	14	0	0	244	30.00	46.67	23.33	0.00	0.00	100.00
P4	19	35	6	0	0	253	31.67	58.33	10.00	0.00	0.00	100.00
P5	16	41	3	0	0	253	26.67	68.33	5.00	0.00	0.00	100.00
TOTAL						1218	TOTAL					100.00

jawaban 60 responden dapat diketahui jawaban responden berkaitan dengan pernyataan persediaan barang mampu memenuhi kebutuhan, jumlah responden yang memilih setuju yaitu 9 responden atau 15,00%, banyak yang memilih jawaban netral yaitu 30 responden atau 50,00% menjawab tidak setuju, sedangkan jawaban sangat setuju 21 responden atau 35,00%. Pada pernyataan mengenai jumlah dan harga barang persediaan responden dengan jawaban setuju yaitu 33% atau 55,00% sedangkan responden yang memilih sangat setuju yaitu 12 responden atau 20,00%. Jawaban netral sebanyak 15 responden atau 25,00%. Pada pernyataan kepastian jangka waktu pemesanan barang, jumlah responden paling banyak memilih setuju yaitu 28 responden atau 46,67%, jawaban sangat setuju sebanyak 18 responden atau 30,00%. Responden dengan jawaban netral sebanyak 14 responden atau 23,33%. Pada pernyataan pemesanan barang dapat memenuhi kebutuhan responden, jawaban lebih banyak memilih setuju yaitu 35 responden atau 58,33%, jawaban sangat setuju 19 responden atau 31,67%, dan jawaban netral sebanyak 6 responden atau 10,00%. Pada pernyataan kualitas barang, jawaban sangat setuju 16 responden atau 26,67%, jawaban setuju 41 responden atau 68,33%, jawaban netral 3 responden atau 5,00% dan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu 0 responden atau 0,00%.

3. Variabel Minat Beli Konsumen (Y)
Tabel tanggapan responden terhadap
Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					total
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	17	32	11	0	0	246	28.33	53.33	18.33	0.00	0.00	100.00
P2	20	27	13	0	0	247	33.33	45.00	21.67	0.00	0.00	100.00
P3	14	44	2	0	0	252	23.33	73.33	3.33	0.00	0.00	100.00
P4	23	32	5	0	0	258	38.33	53.33	8.33	0.00	0.00	100.00
P5	13	46	1	0	0	252	21.67	76.67	1.67	0.00	0.00	100.00
TOTAL						1255	TOTAL					100.00

pernyataan minat transaksional (pembelian), jawaban paling banyak setuju yaitu 32 responden atau 53,33%, jawaban sangat setuju 17 responden atau 28,33% dan responden yang memilih jawaban netral sebanyak 11 responden atau 18,33%.

Pada pernyataan minat referensial, jumlah responden memilih jawaban netral yaitu 13 responden atau 21,67%. Jawaban sangat setuju yaitu 20 responden atau 33,33% dan paling banyak memilih setuju yaitu 27 responden atau 45,00%.

Pada pernyataan minat prereferensial atau tidak mereferensikan, responden yang memilih jawaban netral 2 responden atau 3,33%, memilih jawaban setuju sebanyak 44 responden atau 72,33%% dan paling memilih jawaban sangat setuju yaitu 14 responden atau 23,33%.

Pada pernyataan minat untuk selalu mencari informasi, jawaban responden yang memilih setuju yaitu 32 responden atau 53,33% sedangkan jawaban sangat setuju sebanyak 23 responden atau 38,33% dan jawaban netral yaitu 5 responden atau 8,33%.

Sedangkan untuk pernyataan minat pembelian ulang, reaponden memilig jawaban netral sebanyak 1 responden atau 1,67%, responden yang memilih setuju sebanyak 46

responden atau 76,67% dan jawaban sangat setuju 13 responden atau 21,67%.

HIPOTESIS
UJI HIPOTESIS I

Untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persediaan Barang Terhadap Minat Beli Konsumen di Jaya Cell Lamongan Tahun 2015. Dengan menggunakan uji t atau parsial. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak maka pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

VARIABEL	t hitung	t tabel	KETERANGAN
X1 Kualitas Pelayanan	4,590	2,001	Signifikan
X2 Persediaan Barang	3,920	2,001	Signifikan

Adapun langkah-langkah dalam uji t adalah :

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

1. Nilai $t_{hitung} = 4,590$

Tingkat signifikan (α) = 5% dengan derajat bebas (degree of freedom/df) = (n-2) = 60-2 = 58

$t_{tabel} = (\alpha / 2) = (0,025 : 58) \approx 2,001$

2. Kesimpulan :

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

2) Pengaruh Persediaan Barang (X_2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

1. Nilai $t_{hitung} = 3,920$

Tingkat signifikan (α) = 5% dengan derajat bebas (degree of freedom/df) = $(n-2) = 60-2 = 58$

$$t_{tabel} = (\alpha/2) = (0,025 : 58) \approx 2,001$$

2. Kesimpulan :

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persediaan Barang (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

UJI HIPOTESIS II

Untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persediaan Barang Terhadap Minat Beli Konsumen di Jaya Cell Lamongan Tahun 2015. Dengan menggunakan uji F Atau simultan. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak maka pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	236.997	2	118.499	83.454	.000 ^a
Residual	80.936	57	1.420		
Total	317.933	59			

a. Predictors: (Constant), Persediaan Barang (X_2), Kualitas Pelayanan (X_1)

