

## **PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENYEWA AULA MASJID AGUNG DI GRESIK**

Muhammad Cahyani, Farizah Ayu Maharani

### **ABSTRAK**

*Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Maka peneliti ingin untuk mengetahui apakah harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda sebesar  $Y = 1,188 + 0,234X_1 + 0,476X_2$ . Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen secara simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan di Aula Masjid Agung di Gresik yang artinya semakin baik harga dan pelayanan maka keputusan konsumen akan meningkat*

**Kata kunci : Harga, Pelayanan dan Keputusan Konsumen**

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Banyaknya persewaan aula di Gresik yang bermunculan saat ini, baik itu aula yang berkapasitas kecil atau besar telah menimbulkan persaingan harga bagi usaha-usaha sejenis yang ada sebelumnya. Kondisi ini mendorong pihak persewaan aula untuk menciptakan peluang agar dapat menerapkan ide-ide yang baru untuk menarik minat konsumen. persewaan

aula merupakan tempat yang bergerak di bidang jasa persewaan aula.

#### **Rumusan Masalah**

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik ?
2. Apakah pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik ?

3. Apakah harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik ?

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik.
2. Untuk mengetahui apakah pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik.

### Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi berbagai pihak, dan secara global akan memberikan kontribusi.

### TINJAUAN PUSTAKA

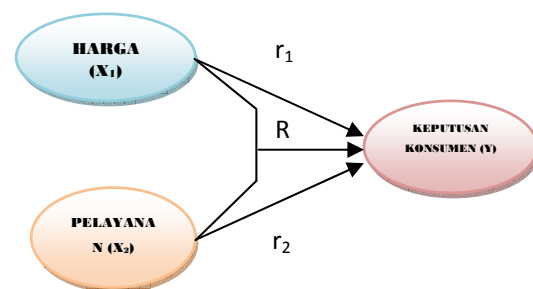
#### Landasan Teori

1. Pengertian Harga  
Menurut Stanton (2006:22), harga adalah sejumlah uang (kemungkinan ditambah dengan barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.
2. Pengertian Pelayanan  
Menurut Rangkuti (2008:48) pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain.
3. Pengertian Keputusan Konsumen  
Menurut Sutrisno dan Kusmawan (2006:54) keputusan merupakan suatu proses pengakhiran atau pemutusan

daripada suatu proses pemikiran untuk menjawab suatu pernyataan, khususnya suatu masalah.

### Kerangka Konseptual

Kerangka penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka konseptual yang dikembangkan dalam model ini adalah sebagai berikut:



1. Hubungan antara variabel harga (X<sub>1</sub>) secara parsial terhadap keputusan konsumen (Y).
2. Hubungan antara variabel pelayanan (X<sub>2</sub>) secara parsial terhadap keputusan konsumen (Y).
3. Hubungan antara variabel harga (X<sub>1</sub>) dan pelayanan (X<sub>2</sub>) secara simultan terhadap keputusan konsumen (Y).

### Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014:64) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik.
2. Diduga bahwa pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik.

3. Diduga bahwa harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Masjid Agung Gresik Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo Kebomas Gresik untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan dari judul, permasalahan dan tujuan yang akan diajukan dan hendak dicapai, maka jenis penelitian yang akan diajukan oleh peneliti adalah dengan pendekatan kuantitatif.

### Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel Penelitian

#### 1. Definisi Operasional Variabel

Dalam hal ini variabel bebasnya ada dua variabel yaitu harga ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ). Merupakan harga dan jasa pelayanan yang diberikan Masjid Agung kepada konsumen dan variabel terikatnya adalah keputusan konsumen ( $Y$ ). Merupakan akibat yang terjadi setelah konsumen mengetahui harga yang diinginkan dan pelayanan yang baik.

#### 2. Indikator Variabel Penelitian

Variabel Bebas (*Dependen Variable*)

- a. Harga indikatornya adalah Mendapatkan keuntungan, mendapatkan pangsa pasar, menjaga kelangsungan hidup, Balik Modal ROI dan menjaga status *quo* pangsa pasar.
- b. Pelayanan indikatornya adalah bentuk fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.

### Variabel Terikat (*Independent Variable*)

Keputusan Konsumen indikatornya adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian.

### Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini meliputi konsumen yang pernah menyewa aula Masjid Agung di Gresik sejumlah 93 orang pada tahun 2014, dimana sampel yang dipakai dalam penelitian menggunakan sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

### Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014:137) berdasarkan sumber data penelitian, maka pengumpulan data dapat menggunakan :

1. **Data Primer** Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari hasil kuesioner dan observasi langsung kepada konsumen penyewa aula Masjid Agung di Gresik.
2. **Data skunder** pada penelitian ini adalah dokumen tentang profil Masjid Agung di Gresik, *job description* dan strukturalnya dari kantor sekretariat Masjid Agung di Gresik.

### Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:147) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

### Uji Validitas

Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai *r hitung* pada tabel kolom *Corrected Item-Total*

Correlation dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan ketentuan untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel yang digunakan dan  $k$  adalah jumlah variabel independennya (Ghozali, 2006:104). Dengan jumlah sampel ( $n$ ) dan tingkat signifikansi 0,005 maka  $r_{tabel}$  pada penelitian ini adalah :

1. Bila :  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid
2.  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

### Uji Hipotesis

1. Uji t ( Uji Parsial )  
Uji t (uji parsial) ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas secara individu (parsial) terhadap variabel terikatnya.
2. Uji F (Uji Simultan)  
Uji F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Deskripsi Responden

Distribusi frekuensi identitas usia, jenis kelamin dan pekerjaan responden dapat dilihat dibawah ini :

**Tabel 4.1**

#### Karakteristik Responden Menurut Usia

USIA	JMLH	PERSENTASE
20 – 29 tahun	29	31,2%
30 – 39 tahun	40	43,0%
40 – 49 tahun	19	20,4%
≥ 50 tahun	5	5,4%
TOTAL	93	100%

Sumber :data diolah peneliti

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pada usia 30 – 39 tahun waktunya untuk mempersiapkan mencari tempat acara sesuai dengan kebutuhan, dan pada usia ini seorang akan menyewa gedung terlebih dahulu untuk acara resepsi ataupun acara sosial.

**Tabel 4.2**

#### Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JMLH	PERSENTASE
Laki-laki	60	64,5%
Perempuan	33	35,5%
Total	93	100%

Sumber : data diolah peneliti

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang berjenis kelamin laki-laki sebagai pengambil keputusan dalam memilih tempat untuk acara resepsi ataupun acara sosial.

**Tabel 4.3**

#### Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

PEKERJAAN	JMLH	PERSENTASE
Swasta	80	86,0%
PNS	4	4,3%
Guru	2	2,2%
Ibu rumah tangga	7	7,5%
TOTAL	93	100%

Sumber : data diolah peneliti

Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan pekerja swasta tidak ingin acara yang diinginkan tidak berjalan dengan apa yang diharapkan, ingin praktis dan cepat supaya tidak mengganggu pekerjaannya.

## Uji Validitas

### 1. Variabel Harga

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
X1.1	0,362	0,172	Valid
X1.2	0,362	0,172	Valid
X1.3	0,628	0,172	Valid
X1.4	0,381	0,172	Valid
X1.5	0,496	0,172	Valid

Sumber: data diolah peneliti

Tabel analisis uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan  $> 0,172$ , maka kuesioner variabel harga memiliki koefisien korelasi positif atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

### 2. Variabel Pelayanan

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
X2.1	0,307	0,172	Valid
X2.2	0,536	0,172	Valid
X2.3	0,417	0,172	Valid
X2.4	0,574	0,172	Valid
X2.5	0,546	0,172	Valid

Sumber: data diolah peneliti

Tabel analisis uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan  $> 0,172$ , maka kuesioner variabel pelayanan memiliki koefisien korelasi positif atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

### 3. Variabel Keputusan konsumen

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan konsumen**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
Y.1	0,619	0,172	Valid
Y.2	0,304	0,172	Valid
Y.3	0,398	0,172	Valid
Y.4	0,473	0,172	Valid
Y.5	0,530	0,172	Valid
Y.6	0,340	0,172	Valid
Y.7	0,311	0,172	Valid
Y.8	0,391	0,172	Valid
Y.9	0,563	0,172	Valid
Y.10	0,364	0,172	Valid
Y.11	0,379	0,172	Valid

Sumber : data diolah peneliti

Tabel analisis uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan  $> 0,172$ , maka kuesioner variabel keputusan konsumen memiliki koefisien korelasi positif atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh variabel harga terhadap Keputusan Konsumen

Variabel harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik, berarti semakin terjangkau harga yang ditawarkan berakibat pada semakin banyak orang yang menyewa aula Masjid Agung di Gresik dan juga meningkatkan laba.

1. Pengaruh variabel pelayanan terhadap keputusan konsumen  
Variabel pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik. Peranan pelayanan secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap semakin banyak orang yang menyewa aula Masjid Agung di Gresik.
2. Pengaruh variabel harga dan variable pelayanan terhadap keputusan konsumen  
Variabel harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menyewa aula Masjid Agung di Gresik, jadi hubungan yang positif dan kuat perlu ada perhatian dari pengelola aula Masjid Agung di Gresik, sehingga setiap bulan terdapat banyak kegiatan di aula Masjid Agung meskipun biasanya pada bulan tertentu tidak sampainya sepuluh kegiatan di aula Masjid Agung.
3. Secara simultan dan hasil persamaan regresi berganda, dapat diketahui bahwa variabel harga ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung lebih besar daripada nilai  $F$  tabel yaitu  $55,848 > 3,098$  dengan tingkat signifikansi  $F$  yang lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

### Saran

Bagi pengelola aula Masjid Agung Gresik Semakin terjangkau harga Aula Masjid Agung di Gresik dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk memesan Aula Masjid Agung di Gresik. Maka dari itu, Aula Masjid Agung di Gresik harus memberikan harga yang terjangkau dengan cara harganya disesuaikan dengan tidak mengurangi fasilitas dan sebagainya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Rangkuti Freddy,. 2008, *Measuring Customer Satisfactio. Teknik Mengukur Kepuasan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis PL-JP*.PT Gramedia Pustaka Tama : Jakarta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Sutrisno, Ruswandi Kusmawan, 2006. *Konfirmasi Keputusan Pelanggan*. Penerbit Yudhistira, Sukabumi.
- Stanton, William J, 2006, *Prinsip Pemasaran*, Jilid I (Yohanne Lamarto: Terjemahan) Penerbit Erlangga: Jakarta. = nilai 1

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

1. Variabel harga ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel yaitu  $3,526 > 1,987$  dengan tingkat signifikansi  $F$  yang lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Variabel pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel yaitu  $8,078 > 1,987$  dengan tingkat signifikansi  $F$  yang lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).