
JMEC: Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative

<https://jurnal.uss.ac.id/index.php/JMEC>

Vol 2, No 1 Januari 2023, Hal. 19-27

Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Bulutangkis PB SABA Semarang

Adhi Widyakto^{1*}, Yogi Prima Putra²
Alumni Program Studi Manajemen, Universitas Diponegoro¹
Program Studi Manajemen, Universitas Semarang²
e-mail: adhiwidyakto92@gmail.com*

ABSTRACT

This study attempts to analyze, the influence of prices, the location and the quality of service of the decision of customers renting badminton field at PB SABA SEMARANG. This research was done using a method of the questionnaire against 96 respondents who have used badminton field in PB SABA SEMARANG and using purposive sampling methods. The results of the quantitative analysis, including the validity tests, the reliability, the classic assumptions test (the normality test, the heteroscedasticity test and the multicollinearity test), double linear regression test and the hypothesis test by using t test, f test and coefficients determination (R²). The result showed that the price, the location and the quality of services have had a positive impact and significant with the decision of rents. With the regression equation $Y = 0,342 X1 + 0,503 X2 + 0,216 X3$. And the coefficients determination is 0,808, which means 80,8% rent decision is influenced by the price, the location and the service of quality.

Keyword : Price, Location, Service of Quality, Rental Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan bulutangkis PB SABA Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner terhadap 96 responden yang pernah menggunakan lapangan bulutangkis di PB SABA Semarang dan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas), uji regresi linear berganda dan yang terakhir uji hipotesis dengan menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Dengan persamaan regresi sebagai berikut $Y = 0,342 X1 + 0,503 X2 + 0,216 X3$. Dan besarnya nilai koefisien determinasi (R²) adalah 0,808, yang berarti 80,8% keputusan konsumen dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan

Kata kunci : Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen.

PENDAHULUAN

Pentingnya kesehatan dengan berolahraga membuat masyarakat saat ini mulai tertarik untuk mendatangi tempat atau fasilitas di bidang olahraga salah satunya yaitu lapangan bulutangkis. Karena olahraga ini sedang digemari oleh banyak kalangan baik itu anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua, baik itu perempuan maupun laki-laki. Serta olahraga bulutangkis ini dapat dilakukan di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Tingginya minat masyarakat terhadap olahraga bulutangkis membuat banyak pengusaha yang tertarik untuk mendirikan tempat bisnis jasa penyewaan lapangan bulutangkis ini. Selain kesadaran orang berolahraga meningkat, bulutangkis adalah jenis permainan yang banyak disukai dan diminati banyak kalangan. Tak heran banyak bermunculan usaha-

usaha baru di bidang jasa penyewaan lapangan bulutangkis ini di daerah-daerah sekitar kita.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT Dreamsmart Sejahtera Makmur diperoleh informasi bahwa kepuasan kerja dinilai rendah, kompensasi yang diberikan oleh perusahaan dianggap tidak sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang dibebankan kepada karyawan, lingkungan kerja yang kurang baik di perusahaan sehingga mempengaruhi kepuasan kerja dan kinerja karyawan, dan kinerja karyawan yang semakin berkurang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Santoso et al, 2022) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen. Dan penelitian (Cahyani & Maharani, 2016) harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen karena semakin terjangkau harga yang ditawarkan berakibat semakin banyak orang yang menyewa dan meningkatkan laba. Serta penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, 2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Baiti et al, 2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui besarnya pengaruh kompensasi terhadap kepuasan kerja, kompensasi terhadap kinerja karyawan, lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja, lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Dreamsmart Sejahtera Makmur.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan yang sangat penting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang dapat mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Menurut (Kotler & Amstrong, 2016) harga merupakan sejumlah uang yang di keluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan sebuah produk atau jasa.

Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor penting sebagai tempat penunjang kegiatan suatu usaha, diharapkan bagi pengusaha yang akan menjalankan aktivitasnya, baik usaha manufaktur maupun usaha jasa harus memperhatikan terlebih dahulu dimana menentukan lokasi kegiatan usaha yang akan beroperasi. Menurut (Tjiptono & Anastasia, 2014) Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

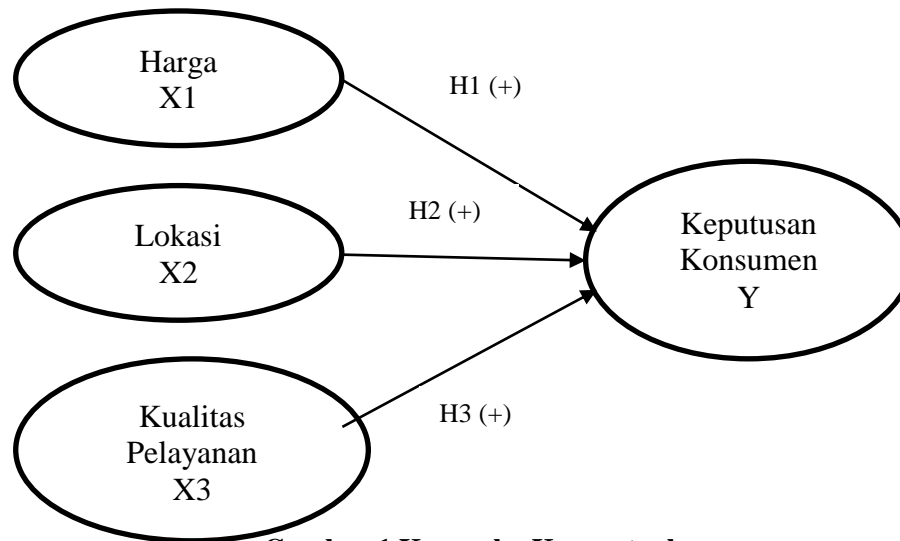
Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan / kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Sudarso, 2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. (Kotler & Armstrong, 2016) mendefinisikan keputusan pembelian sebuah perilaku konsumen untuk memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

KERANGKA PENELITIAN



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1 = Harga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen (Y)

H2 = Lokasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen (Y)

H3 = Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen (Y)

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pengunjung yang pernah menyewa lapangan bulutangkis di PB SABA Semarang. Sedangkan untuk sampel dalam penelitian ini adalah sebagian para konsumen atau pengunjung yang pernah menyewa lapangan bulutangkis di PB SABA Semarang.

Teknik dan Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Metode yang digunakan berdasarkan interview (wawancara) dan kuisisioner (angket). Penggunaan kuisisioner dimaksudkan untuk mendapatkan data primer dari responden yaitu konsumen dari PB SABA Semarang serta alat pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas), uji regresi linear berganda dan yang terakhir uji hipotesis dengan menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga	X1.1	0,801	0,1689	Valid
	X1.2	0,739	0,1689	Valid
	X1.3	0,797	0,1689	Valid
	X1.4	0,741	0,1689	Valid
Lokasi	X2.1	0,846	0,1689	Valid
	X2.2	0,886	0,1689	Valid
	X2.3	0,857	0,1689	Valid
	X2.4	0,569	0,1689	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0,758	0,1689	Valid
	X3.2	0,759	0,1689	Valid
	X3.3	0,771	0,1689	Valid
	X3.4	0,754	0,1689	Valid
Keputusan Konsumen	Y.1	0,766	0,1689	Valid
	Y.2	0,748	0,1689	Valid
	Y.3	0,785	0,1689	Valid
	Y.4	0,667	0,1689	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable harga, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan konsumen memiliki koefisien r hitung > dari r tabel (0,1689). Dengan demikian semua indikator dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

TABEL 2 UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga	0,771	Reliabel
Lokasi	0,808	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,756	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,728	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel karena keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga layak digunakan untuk menjadi alat ukur kuesioner dalam penelitian ini.

TABEL 3 UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08450500
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.035
Test Statistic		.051
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 primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Pada tabel di atas hasil uji *kolmogorov – smirnov* dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp Sig* $0,200 > 0,05$ hal ini berarti data yang digunakan untuk regresi linier berganda berdistribusi normal.

TABEL 4 UJI MULTIKOLINIERITAS

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
HARGA	.575	1.739
LOKASI	.565	1.770
KUALITAS PELAYANAN	.683	1.465

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Pada tabel diatas hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai $> 0,10$ dan memiliki nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas. Yang berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas. Hal ini berarti bahwa variabel – variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 5 UJI HETEROKEDASTISITAS

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.473	.483			3.050	.003
HARGA	-.028	.039	-.098		-.728	.468
LOKASI	.033	.034	.132		.973	.333
KUALITAS	-.048	.032	-.184		-1.486	.141
PELAYANAN						

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Pada tabel diatas dari uji heterokedastisitas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi semua variabel bebas diatas adalah lebih besar (>) dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa varian data penelitian ini adalah homogen atau lulus uji heteroskedastisitas.

