



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**
(Studi Pada Konsumen Lapangan 916 Futsal)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh :
AHMAD MUNIF
NPM. 21601081160

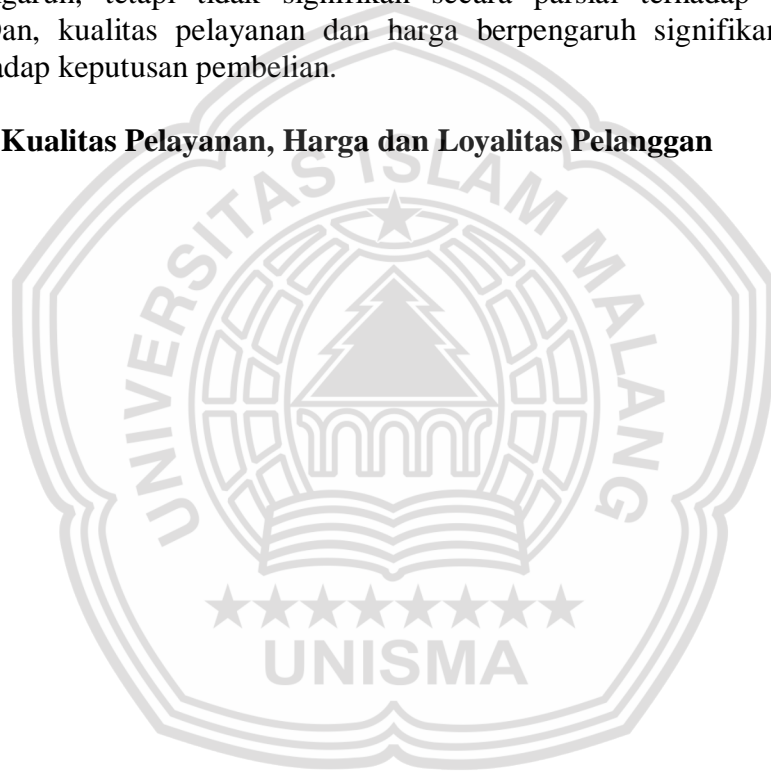


UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Lapangan 916 Futsal, baik secara parsial maupun simultan. Peneliti ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Lapangan 916. Sampel yang diambil sebanyak 74 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pendekatan *Yamane*. Data dianalisis menggunakan analisis linier berganda yang diolah dengan software SPSS tahun 2020. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, harga berpengaruh, tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Dan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

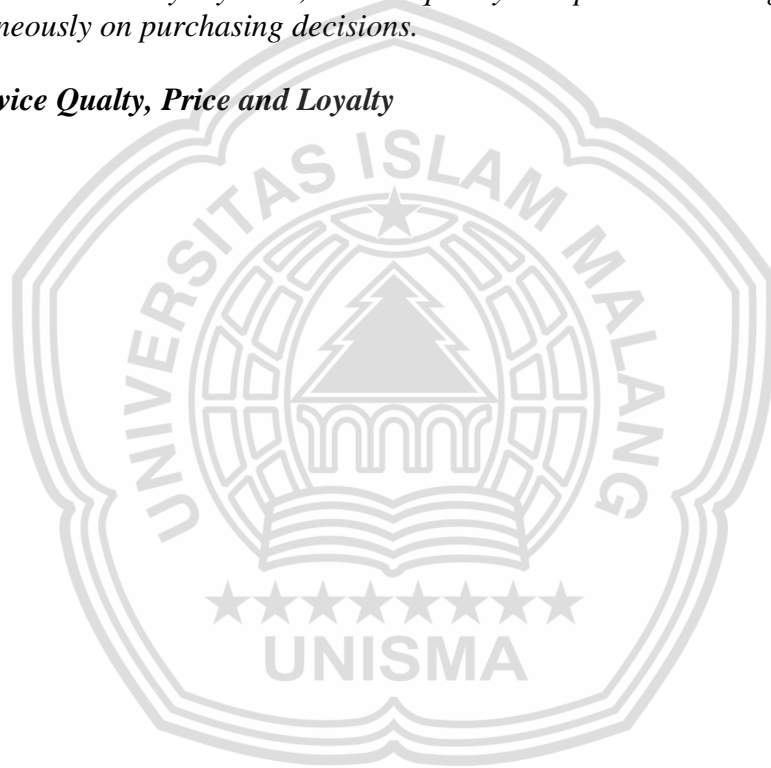
Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze Service Quality and Prices on Customer Loyalty in 916 Futsal Field Consumers, either partially or simultaneously. This researcher uses an explanatory research type with a quantitative approach. The population in this study were consumers in the 916 field. Samples were taken as many as 74 respondents. The sampling technique used was the Yamane approach. Data were analyzed using multiple linear analysis processed with SPSS 2020 software. The data collection method used was a questionnaire. The results showed that service quality partially significant effect on customer loyalty. Meanwhile, price has an effect, but not partially significant, on customer loyalty. And, service quality and price have a significant effect simultaneously on purchasing decisions.