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen (Y)

Dapat diperoleh gambaran bahwa nilai F_{hitung} sebesar 83,454 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,17, angka ini didapat dari tabel F dengan nilai v_1 sebesar 2 sebagai residual dan v_2 sebesar 57 sebagai df (derajat kebebasan) dengan taraf kesalahan 0,05 (5%),

Adapun langkah-langkah dalam uji F adalah :

1. Nilai $F_{hitung} = 83,454$

F_{tabel} (df pembilang/k ; df penyebut/ n-(k+1)

$$F_{tabel} (2 ; 57; 0.05) = 3,17$$

2. Kesimpulan :

Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ (83,454 > 3,17) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini mampu menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Persediaan Barang (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y), sehingga hipotesis pertama teruji kebenarannya.

dapat dilihat dari variabel kualitas pelayanan dan persediaan barang dua-duanya signifikan terhadap pergerakan minat beli konsumen, sehingga dapat dijelaskan tiap-tiap variabel sebagai berikut:

a. Dari variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen yang berarti dengan meningkatnya kualitas pelayanan sebesar satu poin maka minat beli konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,462 poin, dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap.

Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 4,590 dengan taraf

signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_o . Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Jaya Cell Lamongan.

Kenyataan ini sesuai dengan teori yang ada, bahwa kualitas pelayanan penting untuk meningkatkan profitabilitas dari kesuksesan perusahaan (Aydin Ozer dalam Retansa, 2009).

- b. Variabel persediaan barang mempunyai hubungan yang positif dengan minat beli konsumen yang berarti apabila persediaan barang meningkat satu poin, maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,378 poin dengan asumsi variabel asumsi variabel bebas yang lain tetap. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,90 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_o . Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa persediaan barang berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel persediaan barang terhadap minat beli konsumen di Jaya Cell Lamongan.

^[24]► Kenyataan ini sesuai dengan teori yang ada, produk/barang adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan, minat atau kebutuhan

konsumen (Kotler dalam Saputra, 2008).

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan minat beli konsumen. Pengujian membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Jadi jika kualitas pelayanan mendapatkan tanggapan yang positif dari konsumen maka akan menghasilkan kepuasan konsumen dan selanjutnya akan menimbulkan loyalitas. Sehingga perusahaan akan berusaha agar pelayanan yang diberikan dapat melebihi harapan pelanggan, maka akan meningkat minat untuk membeli ulang dan mereferensikan haal yang baik kepada orang lain.
2. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh antara persediaan barang dengan minat beli konsumen. Pengujian membuktikan bahwa persediaan barang memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Jadi jika persediaan barang mendapatkan tanggapan yang positif dari konsumen karena dapat memenuhi kebutuhannya dan perusahaan berusaha agar persediaan barangnya yang disediakan dapat melebihi harapan pelanggan, maka akan meningkat minat konsumen untuk melakukan pembelian.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

minat beli konsumen. Maka diharapkan kepada pihak Jaya Cell Lamongan agar tetap memperhatikan lebih baik agar konsumen merasa nyaman dan berminat untuk melakukan pembelian.

2. Bagi pihak Jaya Cell Lamongan untuk hal persediaan barang haruslah diperhatikan dan ditingkatkan agar konsumen semakin terpenuhi kebutuhannya dan akhirnya timbul minat dan keyakinan untuk melakukan pembelian di Jaya Cell Lamongan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan variabel yang lain. Variabel yang lebih banyak seperti variabel tempat yang strategis, promosi penjualan dan kualitas barang sehingga penelitian dapat berkembang dan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen di Jaya Cell Lamongan.

██████████
Arikunto,2006, Prosedur Penelitian, Rineka Cipta Jakarta.
Assauri,sofjan.2008 Manajemen Produksi Dan Operasi (edisi revisi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Indonesia: Depok-Jawa barat.
Cholid Narbuko Dan Abu Achmadi. 2001 Metodologi Penelitian,Bumi Aksara, Jakarta.
Ghozali, imam 2005. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Gramedia
Kotler, Philip & Gery Armstrong, 1997, Alih Bahasa; Alexander Sindoro, Penyunting; Benyamin Molan, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Jilid dua, Prenhalindo,
Kotler, Philip 2007, Alih Bahasa: Benyamin Molan; Penyunting: Bambang Sarwiji, SE;

Manajemen Pemasaran, edisi 12 Jilid 2; PT.INDEKS, Jakarta.

- Kotler, Philip dan killer,2009, manajemen pemasaran,edisi 13 jilid 1. Jakarta.
Kotler, Philip dan killer,2009,manajemen pemasaran,edisi 13 jilid 2. Jakarta.
Ratih hurriyati,2008. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,alfabeta,Bandung.
Santoso Singgih, 2002, Statistik Parametrik,Cetakan Ketiga, PT. Gramedia Pustaka Utama,Jakarta.
Santoso Singgih,2002,Mengolah Data Statistik Secara Professional,Elx Media Komputindo, Jakarta.
Sumarwan,ujang.2003.Prilaku konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Galia Indonesia, Jakarta.
Sugiyono, 2004, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan keenam, Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.
Sugiyono.2008.Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.Bandung Alfabeta.
Sugiyono.2009. Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.CV. Alfabeta:Bandung.
Umar, Husein, 2005, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.