

PENGARUH HARGA, INOVASI DESAIN & KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA BENGKEL LAS HIDAYAH SIDOARJO

Hidayatul Istiqomah¹, Christina Menuk Sri Handayani²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
hidaistiqomah17@gmail.com

ABSTRAK Dijelaskan riset ini untuk menganalisa harga, inovasi desain serta kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, Riset ini memakai pendekatan kuantitatif. Populasi seluruh customer yang melakukan transaksi di Bengkel Las Hidayah Sidoarjo dengan jumlah rata-rata 57 customer setiap bulannya pada tahun 2019. Sampel sebanyak 50 customer dengan ditentukan rumus slovin dan teknik insidental sampling. Diperoleh hasil harga berpengaruh secara parsial, inovasi produk serta layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian

Kata kunci: Harga, Inovasi desain, Kualitas layanan & Keputusan pembelian

ABSTRACT : *This research explained to analyze price, innovation design and service quality on purchasing decisions, this research uses a quantitative approach. Population of all customers conducting transactions at Las Hidayah Sidoarjo Workshop with an average number of 57 customers per month in 2019. Samples of 50 respondents were determined by the formula of Slovin and incidental sampling technique. proven to influence purchasing decisions*

Keyword: *Price, product innovation, service quality & purchasing decision*

PENDAHULUAN

Sidoarjo adalah wilayah Jawa Timur yang pada saat ini mengalami kemajuan dalam berbagai hal termasuk pembangunan. Banyaknya pembangun an termasuk bahan-bahan yang terbuat dari besi membuat peluang bisnis menjanjikan tersebut berkembang sangat pesat dan membuat semua orang banyak yang mendirikan usaha termasuk di bidang Bengkel las. Hal ini menyebabkan banyaknya persaingan antara bengkel las satu dengan yang lainnya.

Di sebuah bisnis, persaingan sangat akrab untuk kita temui. Strategi yang mumpuni akan membuat usaha bengkel las dapat bersaing. Bermodalkan keahlian mungkin saja tidak cukup untuk mampu bersaing dengan bengkel-bengkel yang sudah beroperasi jauh lebih lama dan tentunya memiliki konsumen atau pelanggan tetap. Oleh karena itu pengusaha bisnis pengelasan ini harus dapat memiliki strategi pemasaran yang baik. Salah satu strategi pemasaran adalah menerapkan konsep bauran pemasaran (Marketing Mix).

(Kotler dan Gery 2008 : 12) menyatakan bahwa Dalam sebuah industri, bauran pemasaran atau marketing mix dapat memperlihatkan hal yang menyangkut tentang kebutuhan konsumen, meberikan kepuasan terhadap konsumen dan memberikan nilai lebih sehingga konsumen dapat merasa teristimewakan. Setiap perusahaan atau industri dapat memilih dan mengatur bauran pemasaran atau marketing mix. Bauran pemasaran/ marketing mix inilah yang akan diprioritaskan atau digunakan sehingga dapat berjalan dengan baik serta efektif sehingga dapat mampu menarik perhatian konsumen untuk melaksanakan keputusan pembelian.

Untuk saat ini yang merasakan persaingan dalam industri las adalah Bengkel Las Hidayah Di wilayah Sidoarjo, bengkel las “Hidayah” memiliki pesaing lain seperti bengkel las “Sogol” Jl. Yos Sudarjo, bengkel las “Langgeng” Jl Raya Bluru Kidul, dan bengkel las “Mex Jaya” Jl Raya Kemiri Dijelaskan fenomena diatas disimpulkan rumusan permasalahan sebagai berikut ini:

1. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo ?
2. Adakah pengaruh inovasi desain terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo ?

3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo?
4. Adakah pengaruh harga, inovasi desain serta kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di bengkel las Hidayah Sidoarjo?