Keywords: *Service Quality, Price and Loyalty*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000:50).

Futsal merupakan pengembangan dari olahraga sepak bola yang dimainkan oleh 2 tim, yang masing-masing beranggotakan 5 orang pemain termasuk penjaga gawang. Menurut Roeslan (2003:9) olahraga futsal merupakan olahraga sepakbola mini yang dilakukan dalam ruangan dengan panjang lapangan 38-42 meter dan lebar 15-25 meter. Dimainkan oleh 5 pemain termasuk penjaga gawang. Futsal adalah permainan yang hampir sama dengan sepak bola, dimana dua tim memainkan dan memperebutkan bola diantara pemain dengan tujuan dapat memasukkan bola ke gawang lawan

dan mempertahankan gawang dari kemasukan bola, menurut Justin (2004:19) sebelum berkembang menjadi cabang olahraga yang kedudukannya sejajar dengan sepakbola rumput, futsal ditekuni sebagai sarana pengarah dan pembentukan para pemain muda yang ingin berkarir dalam bidang futsal.

916 futsal adalah salah satu jasa penyewaan futsal diantara tiga lapangan futsal yang ada di kecamatan arjasa, dari harga yang ditawarkan oleh 916 futsal yang relatif lebih murah dari tempat futsal lainnya, hal ini yang di tawarkan oleh 916 futsal kepada pelanggannya yang dimana para pelanggannya lebih kepada pelanggan lamanya karena mungkin dari pelanggan memilih lapangan yang dimana 916 futsal adalah lapangan yang pertama kali ada. Di kecamatan Arjasa kabupaten Sumenep terdapat tiga tempat penyewaan lapangan futsal. Seperti 916 Futsal, Aw Futsal, HR Futsal. Setiap lapangan futsal berusaha untuk menarik sebanyak mungkin pelanggan yang memakai jasa lapangan futsalnya. Agar bisa memenangkan kompetisi dalam persaingan ini kualitas pelayanan juga menentukan sikap pelanggannya untuk melakukan penyewaan lapangan, kualitas pelayanan dan harga sangat menentukan loyalitas pelanggan 916 futsal dalam memilih tempat penyewaan yang tepat sesuai dengan minat selera yang di pilih oleh pelanggan, perusahaan harus bisa mengatur strategi-strategi yang pada akhirnya bisa menguntungkan perusahaan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Olahraga futsal kini sudah menjadi gaya hidup di kalangan remaja, mulai dari pelajar sampai mahasiswa. Banyaknya peminat olahraga futsal

mendorong berkembangnya usaha jasa penyewaan lapangan futsal. Salah satu di kecamatan Arjasa Kabupaten Sumenep yang memiliki banyak peminat olah raga futsal, hal ini terlihat dari banyaknya usaha jasa yang penyewaan lapangan futsal di kecamatan Arjasa kabupaten sumenep. Tersedianya lapangan sepakbola yang minim atau kurangnya lahan kosong saat ini membuat masyarakat susah untuk menggali kemampuannya lebih dalam untuk dapat menjadi pemain profesional. Namun, dengan kurang tersedianya lapangan sepakbola, masyarakat masih dapat bermain bola selain di lapangan bola besar yaitu di lapangan bola mini atau yang biasa disebut dengan lapangan futsal.

Berkembangnya penyewaan futsal di kecamatan Arjasa Kabupaten sumenep membuat persaingan usaha ini semakin ketat, hal ini membuat pengelola lapangan futsal menawarkan fasilitas dan pelayanan yang menarik dan beragam untuk menarik banyak pelanggan. Dalam upaya memenangkan persaingan maka tiap-tiap pengelola lapangan futsal saling berpacu menawarkan keunggulan, antara lain memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan pada usaha yang dimilikinya.

