



**PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENYEWA LAPANGAN FUTSAL
DI TIRAFISA CAFE (FUTSAL CENTER)**

Rahman Handi Wijaya

STAI Sabilul Muttaqin Mojokerto

handiwijaya08@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan menemukan pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan futsal di Tirafisa cafe (futsal center) Permasalahan yang dihadapi adalah persaingan harga yang semakin tidak stabil dan banyaknya pesaing yang mencoba memonopoli harga pasaran. Oleh karena itu tirafisa cafe lebih mengutamakan pelayanan dan kenyamanan pelanggan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan dan kenyamanan pelanggan di Cafe Arabian dengan perolehan nilai 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 TIRAFISA CAFE (Futsal Center).

Kata Kunci: *Harga, Pelayanan, Kepuasan konsumen*

Abstract

This study aims to find out the problems and find the effect of price and service on consumer decisions to rent a futsal field at Tirafisa cafe (futsal center). The problems faced are increasingly unstable price competition and many competitors trying to monopolize market prices. Therefore, Tirafisa Cafe prioritizes customer service and convenience. From the results of the study, it can be concluded that service has a very significant influence on customer satisfaction and comfort at Cafe Arabian with the acquisition of a T_{count} of 2,649, while in T_{table} of 2,036. Because $T_{count} > T_{table}$ ($2,649 > 2,036$) then H_0 is rejected; that is, service affects consumers' decisions to rent a futsal field at TIRAFISA CAFE (Futsal Center).

Keywords: *Price, Service, Customer Satisfaction*

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. Tingkat harga dan pelayanan yang ditawarkan produsen akan mempengaruhi minat konsumen untuk mencoba mengonsumsi produk tersebut. Maka dengan demikian produsen akan terus terpacu untuk menentukan harga dan pelayanan yang memuaskan agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Setelah melihat adanya pelayanan yang memuaskan, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing.

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 TIRAFISA CAFE (Futsal Center), yang merupakan tempat penyewaan lapangan futsal. TIRAFISA CAFE (Futsal Center) juga harus mampu memberikan harga yang dapat bersaing

di pasar, sekaligus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen atau pelanggan.

TIRAFISA CAFE (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. 100.00 per jamnya, di TIRAFISA CAFE (Futsal Center) hanya menetapkan harga Rp. 40.000 - Rp. 60.000 per jam. Sehingga banyak konsumen yang memilih untuk menyewa lapangan futsal di TIRAFISA CAFE (Futsal Center).

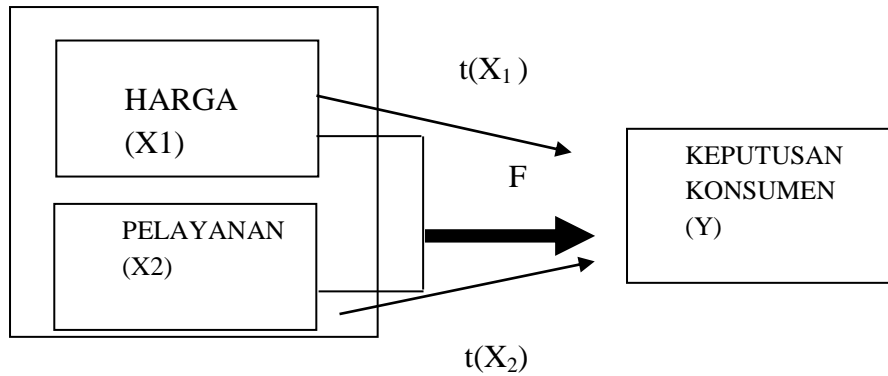
Pelayanan yang ada di TIRAFISA CAFE (Futsal Center) sebenarnya juga sudah cukup baik, dari segi pelayanan bukti fisik TIRAFISA CAFE (Futsal Center) menyediakan lapangan yang bersih dan nyaman dan kamar mandi yang bersih. Namun masih banyak juga pelayanan TIRAFISA CAFE (Futsal Center) yang kurang memuaskan konsumennya. Misalnya kualitas bola yang disediakan TIRAFISA CAFE (Futsal Center) kurang begitu berkualitas sehingga mengganggu jalannya permainan futsal.

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). Adapun susunan kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1

Desain penelitian harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen



Keterangan:

Variabel X1 = harga

$t(X_1)$ = Uji parsial Harga

Variabel X2 = pelayanan

$t(X_2)$ = Uji Parsial Pelayanan

Variabel Y = keputusan konsumen

F = Uji Simultan

HASIL DAN PEMBAHASAN

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.

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

PENUTUP

Kesimpulan:

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. 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 TIRAFISA CAFE (Futsal Center) ;
2. 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 TIRAFISA CAFE (Futsal Center) ;
3. 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 TIRAFISA CAFE (Futsal Center) .

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Adam. 2012. *Analisis pengaruh citra merk, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian notebook toshiba*
- Arikunto, Suharsimin. 2002. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta : Rineka Cipta.

- 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
- 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
- .