



PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENYEWA LAPANGAN FUTSAL DI JFC (JOMBANG FUTSAL CENTER)

Wahyu Aris Setyawan (Dosen Ekonomi syariah)

Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto

arisw7178@gmail.com

Abstrak

Persaingan pada saat ini dalam lingkungan bisnis terbilang sangat ketat dan syarat akan perubahan. Banyak produsen barang dan jasa dari suatu daerah yang bersaing dengan produsen daerah lain untuk menarik minat konsumen di dalam perdagangan bebas. Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang bermutu dan juga pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center).

Pendekatan statistik kuantitatif dengan uji regresi linier berganda. Metode pengumpulan data yaitu dengan cara observasi, dokumentasi, dan angket. Instrumen penelitian menggunakan skala likert. Dalam pengambilan sampel penelitian ini peneliti mengambil 25% dari populasi yang berjumlah 140 orang yaitu 35 orang.

Hasil pengujian secara simultan menggunakan uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 5,194 dan F_{tabel} sebesar 3,294, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel harga dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). Secara parsial harga berhubungan negatif terhadap keputusan konsumen, karena jika harga naik maka keputusan konsumen menurun, sedangkan pelayanan berhubungan positif terhadap keputusan konsumen, karena jika pelayanan meningkat maka keputusan konsumen juga meningkat. Namun secara bersama-sama harga dan pelayanan berhubungan positif terhadap keputusan konsumen, karena jika harga dan pelayanan meningkat maka keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center) juga akan meningkat.

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Keputusan Konsumen

Abstract

Competition at this point in the business environment is fairly tight and requirements will change. Many producers of goods and services from an area that competes with other local producers to attract consumer interest in free trade. To attract consumers to buy the products offered then necessary to have an effective promotion, competitive price compared to the price offered by a competitor, product quality and service quality that can provide satisfaction to customers. The purpose of this study was to determine the effect of price and service to the consumer's decision to hire futsal in JFC (Jombang Futsal Center).

Quantitative statistical approach with multiple linear regression. Methods of data collection that is by observation, documentation, and questionnaires. The research instrument using a Likert scale. In this study, researchers sampling took 25% of the population of 140 people is 35 people.

The results of simultaneous testing using the F test shows that the value of F at 5.194 and F tables amounted to 3.294, because of $F > F$ table, then the variable price and service have a significant influence on consumer decision variable rent futsal in JFC (Jombang Futsal Center). Partially prices negatively related to consumer decision, because if the price goes up then the consumer's decision to decline, while the services are positively related to the consumer's decision, because if the service increases, consumer decision also increased. But together the price and service are positively related to the consumer's decision, because if the price and service increases, the consumer's decision to hire futsal in JFC (Jombang Futsal Center) will also increase.

Keywords: Price, Service Consumer Decision

PENDAHULUAN

Persaingan pada saat ini dalam lingkungan bisnis terbilang sangat ketat dan syarat akan perubahan. Apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat persaingan semakin ketat. Banyak produsen barang dan jasa dari suatu daerah yang bersaing dengan produsen daerah lain untuk menarik minat konsumen di dalam perdagangan bebas.

Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang bermutu dan juga pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ada di pasaran lainnya. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk tersebut dapat bersaing di pasaran, sehingga

menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen.

Demikian juga terjadi dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti JFC (Jombang Futsal Center), yang merupakan tempat penyewaan lapangan futsal. JFC (Jombang Futsal Center) juga harus mampu memberikan harga yang dapat bersaing di pasar, sekaligus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen atau pelanggan.

JFC (Jombang Futsal Center) merupakan tempat penyewaan lapangan futsal yang menetapkan harga yang paling rendah dibanding tempat lapangan futsal lain yang ada di Jombang. Jika pada tempat penyewaan lapangan futsal yang lain menetapkan harga Rp. 90.000 - Rp. 100.000 per jamnya, di JFC (Jombang Futsal Center) hanya menetapkan harga Rp. 40.000 - Rp. 60.000 per jam. Sehingga banyak konsumen yang memilih untuk menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). Pelayanan yang ada di JFC (Jombang Futsal Center) sebenarnya juga sudah cukup baik, dari segi pelayanan bukti fisik JFC (Jombang Futsal Center) menyediakan lapangan yang bersih dan nyaman dan kamar mandi yang bersih.