Tabel 6 UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized		Standardized		Collinearity Statistics			
	Coefficients		Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	-.262	.783			-.335	.738		
HARGA	.360	.062	.342		5.762	.000	.575	1.739
LOKASI	.459	.055	.503		8.407	.000	.565	1.770
KUALITAS	.209	.053	.216		3.972	.000	.683	1.465
PELAYANAN								

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Nilai koefisien regresi yang digunakan yaitu *standardized coefficients*. Dari nilai tersebut maka dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = 0,342 X1 + 0,503 X2 + 0,216 X3$$

Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Koefisien regresi untuk variabel Harga (X1) sebesar 0,342 bernilai positif, hal ini berarti semakin baik harga maka akan meningkatkan keputusan konsumen.
- Koefisien regresi untuk variabel Lokasi (X2) sebesar 0,503 bernilai positif, hal ini berarti semakin baik lokasi maka akan meningkatkan keputusan konsumen.
- Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 0,216 bernilai positif, hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan keputusan konsumen

TABEL 7 UJI T
Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-.335	.738
HARGA	5.762	.000
LOKASI	8.407	.000
KUALITAS PELAYANAN	3.972	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

- Uji Hipotesis 1 (Harga terhadap Keputusan Konsumen)
Pengujian pengaruh harga terhadap keputusan konsumen menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari ($<0,05$) dan t hitung sebesar 5,762 lebih besar ($>$) dari t tabel sebesar 1,66159, maka H_a diterima.
- Uji Hipotesis 2 (Lokasi terhadap Keputusan konsumen)
Pengujian pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari ($<0,05$) dan t hitung sebesar 8,407 lebih besar ($>$) dari t tabel sebesar 1,66159, maka H_a diterima.
- Uji Hipotesis 3 (Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan)
Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari ($<0,05$) dan t hitung sebesar 3,972 lebih besar ($>$) dari t tabel sebesar 1,66159, maka H_a diterima.

TABEL 8 UJI F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	488.505	3	162.835	134.075	.000 ^b
Residual	111.734	92	1.215		
Total	600.240	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji F hitung sebesar 134,075 dengan tingkat signifikan 0,000 jika di nilai dari tingkat signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan layak digunakan untuk memprediksi variabel keputusan konsumen.

TABEL 9 UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.902 ^a	.814	.808	1.102	1.972

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 24.0, 2022

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,808. Hal ini berarti 80,8% variabel keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 19,2% dapat dijelaskan dari variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

Penutup Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh Harga, Lokasi, dan kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen pada lapangan bulutangkis PB SABA Semarang, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen, hal ini dapat diartikan apabila harga semakin baik maka keputusan konsumen akan semakin meningkat.
- Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen, hal ini dapat diartikan bahwa PB SABA Semarang memiliki lokasi yang cukup baik.
- Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen, hal ini dapat diartikan apabila PB SABA Semarang terus meningkatkan kualitas pada pelayanan pelanggannya

Saran

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi dan referensi yang di dapatkan selama dalam kegiatan penelitian bagi penulis. Serta dalam pembuatan penelitian ini masih jauh dari sempurna maka dari itu penyusun dengan senang hati menerima kritik dan saran dari pembaca untuk memperbaiki penelitian ini agar lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriasan Sudarso, 2016, Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan, Yogyakarta: Budi. Utama
- Baiti, Mita, Antony Stefanus Purba, dan Ferdi Silva Yandi. 2018. *Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Hotel Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Pariwisata.
- Cahyani, M. dan Maharani, Farizah Ayu. 2016. *Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Aula Masjid Agung di Gresik*. Jurnal Ekonomi. Vol. 5. No. 2.
- Hari Santoso, Pamuji, Yusmarlin Laoli, dan Evelyn Wijaya. 2022. *Analisis Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha NMAX Ditinjau Dari Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pada Sumber Rejeki Motor Pekanbaru*. Jurnal Bisnis Terapan Vol. 2 No. 1.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.

Maulana, Muhamad Irvan Noor. 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk ARTFRESH*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol. 5. No. 6.

Tjiptono, F. dan Anastasia Diana. 2014. *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta. Andi Offset..