TELAH PUSTAKA

1. Harga

Kotler dan Keller (2012:410) harga adalah senilai uang yang dibayarkan oleh customer untuk mendapatkan benda yang diinginkan dan memiliki manfaat didalam penggunaannya

2. Inovasi Desain

Tantowi (2016:32) Inovasi Desain adalah realisasi ide baru hasil kreatifitas menjadi produk rill yang memiliki nilai manfaat dan komersil. ide baru hasil kreatifitas tersebut dapat mempengaruhi rasa, penampilan dan fungsi sebuah barang berdasarkan kebutuhan dari pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan

Tjiptono & Chandra (2011 : 164), kualitas pelayanan adalah sebuah keadaan yang berkaitan dengan sumber daya manusia, jasa lingkungan, produk proses yang memenuhi ataupun yang melebihi harapan

METODE PENELITIAN

Dijelaskan riset ini memakai pendekatan kuantitatif deskriptif, Populasi seluruh customer yang melakukan transaksi di Bengkel Las Hidayah Sidoarjo dengan jumlah rata-rata 57 customer setiap bulannya pada tahun 2019. Dengan sampel sebanyak 50 customer yang mana ditentukan menggunakan rumus slovin dan insidental sampling. Data analisis menggunakan uji validalitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan linieritas, uji analisis regresi linier berganda, uji t dan F dan Uji R Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Item	r- hitung	R tabel
Variabel Harga		
Item 1	,746	,235
Item 2	,729	,235

Item 3	,339	,235
Item 4	,460	,235
Item 5	,665	,235
Item 6	,382	,235
Item 7	,495	,235
Item 8	,516	,235
Item 9	,518	,235
Item 10	,470	,235
Item 11	,528	,235
Item 12	,474	,235
Variabel Inovasi		
Desain		
Item 1	,664	,235
Item 2	,581	,235
Item 3	,715	,235
Item 4	,672	,235
Item 5	,522	,235
Item 6	,499	,235
Item 7	,347	,235
Item 8	,305	,235
Item 9	,604	,235
Item 10	,582	,235
Item 11	,546	,235
Item 12	,792	,235
Item 13	,690	,235
Item 14	,738	,235
Item 15	,389	,235
Item 16	,760	,235
Item 17	,720	,235
Item 18	,338	,235
Item 19	,740	,235
Variabel Kualitas		
Pelayanan		
Item 1	,293	,235
Item 2	,498	,235
Item 3	,302	,235
Item 4	,632	,235

Item 5	,333	,235
Item 6	,601	,235
Item 7	,337	,235
Item 8	,465	,235
Item 9	,388	,235
Item 10	,401	,235
Item 11	,474	,235
Item 12	,613	,235
Item 13	,486	,235
Item 14	,487	,235
Item 15	,363	,235
Item 16	,585	,235
Variabel Keputusan		
Pembelian		
Item 1	,446	,235
Item 2	,612	,235
Item 3	,637	,235
Item 4	,531	,235
Item 5	,686	,235
Item 6	,554	,235
Item 7	,463	,235
Item 8	,710	,235
Item 9	,515	,235
Item 10	,631	,235
Item 11	,631	,235

Dijelaskan uji validitas diketahui dimana seluruh item mempunyai nilai correlation > r tabel, yang berarti seluruh item pernyataan telah dianggap valid.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai Kritis	Keterangan
Harga	0,760	0,7	Reliabel
Inovasi	0,893	0,7	Reliabel
Desain			
Kualitas	0,715	0,7	Reliabel
Pelayanan			
Keputusan	0,813	0,7	Reliabel
Pembelian			

Tabel 2. Diatas memaparkan bahwasannya nilai pada cronbach alpa pada tiap-tiap variabel telah terpenuhi syaratnya, karena nilai alpha cronbach ($> 0,6$). Jadi kuesioner atau instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel.

Tabel-3
Hasil UjiNormalitas

		Unstandardized Residual	
N		50	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std.	.37533852	
	Deviation		
Most Extreme	Absolute	.094	diartikan
Extreme Differences	Positive	.094	
	Negative	-.041	
Kolmogorov-Smirnov Z		.668	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.764	

Dijelaskan Sig. (2-tailed) ($,764 > ,05$). Dapat diartikan data tersebut di atas adalah distribusi normal

Tabel 4

Model	t	Sig.
(Constant)	3.816	.000
Harga	2.287	.027
Inovasi Desain	-2.600	.013
Kualitas Pelayanan	.619	.539

from Linearity Sig. = $,531 > ,05$, artinya tidak terdapat perbedaan linier antara Harga terhadap keputusan Pembelian.