Menurut Rismiati & Suranto, (2002:215), harga adalah sejumlah nilai pengganti dalam pertukaran barang atau jasa. Harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Berdasarkan definisi ini, harga atas suatu barang atau jasa tidak saja sejumlah nilai yang tertera didaftar harga atau labelnya, tetapi juga fasilitas atau pelayanan lain yang diberikan pihak penjual kepada pembeli barang tersebut, misalnya pelayanan pengantaran barang sampai ke rumah pembeli, fasilitas garansi jika terjadi kerusakan tertentu dan sebagainya.

Untuk menarik minat konsumen, maka produsen atau para penjual dapat menggunakan kebijakan harga promosi dan diskriminasi harga (Alma, 2011:178). Harga Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti; menjual barang dibawah harga pasar (Loss Leader Pricing) dengan tujuan untuk menarik para konsumen baru, menetapkan harga khusus pada peristiwa-peristiwa tertentu, misalnya pada hari ulang tahun perusahaan, ulang tahun kota, atau pada hari-hari khusus lainnya, memberikan potongan yang dilakukan secara kontan, atau pembelian dalam jumlah banyak, memberikan berbagai macam bonus pada setiap pembelian, memberikan harga yang berbeda atau dengan istilah diskriminasi harga, dan harga juga berbeda karena citra terhadap produk, semakin tinggi.

Pelayanan menurut Simamora dalam Kartika, (2010:10) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak pada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak

mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Bahri, (2011:10) ada beberapa macam pelayanan yang harus dikerjakan dengan baik oleh perusahaan, yaitu: bukti langsung (tangibles), empati (empathy), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness) dan jaminan (assurance). Jika perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata pelanggannya, perusahaan tersebut harus memberikan pelayanan yang terbaik. Ada beberapa ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir, (2006:308) yaitu: tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana prasarana, bertanggung jawab, mampu melayani secara cepat, mampu berkomunikasi, memberikan jaminan kerahasiaan, memiliki pengetahuan, berusaha memahami kebutuhan pelanggan, dan mampu memberikan kepercayaan.

Keputusan konsumen adalah pemilihan dari dua alternative atau lebih alternatif pilihan keputusan, artinya bahwa seseorang membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan (Kanuk dalam Akbar, 2012:6). Menurut Setiadi (2003:11) ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, yaitu: faktor kebudayaan, faktor social, dan faktor psikologis. Proses pengambilan keputusan yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). 2) Untuk menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). 3) untuk menjelaskan pengaruh harga dan pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center)?

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini perlu adanya metode yang tepat dan sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian, agar penelitian dapat berjalan dengan baik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan statistik kuantitatif dengan uji regresi linear berganda yang bertujuan untuk menjelaskan tentang sejauh mana pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center).

Variabel penelitian digunakan sebagai ciri, dimiliki atau didapatkan satuan penelitian tentang suatu konsep pengertian tertentu (Notoatmodjo dalam Munawaroh, 2012: 70). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah: 1) Variabel bebas (independent variabel) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependent (Munawaroh,

2012:70). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X1) dan pelayanan (X2). 2) Variabel terikat (dependent variabel) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dan variabel ini sering disebut variabel respon (Sugiono dalam Munawaroh, 2012:70). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen (Y).

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data yang pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2003:132). Data primer dalam penelitian diperoleh dari pengisian kuisioner konsumen JFC (Jombang Futsal Center). Sedangkan data skunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2003:132). Data skunder dalam penelitian ini yaitu data jumlah “member” yang diperoleh pada bulan Januari 2022.

Dalam pengumpulan data Peneliti melakukan pengamatan tentang harga yang ditetapkan dan pelayanan yang diberikan pada objek penelitian di JFC (Jombang Futsal Center), kemudian mencatat secara langsung kegiatan yang terjadi di JFC selama penelitian berlangsung. Peneliti mengumpulkan data jumlah “member” yang diperoleh pada bulan Desember 2013. Peneliti menggunakan angket tertutup tentang harga, pelayanan, dan keputusan konsumen yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai tanpa bantuan peneliti.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah dinyatakan sebagai “member” di JFC (Jombang Futsal Center). Terdapat 14 team yang sering menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center), dimana 1 team terdapat 10 orang. Berarti populasi dalam peneliti ini adalah 140 orang. Menurut Arikunto (2002: 102) jika jumlah populasi lebih dari 100 dapat diambil sampel antara 10-15% atau 20-25%. Karena populasi dalam penelitian ini lebih dari 100, maka sampel yang diambil adalah 25% dari 140 sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 35 orang.

Untuk mengukur pendapat dari responden peneliti menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2010:134) Skala likert digunakan untuk mengukur, sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Responden dalam penelitian ini adalah “member” di JFC (Jombang Futsal Center) baik dari siswa SMA dan karyawan.

