

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Usaha Jasa Mujahiddin Tour & Tavel Lamongan)

SKRIPSI

Oleh:

AHMAD ABU KHOIRI

NIM : G73215014



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Abu Khoiri

Nim : G73215014

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian (Studi Pada Mujahiddin Tur & Travel)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri. Kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 11 September 2019

Saya yang menyatakan



Ahmad Abu Khoiri
NIM. G73215014

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Abu Khoiri NIM G73215014 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 11 September 2019

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andriani Samsuri', with a stylized, cursive script.

Andriani Samsuri, S.Sos, MM
NIP. 197608022009122002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Abu Khoiri G73215014 ini telah diperiksa di depan sidang Majelis Munasqosah Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 25 September 2019 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam manajemen

Majelis Munasqosah Skripsi:

Penguji I



Andriani Samsuri, S.Sos, MM
NIP. 197608022009122002

Penguji II



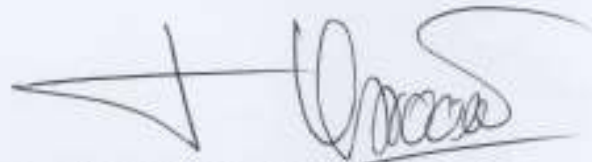
Deasy Tantriana, MM
NIP. 198312282011012009

Penguji III



Siti Musfiqoh, MEI
NIP. 197608132006042002

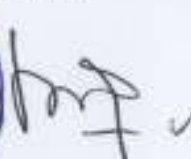
Penguji IV



Muchammad Syaifuddin, M.SM
NIP. 198603132019031011

Surabaya, 25 September 2019
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,




Ah. Ali Arifin, MM.
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang beranda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Abu Khoiri
NIM : G73215014
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Bisnis Islam/Manajemen
E-mail address : ahmad030397@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA USAHA JASA MUJAHIDDIN TOUR & TRAVEL LAMONGAN)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Oktober 2019

Penulis

(Ahmad Abu Khoiri)

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Kegunaan penelitian.....	7
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Kualitas pelayanan	8
2. Harga	10
3. Keputusan pembelian	17
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka pemikiran.....	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis penelitian.....	34
B. Tempat dan waktu peneliitian.....	34

Dengan jumlah wisatawan mancanegara di atas menjadikan peluang bagi usaha jasa tour and travel, salah satunya adalah Mujahiddin Tour & Travel. Mujahiddin Tour & Travel merupakan usaha tour and travel yang berdiri sejak tahun 2014 yang menyediakan berbagai macam paket tour and travel. Usaha travel yang berdiri sejak tahun 2014 tersebut memberikan paket penawaran wisata kepada pelanggan, salah satu paket wisata yang diberikan ialah paket wisata religi yang mana paket wisata tersebut hanya terfokuskan pada wisata religi di daerah Jawa Timur. Namun setelah melewati beberapa masa dengan jumlah peningkatan disetiap tahunnya, Mujahiddin Tour & Travel mulai menawarkan paket wisata religi se Jawa. Berikut merupakan data penjualan Mujahiddin Tour & Travel:

Data penjualan Mujahiddin Tour & Travel

Tahun	Jumlah penjualan
2018	132
2019 (Juni)	60
Total	192

Dengan jumlah penjualan yang dimiliki oleh Mubahiddin Tour & Travel bila dibandingkan dengan jumlah wisatawan mancanegara yang didata oleh Badan Pusat Statistik, penjualan yang dialami oleh Mubahiddin Tour & Travel dapat dikatakan masih terbilang rendah. Artinya dengan jumlah wisatawan mancanegara tersebut menjadi sebuah potensi pasar yang tinggi sehingga Mubahiddin Tour &

[illegible]

Hasil penjualan yang dialami oleh Mujahiddin Tour & Travel ini bermula pada sebuah penawaran yang diberikan kepada pelanggan. Penawaran yang diberikan oleh travel tersebut ialah paket wisata religi yang menyediakan fasilitas serta lokasi wisata yang akan dikunjungi dengan ketentuan harga. Harga yang pasti sesuai dengan paket penawaran, tidak menutup kemungkinan pelanggan untuk menyesuaikan anggaran yang dimiliki. Sehingga harga yang ditetapkan adalah harga yang fleksibel. Selanjutnya, karena harga yang bersifat fleksibel, maka bentuk pelayanan yang disediakan ialah menyesuaikan anggaran yang dimiliki oleh pelanggan.

Tindakan yang dilakukan oleh Mujahiddin Tour & Travel tersebut merupakan sebuah usaha untuk mempertahankan konsistensi dari pelanggan dengan memberikan sebuah penawaran agar memakai jasa travel yang diberikan.

[illegible]

Seperti yang dikatakan oleh Setiadi di atas, poin harga juga merupakan sebuah proses integrasi yang dilakukan oleh Mujahiddin Tour & Travel agar dapat mempertahankan konsistensi pelanggan agar memakai jasa tersebut. jika harga yang diberikan sesuai maka pelanggan akan melakukan keputusan pembelian. Namun, apakah dari sisi harga juga dapat memberikan pengaruh bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Mujahiddin Tour & Travel tersebut?. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardy menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut dilakukan di WTC Surabaya dimana WTC Surabaya merupakan tempat penjualan telepon seluler terbesar di Surabaya. Populasi dalam penelitian tersebut tidak diketahui jumlahnya atau tidak terbatas dengan pembagian responden yang dipilih adalah kalangan muda usia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) yang berada di WTC Surabaya. Namun meskipun hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut, pengaruh yang diberikan oleh variabel harga terdeteksi paling kecil dari variabel yang lainnya. Dengan kata lain, responden kurang menyetujui harga yang ditawarkan Blackberry Curve 9300.⁷

⁷ Dian Ayu Puspita Ardy, "Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 (Januari, 2013)

B. Rumusan masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Mujahiddin Tour & Travel?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Mujahiddin Tour & Travel?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa Mujahiddin Tour & Travel?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin didapatkan adalah:

- [illegible]

- #### D. Kegunaan penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berguna untuk dunia praktis sebagai bahan refrensi dalam membuat kebijakan khususnya pada usaha jasa Mujahiddin Tour & Travel .