Salah satu usaha yang dilakukan oleh para pemilik lapangan futsal di kecamatan Arjasa Kabupaten Sumenep untuk menghadapi persaingan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan bisnis lapangan futsal tersebut. Adanya usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pemilik lapangan futsal tersebut bertujuan untuk memberikan kepuasan bagi

pelanggan. Setelah mereka merasa cocok tentunya akan terus mengulang-ulang atau bahkan menjadi member pada usaha lapangan futsal tersebut. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan loyalitas pelanggan.

Salah satu usaha untuk menarik konsumen memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah menggunakan jasa, berusaha membuat pelanggan puas dengan memberikan pelayanan-pelayanan yang baik, memenuhi fasilitas yang dibutuhkan pelanggan, karena dalam suatu perusahaan yang menawarkan jasa menjaga kepuasan pelanggan adalah hal nomor satu yang harus dilakukan.

Pemakaian lapangan pada 916 Futsal di gunakan untuk umum, siapapun dapat menggunakan melalui pengaturan jadwal pemakaian lapangan yang sudah di pesan oleh konsumen. Konsumen pengguna lapangan 916 Futsal terdiri dari 2 bagian, yaitu:

1. Konsumen Pengguna Lapangan Futsal Member
2. Konsumen Pengguna Lapangan Futsal Harian

Pengelompokan konsumen digunakan untuk mempermudah pegawai atau karyawan pada perusahaan tersebut dalam mengatur jadwal pemakaian lapangan futsal sehingga dapat berjalan dengan baik sesuai jadwal yang sudah disepakati.

916 Futsal menetapkan harga dibawah harga rata-rata lapangan futsal lainnya. Hasil wawancara pra penelitian penulis, salah seorang pegawainya menyatakan bahwa “yang terpenting adalah banyaknya member yang

bermain futsal setiap harinya. Dengan banyaknya member ini, maka keuntungan akan dapat ditingkatkan”. Dengan kebijakan penetapan harga seperti ini bisa mengakibatkan kerugian perusahaan. Harga yang ditetapkan terlalu tinggi maupun terlalu rendah akan berakibat kurang menguntungkan bagi perusahaan. Harga yang sesuai akan memberikan keuntungan terhadap perusahaan.

Tjiptono (2005:260), mengungkapkan kualitas pelayanan adalah sistem manajemen strategis dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan atas proses organisasi agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Kualitas pelayan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh konsumen. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta konsumen akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Suatu cara perusahaan untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang ditawarkan.

Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2001). Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen, dan manajer perlu benar-benar menyadari peran

harga tersebut dalam pembentukan sikap konsumen (Mowen dan Minor, 2002). Dalam situasi tertentu para konsumen sangatlah sensitif terhadap harga, sehingga harga yang relatif tinggi dibanding para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Dalam arti yang paling sempit, harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa (Kotler, 2001).

Sudut pandang produsen harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan dalam artian merupakan pendapatan. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk atau dalam arti kata harga merupakan pengorbanan bagi konsumen dalam mendapatkan suatu produk. Namun secara sederhana harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk/jasa.

Konsep loyalitas pelanggan berlaku untuk merek, jasa, organisasi (toko, pemasok, asa, klub olahraga), katagori produk (contohnya, rokok), dan aktivitas (misalnya, berenang dan bermain sepak bola). Secara garis besar, literatur loyalitas pelanggan didominasi dua aliran utama: aliran stokastik (*behavioral*) dan aliran *deterministic* (sikap). Dengan kata lain, loyalitas merek dapat ditinjau dari merek apa yang dibeli konsumen dan bagaimana perasaan atau sikap konsumen terhadap merek tertentu. Berdasarkan pemaparan diatas maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian

tentang kualitas pelayanan dan harga yang di studikan pada lapangan 916 Futsal. penulis memilih kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan ini karena kualitas dan harga sangat berhubungan terhadap loyalitas pelanggan, dimana seseorang akan loyal apabila di tempat konsumen itu berinteraksi membeli atau menggunakan jasa dan produk pelayanannya sangat baik, berkualitas dan memuaskan para konsumen yang datang, sedangkan harga yang murah dan sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang digunakan oleh konsumen itu menentukan untuk pelanggan tersebut loyal atau tidaknya terhadap perusahaan kita.