Instrumen untuk item kuisioner tentang harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Instrumen angket

No.	Variabel	Indikator	Item soal
1	Harga (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat harga - Potongan harga 	1,2,3
			4,5
Jumlah Soal			5Soal
2	Pelayanan (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas - Kehandalan - Kesigapan - Jaminan - Empati 	6,7
			8,9
			10,11,12
			13,14,15
			16,17
Jumlah Soal			12 Soal
3	Keputusan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Tujuan dalam menyewa produk - mencari informasi - pengevaluasian alternatif - keputusan konsumen - melakukan penyewaan ulang 	18,19,20
			21,22
			23,24
			25,26
			27,28,29,30
			Jumlah Soal

Sumber : Bahri, (2011), Asep Muslihan, (2013)

Dalam menentukan sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Adapun pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) dengan versi 16.

Validitas adalah suatu pengukuran merujuk kepada suatu keadaan di mana alat ukur mengukur karakteristik yang peneliti ingin mengukurnya. Dengan kata lain, validitas mempersoalkan akurasi peneliti dalam mengamati, mengukur, mewawancarai, menginterpretasi, mencatat, mengolah informasi yang diperoleh dari subjek penelitian (Murti dalam Munawaroh, 2012:78). Pengujian validitas dalam penelitian ini peneliti mengambil 15 responden yang tidak termasuk dalam sampel penelitian. Jika nilai validitas setiap pertanyaan

lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,514 maka butir pertanyaan dianggap sudah valid, (Priyatno,2008:121). Berikut hasil dari uji validitas terdapat 5 butir pertanyaan untuk variabel harga:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Variabel	Indikator variabel	No Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	Tingkat harga	1	0,842	0,514	Valid
		2	0,754	0,514	Valid
		3	0,821	0,514	Valid
	Potongan harga	4	0,858	0,514	Valid
		5	0,260	0,514	Tidak Valid

Sumber : hasil penelitian yang sudah diolah dari program SPSS

Berdasarkan diatas validitas untuk uji variabel independen dapat diketahui bahwa keseluruhan dari 5 butir pertanyaan yang diuji hanya 1 butir pertanyaan menunjukkan hasil tidak valid, dan 4 butir pertanyaan valid. Sehingga hanya 4 pertanyaan yang digunakan dalam memperoleh data dan yang tidak valid tidak disertakan.

Berikut ini adalah hasil uji validitas variabel pelayanan, terdapat 12 butir pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

Variabel	Indicator variabel	No soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pelayanan (X2)	Fasilitas	1	0,680	0,514	Valid
		2	0,591	0,514	Valid
	kehandalan	3	0,454	0,514	Tidak Valid
		4	0,890	0,514	Valid
	kesigapan	5	0,765	0,514	Valid
		6	0,648	0,514	Valid
		7	0,747	0,514	Valid
	Jaminan	8	0,554	0,514	Valid

		9	0,859	0,514	Valid
		10	0,847	0,514	Valid
	Empati	11	0,915	0,514	Valid
		12	0,574	0,514	Valid

Sumber : hasil penelitian yang sudah diolah dari program SPSS

Berdasarkan tabel diatas validitas untuk uji variabel independen dapat diketahui bahwa keseluruhan dari 12 butir pertanyaan yang diuji hanya 1 butir pertanyaan menunjukkan hasil tidak valid, dan 11 butir pertanyaan valid. Sehingga hanya 11 pertanyaan yang digunakan dalam memperoleh data dan yang tidak valid tidak disertakan.

Berikut hasil uji validitas variabel keputusan konsumen terdapat 13 butir pertanyaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen

Variabel	Indicator Variabel	No soal	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Keputusan Konsumen (Y)	Tujuan menyewa	1	0,605	0,514	Valid
		2	0,669	0,514	Valid
		3	0,835	0,514	Valid
	Mencari Informasi	4	0,437	0,514	Tidak Valid
		5	0,669	0,514	Valid
	Pengevaluasian Alternatif	6	0,668	0,514	Valid
		7	0,115	0,514	Tidak Valid
	Keputusan Konsumen	8	0,650	0,514	Valid
		9	0,281	0,514	Tidak Valid
	Melakukan Penyewaan Ulang	10	0,442	0,514	Tidak Valid
		11	0,515	0,514	Valid
		12	0,341	0,514	Tidak Valid
		13	0,569	0,514	Valid

Sumber: hasil penelitian yang sudah diolah dari program SPSS

Berdasarkan tabel 3.4, validitas untuk uji variabel dependen dapat diketahui bahwa keseluruhan dari 13 butir pertanyaan yang diuji terdapat 8 butir pertanyaan menunjukkan hasil valid, dan 5 butir pertanyaan tidak valid. Sehingga hanya 8 peranyaan yang digunakan untuk memperoleh data, dan yang tidak valid tidak disertakan.