- ## 2. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

KAJIAN PUSTAKA

1. Kualitas pelayanan
 - 1.1 Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Pujawan, kualitas pelayanan sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan atau kinerja yang benar-benar terjadi dari segi pelayanan yang terdapat 2 (dua) faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu pengalaman yang diharapkan dan pelayanan yang diterima.⁹

Dari kualitas pelayanan yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen akan menjadikan sebuah persepsi dan perbandingan bagi konsumen. Konsumen akan membandingkan harapan dari kinerja perusahaan dengan kinerja yang sesungguhnya yang diterima.

⁹ I Nyoman Pujawan, *Supply Chain Management*, Edisi kedua (Surabaya: Guna Widya, 2010) 97.

Sebelum terciptanya sebuah harga, perusahaan akan mendapatkan sebuah masalah dalam menentukannya, hal tersebut ialah memberikan ketetapan harga untuk produk atau jasa yang dijual. Seperti yang disampaikan oleh Abdullah dan Tantri, penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali.¹³ Hal tersebut terjadi pada saat perusahaan memberikan sebuah penawaran produk atau jasa untuk diperkenalkan kepada masyarakat.

Dalam membuat kebijakan harga, perusahaan akan mempertimbangkan beberapa faktor tertentu. Menurut Abdullah dan Tantri, ada enam langkah prosedur untuk menetapkan harga:¹⁴

Langkah awal perusahaan yaitu memutuskan apa yang akan dicapai dengan suatu produk atau jasa tertentu. Jika perusahaan telah

¹⁴ Ibid., 171.

Permintaan pasar membentuk harga tertinggi dan biaya merupakan harga terendah yang dapat ditetapkan, harga produk pesaing dan kemungkinan reaksi harga membantu perusahaan dalam menentukan berapa harga yang mungkin.¹⁵ Perusahaan perlu mempelajari harga yang ditawarkan pesaing untuk menjual produk atau jasanya.

[illegible]

e. Memilih suatu metode harga

f. Memilih harga akhir

Sesuai dengan beberapa faktor yang menjadikan penentu untuk menetapkan harga suatu produk atau jasa, ketetapan tersebut akan memiliki beberapa pengaruh bagi perusahaan. Menurut Angipora,

[illegible]

- a. Harga merupakan penentu bagi permintaan pasarnya
- b. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan mempengaruhi *market share* (permintaan pasarnya)
- c. Harga akan memberikan hasil maksimal dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih
- d. Harga barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.

Hal lain yang didapat bagi perusahaan terkait harga yang diberikan ialah menjadi sumber perbedaan penawaran barang dengan pesaing. Dengan penentuan harga akan menjadikan pertimbangan bagi pelanggan dalam menentukan pilihan pembelian.

Menurut Tjiptono, harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan):¹⁸

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba.

Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian,

¹⁷ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 1999) 176.

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: 2006) 182.

b. Bagi konsumen

Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai salah satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai, fitur, produk dan kualitas). Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk seringkali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori *specialty products*.

c. Bagi perusahaan

[illegible]

Dengan demikian dalam melakukan sebuah usaha, harga yang ditentukan akan memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan yang mana akan memberikan keuntungan baik dari sisi perekonomian, perusahaan dan juga pembeli. Keuntungan yang didapatkan dari sisi perekonomian dapat mengontrol keuangan dalam perusahaan baik dari segi upah, sewa dan laba.

Sedangkan dari sisi perusahaan dan pembeli akan menjadi sebuah pendapatan bagi perusahaan tersebut serta menjadi sebuah pertimbangan oleh pembeli ketika akan melakukan pembelian produk atau pemakaian jasa.

Indikator-indikator yang mencirikan harga yang dijelaskan oleh Kotler dan Amstrong yang juga akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu meliputi:¹⁹

[illegible]

- Menurut Setiadi, pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.²⁰ Menurut Kotler & Keller, keputusan konsumenialah keterliabtannya konsumen secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.²¹ Proses dalam pengintegrasian tersebut akan memberikan pemahaman bagi konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan baik dari perusahaan maupun pesaing sehingga pemahaman yang didapat dari penawaran dua perilaku alternatif tersebut dapat ditentukan dan diputuskan oleh konsumen untuk melakukan pembelian.

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, 234-240.

Dari berbagai sumber di atas akan mengakibatkan banyaknya informasi yang akan diterima, namun pengaruh yang didapatkan relatif atau tidak sepenuhnya dari sumber-sumber tersebut karena banyaknya variasi terkait kategori produk dan karakteristik pembeli.

Disisi lain, antara sumber informasi satu dengan sumber informasi yang lain memiliki fungsi yang berbeda-beda dalam memberikan pengaruh untuk melakukan keputusan pembelian. Contoh dari sumber komersial biasanya melaksanakan fungsi informasi, sementara sumber pribadi melaksanakan fungsi legitimasi atau evaluasi.²⁶

Tahap ketiga yaitu dengan evaluasi dari berbagai alternatif yang tersedia. Ada beberapa konsep dasar yang akan membantu kita dalam proses evaluasi menurut Kotler dan Keller.²⁷

- a) Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan
- b) Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk
- c) Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk

²⁷ Ibid., 186.

d. Keputusan pembelian

a) Merek

b) Penyalur

²⁸ Ibid., 188

d) Waktu

Waktu juga merupakan salah satu pembentuk dari sub keputusan konsumen. Konsumen akan lebih cenderung melakukan pembelian barang pada saat tiba waktu luang seperti hari libur diakhir pekan.

