



Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga)

Icha Nur Hidayati

STAI Sabilul Muttaqin Mojokerto

ichanurhidayati15@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan menemukan pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen menyewa tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (karaoke keluarga). Permasalahan yang dihadapi adalah persaingan harga yang semakin tidak stabil dan banyaknya pesaing yang mencoba memonopoli harga pasaran. Oleh karena itu Cafe Arabian 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 hitung 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 tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga).

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 place to sing at ARABIAN CAFE (family karaoke). The problem faced is the increasingly unstable price competition and the many competitors who try to monopolize the market price. Therefore, Cafe Arabian 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_{table} value 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 place to sing at ARABIAN CAFE (Family Karaoke).

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.

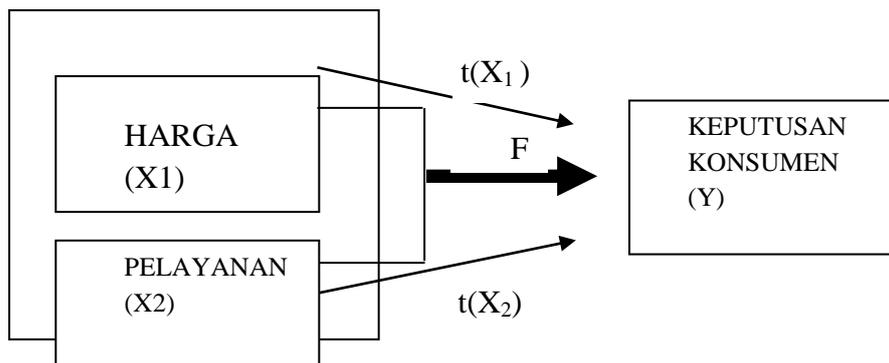
Demikian juga terjadi dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga), yang merupakan tempat penyewaan tempat beryanyi. ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga) juga harus mampu memberikan harga yang dapat bersaing di pasar, sekaligus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen atau pelanggan.

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 tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (KARAOKE KELUARGA). 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

H A S I L D A N P E M B A H A S A N

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 keluarga dan karyawan .Sehingga menyebabkan variabel harga tidak berpengaruh karena persepsi dan keadaan ekonomi yang berbeda dari keluarga 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 Keluarga dalam menyewa tempat beryanyi lebih mempertimbangkan harga karena mereka 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 ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga) mampu membuat konsumen merasa puas dan nyaman sehingga konsumen tertarik untuk menyewa kembali tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga).

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, tempat beryanyi yang bersih, kemudahan memesan tempat beryanyi melalui telepon, dan keamanan kendaraan di area parkir. Hal inilah yang mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk menyewa kembali tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga).

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.

P E N U T U P

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 tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga) ;
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 tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga) ;
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 tempat beryanyi di ARABIAN CAFE (Karaoke Keluarga)

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.
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Prilaku Konsumen (konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta : Kencana