Sedangkan reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reabel. Dengan kata lain reabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Sastroamoro & Ismael dalam Munawaroh, 2012:80). Nilai *AlphaCronbach* (r alpha) dalam program SPSS 16 ditunjukkan oleh besarnya alpha (α). Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan nilai 0,514, apabila $r_{hitung} > 0,514$ maka variabel yang diteliti adalah *reliabel* (Priyatno, 2008:25). Berikut hasil uji reliabilitas semua variabel:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga, Pelayanan, dan Keputusan Konsumen

Variabel	Jumlah Pertanyaan	r alpha	r tabel	Keterangan
Harga	5	0,866	0,514	Reliabel
Pelayanan	12	0,911	0,514	Reliabel
Keputusan Konsumen	13	0,831	0,514	Reliabel

Sumber: hasil penelitian yang sudah diolah dari program SPSS

Berdasarkan tabel diatas nilai r alpha semua variabel lebih dari nilai r tabel yaitu 0,866, 0,911, dan 0,831 $>$ 0,514. Hal ini berarti semua variabel harga, pelayanan, dan keputusan konsumen dapat dinyatakan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui presentasi sumbangan pengaruh variabel independen X (harga dan pelyanan) secara serentak terhadap variabel dependen Y (keputusan konsumen). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentasi variabel independen yangdigunakan dalam model mampu menjelaskan

variasi variabel dependen. Jika R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikit pun variasi variabel dependen.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (harga dan pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan konsumen) sebesar 24,5%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (harga dan pelayanan) mampu menjelaskan sebesar 24,5% variasi variabel dependen (keputusan konsumen).

Teknik model regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen yaitu X_1 harga, dan X_2 pelayanan terhadap variabel dependen Y yaitu keputusan konsumen. Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y' = 17,830 + 0,007X_1 + 0,215X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut : konstanta (a) = 17,830 ini berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol, maka nilai variabel terikat sebesar 17,830. Parameter a (nilai parameter konstanta regresi linier berganda) adalah nilai (0,05) dengan nilai $\alpha = 5\%$. Nilai signifikansi (0,00) < α (0,05) : maka H_0 ditolak, artinya nilai koefisien a untuk $\alpha = 5\%$ mempengaruhi taksiran Y dalam menganalisis regresi linier berganda. Bahwa secara bersama-sama harga dan pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). Koefisien regresi variabel Harga (X_1) sebesar 0,007; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga (X_1) mengalami kenaikan satu kesatuan, maka keputusan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Pengujian parameter β_2 nilai signifikansi (0,976) dengan nilai $\alpha = 5\%$. Nilai signifikansi (0,976) > (0,05) ; maka H_0 diterima, artinya nilai koefisien a untuk $\alpha = 5\%$ tidak mempengaruhi nilai taksiran dari Y dalam menganalisis regresi linier berganda. Bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). Koefisien regresi variabel pelayanan (X_2) sebesar 0,215; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pelayanan (X_2) mengalami kenaikan satu kesatuan, maka keputusan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,215 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Pengujian parameter β_2 nilai

signifikansi (0,012) dengan nilai $\alpha = 5\%$. Nilai signifikansi (0,012) < (0,05) ; maka H_0 ditolak, artinya nilai koefisien α untuk $\alpha = 5\%$ mempengaruhi nilai taksiran dari Y dalam menganalisis regresi linier berganda. Bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center).

Berdasarkan analisis data peneliti berhasil menemukan harga secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen disebabkan karena sasarannya adalah konsumen kelas menengah keatas yang mementingkan pelayanan dan prestise saja, sehingga harga tidak mempengaruhi keputusan konsumen dalam menyewa lapangan futsal.

Menurut Utami (2008:102) pendekatan penetapan harga yang berorientasi pada permintaan fokusnya adalah pada efek perubahan harga terhadap penjualan. Jadi jika perusahaan ingin menarik minat konsumen dalam memilih produk jasa yang disediakan, maka hendaknya perusahaan menetapkan harga yang mampu bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian ini karena hasil penelitian harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

Penyebab lain harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen adalah responden penelitian yang berbeda yaitu siswa SMA dan karyawan. Sehingga menyebabkan variabel harga tidak berpengaruh karena persepsi dan keadaan ekonomi yang berbeda dari siswa SMA dan karyawan.