Sub keputusan terakhir yang akan berpengaruh bagi konsumen yaitu dengan mempermudah dalam melakukan transaksi pembayaran. Semisal dengan menyediakan sistem pembayaran dengan kartu kredit dan lain sebagainya.

e. Pascapembelian

Setelah melalui berbagai tahap, tiba saatnya untuk melakukan review terkait barang atau produk yang telah diputuskan untuk dibeli oleh konsumen. Dalam tahap pascapembelian, konsumen akan merasa khawatir terhadap produk yang dibeli. Kekhawatiran tersebut muncul pada saat produk yang dibeli tidak sesuai dengan yang diinginkan.

akan produk yang dibeli. Begitupun sebaliknya, jika produk
dibeli tidak sesuai harapan, maka akan berbalik negatif
perusahaan. konsumen akan berbalik arah untuk mencari p
yang sesuai dengan harapan.

tahun	Penulis / judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
2017	Nurul Fikriyah, Musthofa Hadi/Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan jasa Raharjo Travel Malang	Hasi dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa Raharjo Travel Malang. Namun pengaruh yang diberikan terbilang kecil sehingga hal tersebut dapat dikatakan belum adanya pemenuhan maksimal harapan dan keinginan dari pelanggan. hal tersebut bertentangan denga pendapat Arief.	a. Apakah variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Raharjo Travel Malang?	a. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Raharjo Travel Malang.	a. Jenis penelitian kuantitatif b. Teknik analisis kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, Uji t, uji f, uji asumsi klasik. c. Populasi dalam penelitian ialah pelanggan yang menggunakan jasa Raharjo travel Malang sebanyak 270 0rang yang diambil dari data bulan Agustus-Desember 2017. d. Jumlah sampel sebanyak 80 (delapan puluh)	a. Secara parsial dan simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Raharjo Travel Malang	Kekurangan: Hasil penelitian menunjukkan hasil secara parsial, namun dalam rumusan masalah tidak disertakan pengaruh setiap variabel secara parsial. Kelebihan: Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dengan menggunakan teknik yang lengkap sehingga mendapatkan jawaban yang akurat.

tahun	Penulis / judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
	Virginia Meryanta Panjaitan, Sri Suryoko/Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada taman rekreasi woonderia Semarang)	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Tingkat pengaruh yang paling unggul terhadap keputusan pembelian ialah variabel harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh kecil terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut bertentangan dengan pendapat Lupioadi karena harapan yang diinginkan pengunjung tentang kualitas layanan belum terpenuhi.	a. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pengunjung pada taman rekreasi Wonderia Semarang? b. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pengunjung pada taman Wonderia Semarang? c. Apakah ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengunjung pada taman Wonderia Semarang?	a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pengunjung pada taman rekreasi Wonderia Semarang b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengunjung pada taman rekreasi Wonderia Semarang c. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengunjung pada taman rekreasi Wonderia Semarang	a. Tipe penelitian ini menggunakan tipe <i>eksploratory</i> dengan instrumen pengumpulan data dengan kuisioner b. Skala pengukuran menggunakan skalas likert c. Populasi penelitian ini ialah pengunjung wisata taman rekreasi Wonderia Semarang d. Sampel penelitian berjumlah 100 responden e. Teknik analisis data dengan uji validitas, reliabilitas, analisis tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier, uji signifikasi.	a. Secara parsial, harga dan kualitas peayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian b. Secara simultan, harga dan kualitas peayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian	Kekurangan: Tujuan dalam penelitian tidak diikuti sertakan dalam penulisan. Perhitungan dari hasil SPSS tidak ditampilkan penulisan. Kelebihan: Referensi yang digunakan dapat masih baru, sehingga dapat dipercaya. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dengan menggunakan teknik yang lengkap sehingga mendapatkan jawaban yang akurat.

tahun	Penulis / judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
2013	Dian Ayu Puspita Ardy/Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300	Konsumen akan selalu menyesuaikan fitur yang dimiliki produk dengan harga yang ditawarkan. Namun responden kurang menyetujui akan harga yang diberikan sehingga hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang diberikan sangat kecil terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan pendapat Kotler dan Armstrong.		a. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh gaya hidup, fitur dan harga terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 b. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh gaya hidup, terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 c. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh fitur terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 d. Untuk menganalisis dan membahas pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300	a. Jenis penelitian kuantitatif b. Teknik analisis kuantitatif dengan teknik regresi linier berganda c. Populasi dalam penelitian ini tidak terbatas dengan responden kalangan usia 16-30 d. Jumlah responden sebanyak 83 (delapan puluh tiga)	a. Gaya hidup, fitur dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 di WTC Surabaya secara bersama b. Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 (studi di WTC Surabaya) c. fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 (studi di WTC Surabaya) d. harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300 (studi di WTC Surabaya)	Kekurangan: Dalam penelitian ini, penulis tidak menyertakan rumusan masalah dalam penulisan. Dalam tujuan penelitian, analisis dan pembahasan pengaruh secara simultan terhadap variabel Y akan diteliti. Namun dalam rancangan penelitian, tidak digambarkan. Kelebihan: Sumber rujukan tahunnya masih baru sehingga dapat dikatakan masih relevan dengan kondisi saat penelitian.

tahun	Penulis / judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
2017	Tonny Hendratono/Pe ngaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada <i>online travel agent</i> traveloka di Jakarta	Berdasarkan hasil penelitian tidak ada gab yang secara signifikan terjadi. Dengan kata lain, antara teori yang di gunakan dengan hasil di lapangan memiliki kesamaan.	a. Apakah persepsi harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs <i>online agent</i> traveloka di Jakarta?	a. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen <i>online travel agent</i> traveloka di Jakarta b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen <i>online travel agent</i> traveloka di Jakarta	a. Jenis penelitian kuantitatif b. Populasi penelitian ini adalah semua wisatawan(konsumen) yang sudah pernah melakukan pembelian pada <i>online travel agent</i> traveloka c. Jumlah responden sebanyak 100 (seratus) d. Analisis kuantitatif: uji validitass, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda	a. Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian b. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian	Kekurangan: Hanya mengambil dua vriabel yaitu persepsi harga dan kualitas layanan, sedangkan pada pendahuluan menyebutkan pentingnya kualitas produk. Kelebihan: Metode penelitian yang digunakan sangnat legkap sehingga dapat menghasilkan jawaban yang akurat Beberapa sumber rujukan yang digunakan memiliki tahun yang mash baru pada saat penelitian tersebut dilaksanakan