Berdasarkan dari penjabaran uraian di atas maka peneliti menggunakan beberapa variabel untuk dijadikan bahan penelitian dengan judul yaitu “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Lapangan 916 Futsal)** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di 916 Futsal?
- b. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di 916 Futsal?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di 916 Futsal ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di 916 Futsal.
- b. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di 916 Futsal.
- c. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan di 916 Futsal.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan sebagai bahan perbandingan dan acuan dalam melakukan penelitian dengan objek ataupun masalah yang sama di masa yang akan datang maupun untuk penelitian selanjutnya.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan bahan masukan yang berharga bagi perusahaan tentang loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan harga pada pelanggan di 916 Futsal.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Konsumen Lapangan 916 Futsal :

- a. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen 916 futsal.
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan 916 futsal.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Adapun keterbatasan penelitian dengan terbatasnya pandemi Covid-19 yang mengalami keterbatasan dalam penyebaran kuesioner.
- b. Responden yang di gunakan hanya menggunakan satu tempat sehingga hasil kurang di generalisasi secara luas.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Kepada Pemilik Lapangan 916 Futsal

- a. lapangan 916 futsal diharapkan memberikan lebih memperhatikan kualitas pelayanan pelanggan agar pelanggan bisa merasakan kenyamanan.
- b. Diharapkan lapangan 916 futsal dapat memberikan harga yang sesuai dengan fasilitas yang dimiliki dan pelayanan yang baik terhadap pelanggan.
- c. Karyawan diharapkan memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan dapat merasakan loyalitas dari lapangan tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menerapkan metode survei melalui kuesioner dengan ditambahkan teknik wawancara secara langsung, agar data dari responden akan lebih menggambarkan kondisi yang sesungguhnya.
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler, 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalilindo
- Azwar, S. 2010. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedelapan. Bandung: Alfabeta
- Dewi, Aprillia R.2016. Pengaruh *Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan KualitasLayanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi LanBistro Coffe dan Resto Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Boga. Vol 3-No3
- Edgar, M dan Galia, F. 2009. *Why and How Service Quality Perceptions Impact Consumer Responses*, *Journal of Managing Service Quality*, Vol. 19, No.4, pp.474-485
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multi Variat dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, Imam.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Edisi 7
- Ghozali. Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Penerbit UNDIP.
- Griffin, 2002. *Cusomer Loyalty*. Jakarta: Erlangga
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga
- Hatta, Roeslan. 2003. *Taktik Permainan Futsal*
- Justin, Lhaksana. 2004 *Indonesia Berpotensi Besar untuk Futsal*. Jakarta: Sport Kediri
- Kotler, & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2012. *Dasar – dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo

- Kotler, Philip, (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jilid 1&2. PT. Prenhalindo; Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2008 *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2013. *Marketing Management*. Edis Melenium: New Jersey. Prentice Hall Intl.
- Lupioyadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Mamang, Sangadji Etta dan Sopiah 2010. *Metodelogi Penelitian*. CV Andi. Yogyakarta.
- Melysa. 2013. *Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol. 1 No. 4
- Ramadani, Yuda, dan Mintarti Rahayu. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PT.TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Gulunggung Kota Malang)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol. 2 No. 2.
- Ratnasari, R.T & Aksa, M.H.2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Roeslan, Hatta. 2003 *Permainan Futsal*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Cetakan ke 4. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono. 2010. *Metode penelitian Bisnis*.Cetakan ketujuh. Jakarta: Alfabeta
- Sugiyono.2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono.2012.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung :Alfabeta.
- Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung :Alfabeta.



- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukandarrumni. 2004. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Swata, Basu dan T Handoko. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku-perilaku Konsumen Edisi I*. Yogyakarta: BPFE
- Tengku. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FE. Vol. 5 No. 2.
- Tjiptono, 2012. *Pemasaran Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, 2014. *Pemasaran Jasa*, Gramedia Cawang. Jakarta
- Tjiptono, F. 2001. *Prinsip – prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, Fandy. Dan Chandra, G. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta
- Umar, H. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Utami. 2010. *Manajemen ritel*. Jakarta: Selemba Empat
- Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan Kesatu. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Wiwik, Gatot. 2015 *Pengaruh kualitas pelayanan, kebijakan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada jasa lapangan Internasional futsal Pekanbaru*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FE. Vol. 2 No. 1.