Yang dimaksud keadaan ekonomi menurut Setiadi (2003:11) adalah pendapatan yang dibelanjakan sesuai dengan tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya. Sedangkan persepsi didefinisikan sebagai proses seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Jika anak SMA dalam menyewa lapangan futsal lebih mempertimbangkan harga karena mereka belum memiliki penghasilan sendiri, maka pada karyawan harga kurang berpengaruh karena karyawan lebih mementingkan pelayanannya.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lembang, (2010) dalam penelitiannya tentang “analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek Teh Botol Sosro”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan cuaca berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbar,(2012) tentang “Analisis Pengaruh Citra Merk, Harga, dan Kualitas

Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba (penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Gunadarma Depok)” hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian notebook Toshiba.

Berdasarkan analisis data pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen karena dalam menerapkan pelayanan JFC (Jombang Futsal Center) mampu membuat konsumen merasa puas dan nyaman sehingga konsumen tertarik untuk menyewa kembali lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center).

Menurut Setiadi, (2003) sesudah membeli konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusumanegara, (2012) tentang “harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena pelayanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen, maka hendaknya bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang sudah diterapkan, sehingga akan menimbulkan dampak positif seperti mendapatkan pelanggan yang loyal.

Penyebab pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen yaitu karyawan yang ramah, lapangan futsal yang bersih, kemudahan memesan lapangan futsal melalui telepon, dan keamanan kendaraan di area parkir. Hal inilah yang mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk menyewa kembali lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center).

Berdasarkan analisis data secara bersama-sama harga dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Harga dan pelayanan bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dikarenakan kebanyakan konsumen menganggap jika harganya tinggi pelayanan yang diberikan juga akan semakin baik.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Erwin Rediono Tan, (2011) tentang “pengaruh faktor harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan

konsumen untuk belanja di alfamart Surabaya”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen.

Harga dan pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen, karena sebelum konsumen mengambil keputusan untuk membeli atau menyewa konsumen akan melihat terlebih dahulu harganya, apakah mampu bersaing dengan produsen lain atau tidak. Kemudian melihat pelayanannya, jika pelayanannya memuaskan dan membuat nyaman konsumen, maka konsumen akan cenderung untuk memilih produk/jasa yang ditawarkan produsen tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji parsial variabel harga diketahui nilai T_{hitung} untuk sebesar 0,031, sedangkan pada T_{tabel} sebesar 2,037, karena $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,031 < 2,037$), maka H_0 diterima; artinya harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). Sedangkan berdasarkan hasil uji parsial variabel pelayanan diketahui bahwa T_{hitung} sebesar 2,649, sedangkan pada T_{tabel} sebesar 2,036. Karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,649 > 2,036$) maka H_0 ditolak; artinya, pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center). Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 5,194, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,295. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,194 > 3,295$), maka H_0 ditolak; artinya, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di JFC (Jombang Futsal Center).

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, Adam. 2012. *Analisis pengaruh citra merk, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian notebook toshiba*.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amanah, Dita. 2010. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang H.M. Yamin Medan*. Jurnal Keuangan dan Bisnis Maret vol.2, No.1
- Arikunto, Suharsimin. 2002. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta : Rineka Cipta.

- Bahri.2011. *Analisis pengaruh harga, pelayanan, atmosfer kenyamanan, keragaman produk, dan desain toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada gardena department store*.Hal 3-4.
- Hamdani. 2010. *Pengaruh produk, harga, dan distribusi terhadap keputusan pedagang eceran membeli keripik usus ayam pada perusahaan bintang bersinar di samarinda*. Hal 4-5.
- Iskandar,Ridwan.2009.*PengertianHarga*.<http://ridwaniskandar.files.wordpress.com/2009/05/91pengertian-harga.pdf.pk1:09.29> [15 Desember 2013]
- Maulana, Agus. 1994. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Munawaroh. 2012. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*.Malang : Wisma Kalimetro
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta :Mediakom.
- Purwati, Heri Setiawan, dan Rohmawati. 2012. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda matic beat pada pt. Nusantara Solar Sakti*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi September vol.2, No.3
- Rediono Tan, Erwin. 2011. *Pengaruh Faktor Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Di Alfamart Surabaya*. Jurnal Kewirausahaan Desember Vol.5, No.2
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Prilaku Konsumen (konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*.Jakarta : Kencana
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Tahta Kusumanegara, Erlangga. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang*.Hal 28-35