tahun	Penulis / judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
2013	Denny Daud/promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado	Kualitas layanan pada penelitian Daud memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado, namun pengaruh yang diberikan sangatlah kecil.	a. Apakah promosi dan kualitas layanan pengaruhnya secara bersama terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado? b. Apakah promosi pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado? c. Apakah kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado?	a. Untuk mengetahui promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado b. Untuk mengetahui promosi pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado c. Untuk mengetahui kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado	Metode penelitian pada jurnal ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah populasi 160 konsumen dengan sampel yang diambil berjumlah 62 responden	a. promosi dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado? b. promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado? c. kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan PT. BESS FINANCE Manado?	Kekurangan: Dalam penelitian tidak menyertakan rumusan masalah pada jurnal Penghitungan sampel tidak dicantumkan. Kelebihan: Metode penelitian yang digunakan sangat lengkap sehingga dapat menghasilkan jawaban yang akurat Beberapa sumber rujukan yang digunakan memiliki tahun yang masih baru pada saat penelitian tersebut dilaksanakan

tahun	Penulis / judul	Gab/ Masalah	Rumusan Masalah	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Kekurangan & Kelebihan
2017	Desy Irana Dewi Lubis, Rahmat Hidayat/penga ruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen Sukma Medan	Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lubis dan Hidayat tentang pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen Sukma Medan tidak ada gab yang terjadi karena kedudukan dari variabel harga sendiri memiliki pengaruh besar bagi keputusan pembelian.			Metode penelitian yang dilakukan pada jurnal ini adalah dengan metode kuantitatif dengan sampel yang dipakai berjumlah 144 orang.	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara simultan dari variabel citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen Sukma Medan.	Kekurangan: Dalam penulisan jurnal, peneliti tidak menyertakan rumusan masalah serta tujuan dari penelitian tersebut Jumlah populasi dalam jurnal juga tidak disertakan Kelebihan: Dalam memaparkan tinjauan pustaka atau dapat juga disebut kajian teori, peneliti sangat detail dalam penyampaian Tahun yang digunakan dalam rujukan penelitian masih baru pada saat penelitian tersebut dilaksanakan.

Berdasarkan konseptual yang ada di atas, hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa Mujahiddin Tour & Travel
- H₀ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa Mujahiddin Tour & Travel
- H₂ : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa Mujahiddin Tour & Travel
- H₀ : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa Mujahiddin Tour & Travel
- H₃ : Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa Mujahiddin Tour & Travel
- H₀ : Kualitas pelayanan dan Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada jasa Mujahiddin Tour & Travel.

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Pada penelitian kali ini, peneliti ingin mengetahui lebih luas terkait pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) dari suatu populasi dan melakukan hipotesis dari penelitian. Untuk pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, dengan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.³¹

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan asosiatif dimana hubungan berbentuk kausal, hubungan yang bersifat sebab akibat dengan variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Dengan kata lain, penggunaan metode pendekatan asosiatif dalam penelitian ini dikarenakan ingin menguji mengenai hubungan sebab akibat antara variabel yang mempengaruhi yaitu kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk dengan variabel yang dipengaruhi yaitu keputusan pembelian.

B. Tempat dan waktu peneliitian

Tempat atau lokasi penelitian kali ini dilakukan di kantor pusat Mujahiddin Tour & Travel yang beralamatkan di desa Maor, RT. 03, RW. 01,

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 8.

kecamatan Kembangbahu, Kabupaten Lamongan. Dan untuk waktu penelitian yang akan digunakan akan dilaksanakan mulai bulan Mei hingga Juni.

C. Populasi penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah penelitian secara umum yang terdiri dari objek maupun subjek, memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti guna di pelajari dan pada akhirnya diambil kesimpulan dari penelitian tersebut.³² Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan dari Mujahiddin Tour & Travel dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 (Juni) dengan jumlah berjumlah 197 pelanggan, dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1

Data penjualan Mujahiddin Tour & Travel

Tahun	Jumlah penjualan
2018	132
2019 (Juni)	60
Total	192

Sumber: data diolah, 2019

2. Sample

Sampel adalah sebagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi. Tujuan dari pengambilan sampel adalah ketika populasi yang ada pada penelitian terlalu besar jumlahnya sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan

³² Ibid., 80.

Untuk mengetahui sampel yang akan dipakai, ada beberapa teknik dalam pengambilannya. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *nonprobability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³⁴ Agar tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap anggota populasi dalam pengambilan *nonprobability sampling*, maka teknik yang digunakan ialah teknik *sampling insidental*. Teknik *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila kebetulan orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.³⁵

D. Variabel Penelitian

³³ Ibid., 81.

³⁴ Ibid., 84.

³⁵ Ibid., 85.

tetapkan sebelumnya. Ketetapan tersebut dibuat oleh peneliti dengan tujuan mempelajari dan juga untuk menarik sebuah kesimpulan darinya.³⁶ Variabel penelitian merupakan suatu karakter dari seseorang, objek dan kegiatan yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti dengan tujuan untuk dianalisis dan diambil kesimpulan.

Dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah pengertian dari jenis variabel tersebut:

1. Variabel independen

Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang menjadi sebab dan mempengaruhi sebuah perubahan atau menimbulkan variabel terikat (terpengaruh). Dalam penelitian kali ini, variabel bebas yang akan digunakan adalah Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2).

2. Variabel dependen

Variabel dependen (terikat) sering disebut juga sebagai variabel *output* karena variabel tersebut merupakan hasil dari adanya sebuah sebab, variabel kriteria, variabel konsekuen. Maksud dari variabel terikat disini karena telah dipengaruhi sehingga menjadikannya akibat dari variabel bebas.³⁷

³⁶ *ibid.*, 38.

³⁷ Ibid.38.

Sebuah instrumen akan dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan, mengungkapkan data dari variabel secara tepat, serta tinggi rendahnya validitas instrumen dapat menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Rumus product moment dapat digunakan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen yang akan diteliti. Berikut rumus product moment dan penjelasannya :⁴¹

$$r_{xy} = \frac{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien validitas

n = Banyaknya subyek

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian X dan Y

$$\sum X = \text{Jumlah } X$$
$$\sum X^2 = \text{Jumlah kuadrat } X$$

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 241.

terstruktur baik melalui tatap muka langsung maupun melalui media
penghubung seperti telepon.⁴⁹

Teknik wawancara pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara mendalam mengenai sejarah awal berdirinya Mujahiddin Tour & Travel serta data penjualan pada travel tersebut. Dengan kata lain, jawaban dari teknik wawancara akan digunakan sebagai data sekunder.

I. Teknik Analisis Data

Sebelum penelitian ini dilaksanakan, terlebih dahulu peneliti ingin melakukan uji coba terhadap instrumen penelitian lewat sebuah simulasi. Setelah itu, hasil dari simulasi tersebut akan dilakukan uji validitas terhadap pertanyaan dalam kuisioner dengan menggunakan rumus *product moment*. Tujuan dari Uji tersebut untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen dalam penelitian.

Setelah instrumen dalam penelitian bisa dikatakan valid, maka selanjutnya dapat dilakukan uji reliabilitas untuk melihat apakah jawaban dari pertanyaan dalam kuisioner penelitian tetap konsisten atau akan berubah-ubah. Untuk mengukur reliabilitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Jika instrumen penelitian dapat dinyatakan valid, maka peneliti dapat menggunakan instrumen tersebut untuk mengumpulkan data berupa jawaban dari responden penelitian.

⁴⁹ Ibid., 137-138.

Setelah data yang didapatkan dari jawaban responden terkait kuisisioner yang disebarkan, maka langkah selanjutnya ialah melakukan tabulasi data dengan memasukkan hasil data tersebut ke dalam sebuah tabel dan mengatur angka-angka yang didapatkan agar nantinya mempermudah dalam penghitungannya. Kemudian, langkah selanjutnya ialah melakukan analisis terhadap data tersebut dengan menggunakan teknik analisis statistik *inferensial*. Statistik tersebut dapat juga disebut dengan statistik induktif atau probabilitas yang memiliki tujuan untuk menganalisis data dari sampel. Setelah itu, hasil dari penelitian sampel tersebut diiberalakukan untuk seluruh poulasi.

Seperti yang telah tersampaikan sebelumnya, penelitian kali ini ingin mengetahui pengaruh hubungan variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) dengan variabel terikat (keputusan pembelian), maka dalam penelitian kali ini akan dilakukan analisis regresi linier berganda. Namun sebelum itu, agar nantinya hasil dari analisis regresi linier berganda valid dan mampu menjelaskan dari hipotesis, maka terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi.

Syarat yang harus dipenuhi tersebut yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov atau dapat juga melihat dari diagram histogram pada SPSS 16 dengan tujuan agar dapat diketahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Selanjutnya, untuk mengetahui tidak terjadinya multikolonieritas antara variabel bebas satu dengan yang lain, maka dilakukanlah uji multikolonieritas dengan cara melihat dari nilai VIF dan nilai *tolerance*.

Setelah hasil dari regresi linier berganda diketahui, selanjutnya ialah melakukan uji hipotesis agar dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha jasa Mujahiddin Tour & Travel baik secara parsial dengan menggunakan uji t maupun secara simultan dengan menggunakan uji F yang dapat dibantu menggunakan alat SPSS 16.

a. Uji Normalitas

[illegible]

Untuk melihat nilai dari VIF, dapat dilihat didalam tabel *coefficient*.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut memiliki kesamaan dengan semua pengamatan atau tidak. Pada uji heterokedastisitas ini memiliki asumsi bahwa jika varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain konstan, maka kondisi tersebut dapat dikatakan homokedastisitas. Akan tetapi jika terjadi perbedaan atau varian dari residual tersebut ε (error) dan mengalami perubahan mengecil ataupun membesar pada nilai X yang lebih tinggi, maka kondisi tersebut dapat dikatakan heterokedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang tidak mengalami heterokedastisitas.⁵³

Uji heterokedastisitas merupakan salah satu syarat dalam melakukan analisis regresi linier berganda, agar regresi tersebut dapat dikatakan valid. Agar dapat diketahui apakah terjadi heterokedastisitas atau tidak pada model regresi, maka dilakukanlah uji heterokedastisitas dengan menggunakan pendekatan *Glejser test*. Penggunaan pendekatan ini memiliki tujuan agar menghilangkan unsur bias akibat subjektivitas.

Setelah mengetahui dan menetapkan apakah terjadi heterokedastisitas atau tidak, akan dilakukan perbandingan antara harga

⁵² Ibid., 239.

⁵³ Ibid., 240.

Dapat juga dilihat pada diagram *Scatterplot* yang memiliki ketentuan jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar dan kemudian menyempit), maka dapat diindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. jika pola yang terbentuk tidak begitu jelas dan menyebar di atas dan di bawah angka nol yang terdapat pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

a. Regresi Linier Berganda

⁵⁴ Ibid., 261.

Kriteria dalam pengambilan kesimpulan tersebut sebagai berikut:

- 1) apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi dibawah 0,05, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan signifikansi dibawah 0,05, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil uji hipotesis dan uji statistik regresi linier berganda apakah dapat menjawab dari rumusan masalah yang dibuat dalam penelitian atau tidak. Kemudian dari hasil pengujian tersebut akan dikomparasikan dengan teori tentang variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) dengan variabel terkait (keputusan pembelian). Kemudian peneliti akan menganalisis apakah hasil dari pengujian variabel-variabel tersebut sama dengan teori yang telah disampaikan oleh peneliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi penelitian

1. 1 Lokasi penelitian

Mujahiddin Tour & Travel merupakan usaha jasa yang memberikan penyediaan transportasi bagi para konsumen. Jasa travel tersebut beralokasikan di Desa Maor Rt. 03 Rw. 01 Kecamatan Kembangbahu Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur. Mujahiddin tour & travel berdiri pada tahun 2014, bermula pada saat pemilik usaha tersebut masih dalam jenjang pembelajaran di perguruan tinggi yang ada di Surabaya. *Owner* (pemilik) tersebut melihat peluang ketika mahasiswa hendak melaksanakan kegiatan KKN (kuliah kerja nyata).

Beberapa tahun kemudian, jasa travel tersebut mulai merambah dalam mengambil peluang usaha dengan memberikan paket travel ziarah wali. Paket ziarah wali awalnya hanya diperuntukkan pada wilayah Jawa Timur namun setelah mendapatkan pengalaman dalam pelaksanaan paket ziarah wali wilayah Jawa Timur, jasa travel tersebut mulai memperluas wilayah dengan memberikan paket penawaran ziarah wali se Jawa.

1. 2 Visi Mujahiddin Tour 7 Travel

Siap Melayani Umat.

Mujahiddin Tour & Travel adalah jasa pelayanan pariwisata yang siap melayani berbagai macam paket wisata. Wisata religi Jawa Bali, Jogja, Jakarta, Bogor, Bandung, Malang, Bromo dan lain-lain sesuai permintaan pelanggan. adapun jenis transportasi yang disediakan antara lain avanza, elf long dan elf short bus dan juga bekerjasama dengan Po se Indonesia.

2. Karakter Responden

Responden dalam penelitian ini ialah pelanggan dari Mujahiddin Tour & Travel dimulai pada tahun 2018 bulan Januari hingga tahun 2019 bulan Juni. Di dalam profil responden menyebutkan jenis kelamin dan alamat rumah, adapun gambaran dari profil responden yang didapatkan dari hasil penyebaran kuisioner dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Jumlah	persen
Laki-laki	65	66%
Perempuan	33	34%
Total	98	100%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan dari hasil tabel 4.1 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan total responden 98, mayoritas lebih dominan oleh jenis kelamin laki-laki.

Kuisisioner pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan tingkat persentase unggul dengan jawaban setuju pada setiap item pertanyaan. Namun, pada item pertanyaan nomor 4 dan 5 tingkat persentase paling tinggi dari jawaban responden mengatakan ragu-ragu. Item pertanyaan nomor 4 merupakan sebuah pertanyaan yang digagas dari indikator keamanan dari variabel kualitas pelayanan, kemudian item pertanyaan nomor 5 digagas dari indikator kenyamanan dari variabel kualitas pelayanan.

Tabel 4.4

Persentase Harga (X2)

No	Item Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Harga yang diberikan Mujahiddin Tour & Travel masih terjangkau bagi konsumen	4	92	4	-	-
2.	Harga yang diberikan Mujahiddin Tour & Travel tidak jauh berbeda dengan harga travel yang lain	4	23	63	10	-
3.	Harga yang diberikan Mujahiddin Tour & Travel sesuai dengan layanan yang diberikan	5	85	7	3	-
4.	Harga yang diberikan Mujahiddin Tour & Travel sesuai dengan manfaat dari transportasi yang disediakan	3	92	5	-	-

Kemudian tabel 4.4 adalah persentase dari kuisioner variabel harga yang terdiri dari 4 indikator. Dari setiap item pertanyaan pada kuisioner variabel harga menunjukkan bahwa tingkat persentase yang paling tinggi jawaban responden adalah setuju. Namun dari 4 indikator tersebut ada satu item pertanyaan dari variabel harga yang mana tingkat persentase paling unggul

B. Pengolahan data

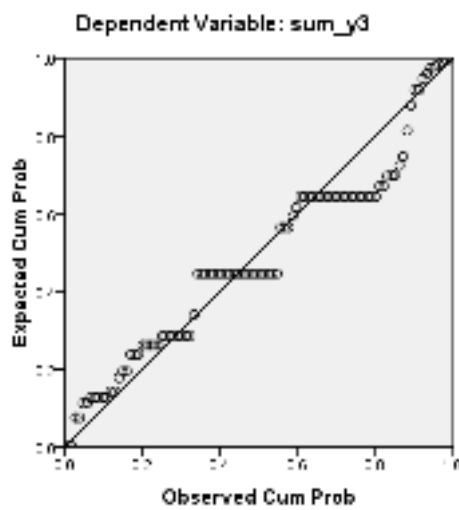
1. Uji validitas dan reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisioner mampu mengukur kekonsistenan dari jawaban kuisioner tentang variabel kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian. Dalam proses uji validitas dan reliabilitas, jawaban kuisioner yang telah ditanyakan kepada responden yaitu konsumen dari Mughiddin Tour & travel dikumpulkan dan kemudian dilakukan tabulasi data dengan memberikan nilai pada jawaban setiap pertanyaan yang sesuai dengan skala likert. Setelah melakukan tabulasi terhadap jawaban dari dari responden, selanjutnya peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan SPSS 16. Berikut adalah hasil dari uji validitas dan reliabilitas:

1. 1 Uji validitas

Berdasarkan hasil dari tabel 4.6 dapat diketahui semua item pertanyaan dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) yang ditanyakan pada responden dapat dikatakan valid setelah memenuhi kriteria dari nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,165 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan mampu untuk mengukur mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan dapat digunakan sebagai pertanyaan dalam kuisioner.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas

2. 3 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinieritas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.776	1.060		3.563	.001		
	sum_x1	.386	.059	.458	6.538	.000	.642	1.556
	sum_x2	.559	.082	.478	6.812	.000	.642	1.556

Sumber: Output SPSS 2019

Berdasarkan dari tabel 4.11 dapat diketahui nilai tolerance $0,642 >$

0,10 dan nilai VIF $1,556 < 10$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

Dari uji asumsi klasik yang telah dilaksanakan serta hasil yang telah didapatkan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa syarat-syarat dari uji regresi linier berganda telah terpenuhi dan sudah bisa dilakukan.

3. 1 Analisis regresi linier berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,776 + 0,386 X1 + 0,559 X2 + 1,060$$

a. Bilangan konstanta mempunyai nilai sebesar (α) 3,776 (positif) jika mengabaikan kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), maka skor keputusan pembelian (Y) pada Mujahiddin Tour & Travel adalah 3,776 artinya masih ada keputusan pembelian pada Mujahiddin Tour & Travel meskipun nilai dari X1 dan X2 terhadap Y bernilai nol (0).

- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,386 yang berarti jika variabel bebas dari kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu kesatuan, maka keputusan pembelian pada Mughiddin Tour & Travel akan meningkat sebesar 0,386 dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya tidak berubah.

Tabel 4.12

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.776	1.060		3.563	.001		
	sum_x1	.386	.059	.458	6.538	.000	.642	1.556
	sum_x2	.559	.082	.478	6.812	.000	.642	1.556

Sumber: Output SPSS 2019

Koefisien regresi variabel harga mempunyai nilai sebesar 0,559 yang berarti jika nilai variabel bebas dari harga mengalami kenaikan satu kesatuan, maka harga pada Mughiddin Tour & Travel akan meningkat sebesar 0,559 dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya tidak berubah.

3.2 Uji t

Setelah semua syarat untuk melakukan uji regresi linier berganda dan persamaan regresi sudah diketahui, maka langkah selanjutnya ialah peneliti dapat mulai melakukan uji t (parsial) dan uji F (simultan) dimana

hasil dari kedua pengujian tersebut akan digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian yang telah disusun pada bab 3. Berikut hasil dari pengujian t:

Tabel 4.13

Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.776	1.060		3.563	.001		
	sum_x1	.386	.059	.458	6.538	.000	.642	1.556
	sum_x2	.559	.082	.478	6.812	.000	.642	1.556

Sumber: Output SPSS 2019

- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mujahiddin Tour & Travel secara parsial dapat dilihat berdasarkan tabel 4.12 bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan yaitu 6,538. Artinya t hitung $6,538 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang mana secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mujahiddin Tour & Travel. Dengan kata lain, H_a diterima dan H_o ditolak.
- b. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mujahiddin Tour & Travel secara parsial dapat dilihat berdasarkan tabel 4.13 bahwa nilai t

3. 4 Koofisien Determinasi

Berdasarkan tabel 4.15, diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0.700 yang mana hal tersebut bermakna bahwa pengaruh dari variabel bebas kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian yang dihasilkan ialah senilai 0.700.

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837 ^a	.700	.694	.766	1.393

jawaban dari hasil uji t pada penelitian ini. Dimana hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan yang dibangun oleh Mujahiddin Tour & Travel terhadap keputusan pembelian pelanggan Mujahiddin Tour & Travel khususnya pada tahun 2018 bulan Januari hingga 2019 bulan Juli.

Kemudian hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Hendratono menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *online travel agent* traveloka di Jakarta. Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh Hendratono dengan penelitian ini ialah adanya variabel kualitas pelayanan yang sama mempengaruhi keputusan pembelian.⁵⁸ Proses yang dilakukan dalam penelitian tersebut juga melalui tahap-tahap pengujian yang dilakukan oleh penelitian ini dan hasil dari tahap pengujian berdampak positif sehingga di akhir pada uji t, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian, hasil penelitian ini juga sama dengan sebuah penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Panjaitan dan Suryoko bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.⁵⁹ Namun objek penelitian tersebut bukan terhadap usaha jasa travel, melainkan jasa wisata alam. Dalam penelitian tersebut, hasil yang

⁵⁸ Tony Hendratono, "Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *online travel agent* traveloka di Jakarta", *jurnal Hospitality dan Pariwisata*, Vol. 3.

⁵⁹ Virginia Meryanta panjaitan Sri Suryoko, "Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada taman rekreasi Wonderia Semarang)".

Penelitian yang dilakukan oleh Fikriyah juga mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁶⁰ Hasil dari penelitian tersebut juga sama halnya dengan penelitian ini yang mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta jumlah sampel yang diambil ialah 80 responden yang hampir setara dengan penelitian ini.

beberapa hasil penelitian
dikemukakan oleh Tjipto
mendasarkan untuk meng

arga terhadap keputusan pembelian pada pada Muga

g dilakukan pada penelitian ini,

⁶⁰ Nurul Fikryah, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan jasa Raharjo travel Malang"

apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu-kesatuan maka keputusan pembelian pada Mujahiddin Tour & Travel juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,359 dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya tidak berubah.

Berdasarkan dari pendapat Tjiptono, harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas (kegunaan) tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.⁶¹ Penawaran harga yang dimiliki oleh Mujahiddin Tour & Travel merupakan sebuah kebijakan yang mana dalam tingkatan harga tersebut dapat dibedakan dari segi fasilitas yang akan diterima oleh pelanggan. Harga merupakan sebuah hal yang sensitif dalam menentukan sebuah keputusan karena harga merupakan alat tukar untuk mendapatkan suatu jasa.

Hasil dari jawaban responden pada kuisioner penelitian ini terkait variabel harga menunjukkan bahwa responden lebih cenderung setuju dengan harga yang diberikan oleh Mujahiddin Tour & Travel. Hal tersebut dikarenakan Mujahiddin Tour & Travel dalam memberikan penawaran kepada pelanggan lebih fleksibel dalam menentukan harga, sehingga responden menganggap harga yang diberikan sangat terjangkau. Namun beberapa responden juga memberikan keraguan terhadap harga yang tidak jauh berbeda dengan harga travel yang lain.

⁶¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: 2006) 178.

Dalam penelitian Lubis menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pelanggan pada PT Lovely Holidays Tour and Travel Cabang Pematangsiantar.⁶² Hal tersebut juga dapat mendukung dari penelitian ini yang mana harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT Lovely Holidays Tour and Travel Cabang Pematangsiantar. Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh Lubis dengan penelitian ini ialah adanya variabel harga yang sama mempengaruhi keputusan pembelian.

Ada juga hasil penelitian lain yang mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang sama dengan penelitian ini. Penelitian tersebut dilakukan oleh Ardy yang mengatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian meskipun di dalam penelitian tersebut pengaruh yang diberikan variabel harga terhadap keputusan pembelian berada diosisi paling kecil jika dibandingkan dengan variabel lain.⁶³

Dari berbagai hasil penelitian terdahulu yang mengatakan adanya pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel harga terhadap keputusan pembelian. Serta kesesuaian dari pendapat yang disampaikan oleh Tjiptono tentang harga, maka sangat direkomendasikan untuk variabel harga untuk menguji variabel keputusan pembelian.

⁶² Siti Arbaini Lubis, “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Lovely Holidays Tour and Travel cabang Pematangsiantar”, *Jurnal MAKER*, Vol. 3 (Juni 2017).

⁶³ Dian Ayu Puspita Ardy, "Pengaruh gaya hidup, fitur dan harga terhadap keputusan pembelian Blackberry Curve 9300", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 (Januari 2013).

C. Temuan masalah

Dari hasil yang telah diujikan pada penelitian ini, ada beberapa temuan masalah yang berasal dari hasil tingkat persentase jawaban kuisioner di setiap variabel. Dominasi jawaban dari keraguan pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa mereka tidak begitu menikmati pada indikator keamanan dan kenyamanan. Hal tersebut membuktikan bahwa tingkat keamanan dan kenyamanan yang dimiliki oleh Mujahiddin Tour & Travel belum bisa memenuhi harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh pendapat pendapat Tjiptono bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen yang memiliki 5 unsur yaitu kecepatan, ketepatan, keamanan, keramah-tamahan dan kenyamanan.⁶⁵ Berarti ada beberapa unsur harapan konsumen yang belum terpenuhi oleh Mujahiddin Tour & Travel.

Kemudian variabel yang kedua ialah variabel harga. Dari salah satu item pertanyaan pada variabel tersebut juga ada kecenderungan ragu-ragu dalam memberikan jawaban. Indikator yang berada di posisi jawaban ragu-ragu tersebut ialah daya saing harga yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong.⁶⁶ Dari hasil tersebut bisa dikatakan bahwa harga yang diberikan Mujahiddin Tour & Travel belum memiliki daya saing atau harga yang diberikan belum dapat meyakinkan

⁶⁵ Fandy Tjiptono, *Manajemen pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2004) 58.

⁶⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 1, terjemahan Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2012), 278.

pelanggan bahwasanya harga tersebut tidak jauh berbeda dengan harga travel pada umumnya.

Variabel terakhir ialah keputusan pembelian. Dalam variabel ini terdapat satu indikator yang dominan ragu-ragu. Indikator tersebut ialah merek yang berasal dari pendapat Kotler dan Keller.⁶⁷ Jika jawaban yang diberikan responden cenderung ragu-ragu akan merek Mujahiddin Tour & Travel, berarti merek travel tersebut belum begitu dikenal oleh masyarakat sekitar terkhusus di kota Lamongan sendiri jika dilihat dari hasil banyaknya jumlah responden yang mayoritas terdiri dari luar kota Lamongan.

Kemudian dari hasil koefisien determinasi memberikan keterangan bahwa variabel pada penelitian ini memiliki hasil pengaruh dengan jumlah 0,700. Hasil tersebut membuktikan bahwa dari kedua variabel pada penelitian ini sangat berpengaruh besar, namun masih tersisa 0,300 yang mana dari keputusan pembelian pada usaha jasa Mujahiddin Tour & Travel disebabkan oleh variabel lain.

⁶⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 (tiga belas) jilid 1, (Jakarta: Erlangga 2009) 184.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil uji statistik yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, pada penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Jasa Mujahiddin Tour & Travel) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada Mujahiddin Tour & Travel. Kualitas pelayanan yang cepat dan tanggap dalam memberikan tanggapan penawaran kepada pelanggan serta sikap ramah tamah menjadikan sebuah persepsi yang positif bagi pelanggan. Serta dari sisi keamanan dalam berlalu lintas dan kenyamanan dalam perjalanan juga dapat menumbuhkan rasa senang karena keinginan dan harapan yang dimiliki oleh pelanggan telah terpenuhi.
2. Kemudian harga yang dipatok oleh Mujahiddin Tour & Travel menjadikan sebuah pandangan bagi pelanggan untuk mengukur anggaran yang harus dipersiapkan. Namun, harga yang diberikan oleh Mujahiddin Tour & Travel bersifat fleksibel atau dapat menyesuaikan anggaran yang dimiliki oleh pelanggan dengan catatan fasilitas yang akan diterima berbeda dari yang ditawarkan diawal.

3. Kemudian dari awal berdiri hingga saat ini, tahap orientasi dari Mujahiddin Tour & Travel sudah memasuki jenjang moderen dengan adanya sosial media. Keuntungan yang didapatkan untuk mengenalkan jasa yang dimiliki kepada masyarakat akan menjadi semakin mudah karena adanya fasilitas tersebut.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah disampaikan di atas, peneliti mengajukan saran bagi *owner* (pemilik) usaha jasa Mujahiddin Tour & Travel serta bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.

1. Bagi *owner* (pemilik) Mujahiddin Tour & Travel

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan pemilik jasa Mujahiddin Tour & Travel dapat lebih memperhatikan lagi mengenai harga yang telah ditentukan. Harga yang diberikan sekiranya dapat menyetarakan dengan dengan harga travel pada umumnya agar nantinya dapat dijadikan kaca perbandingan bagi para pelanggan serta kesesuaian dengan fasilitas yang didapatkan dari harga yang telah ditentukan tersebut. Selain itu diharapkan dapat memperhatikan kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar dapat bisa dimaksimalkan kedepannya. Terlebih kepada tingkat keamanan dan kenyamanan bagi pelanggan dapat diperhatikan agar tidak aada keraguan yang muncul pada konsumen ketika akan memakai jasa Mujahiddin Tour & Travel.

a tetap masih bisa dipergunakan.

ian selanjutnya

dapat mengembangkan dari variabel-variabel lain

la penelitian ini. Karena dari hasil uji koofisiense

ng dihasilkan dari variabel lain kurang lebih berkiri

penelitian selanjutnya yang masih relevan dengan

untuk melakukan penelitian sedekat mungkin

n hasil yang maksimal padaq saat penelitian.

dapat mengembangkan dari variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Karena dari hasil uji korelasi yang dihasilkan dari variabel lain kurang lebih menunjukkan hasil yang signifikan, maka penelitian selanjutnya yang masih relevan untuk melakukan penelitian sedekat mungkin dengan hasil yang maksimal pada saat penelitian.

n hasil yang maksimal padaq saat penelitian

Suryani & Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2015), 141.

Tjiptono Fandy, *Manajeen jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2004).

Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa*, (Malang: 2006).