Tabel 5
Uji Linieritas Inovasi Desain

		Sig.
Between Groups	(Combined)	.075
	Linearity	.035
Keputusan Pembelian *	Deviation from Linearity	.116
Harga	Within Groups	
	Total	

Deviation from Linearity Sig. = $,116 > ,05$, artinya tidak terdapat perbedaan linier antara Inovasi Desain terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 6
Uji linieritas kualitas layanan

		Sig.
Between Groups	(Combined)	.678
Keputusan Pembelian *	Linearity	.566
Kualitas Pelayanan	Deviation from Linearity	.645
	Within Groups	
	Total	

Deviation from Linearity Sig. = $,645 > ,05$, artinya tidak terdapat perbedaan linier antara Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 7
Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	3.753	.984
	Harga	.444	.194
	Inovasi Desain	-.338	.130
	Kualitas Pelayanan	.112	.181

Dijelaskan regresi berganda nilai constan 3,753, harga ,444, -.338, 112.

Tabel 8
Uji-t

Hasil Uji Linieritas Variabel Harga		
		Sig.
Between Groups	(Combined)	.375
Keputusan Pembelian *	Linearity	.078
Harga	Deviation from Linearity	.531
	Within Groups	
	Total	

Dijelaskan thitung harga 2.287, inovasi desain - 2.600 serta kualitas layanan .619.

Tabel9
Uji – f

Model	F	Sig.
1 Regression	3.510	.022(a)
Residual		
Total		

Dijelaskan fhitung 3.510 serta sig. ,022. Disimpulkan secara simultan adanya pengaruh.

Tabel 10
Koefisien Determinasi (R² Square

Model	R	Adjusted R
Model	R	Square
1	.432(a)	.133

Besarnya R² (R Square) adalah 0,133. Ini berarti 13,3% Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Inovasi Desain dan Kualitas Pelayanan. 86,7% dijelaskan oleh variabel lain

PEMBAHASAN

Dijelaskan hasil riset menunjukkan harga (X1) berpengaruh positif serta berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) keputusan pembelian. Ditinjau dari segi harga bengkel las Hidayah relatif terjangkau oleh daya beli konsumennya. Dijelaskan serta dibuktikan inovasi desain (X1) berpengaruh negatif namun tetap signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Inovasi desain tidak berpengaruh positif namun tetap berpengaruh secara signifikan dengan arti inovasi desain tetap namun setiap terjadi kenaikan pada inovasi desain maka akan terjadi penurunan pada keputusan pembelian. Ditinjau dari hasil kenyataan di lapangan produk dari bengkel las Hidayah memiliki inovasi desain yang bagus, produk dengan inovasi desain yang bagus pasti mempunyai harga yang lebih mahal dan waktu pengerjaan yang cukup lama, oleh karena

itu konsumen akan mempertimbangkan dalam melakukan pembelian sehingga keputusan pembelian akan mengalami penurunan. Dijelaskan kualitas Variabel pelayanan (X3) tidak berpengaruh positif serta tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Ditinjau dari kenyataan lapangan lokasi bengkel yang berada di jalan perkampungan menyulitkan konsumen untuk menuju akses ke lokasi.

SIMPULAN

Disimpulkan serta dibuktikan variabel harga (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y), hal tersebut menjawab hipotesis riset ini.

Disimpulkan serta dijelaskan inovasi desain tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Disimpulkan serta dibuktikan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

IMPLIKASI

Dijelaskan sesuai hasil riset penulis telah memperoleh temuan baru, penulis berharap dari temuan ini dijadikan bahan evaluasi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mengambil suatu kebijakan perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dijelaskan riset ini memiliki keterbatasan ketika melakukan proses penelitian, adapun keterbatasan tersebut yakni waktu yang sangat minim serta pendanaan ketika melaksanakan riset.

DAFTAR RUJUKAN

- Amstrong, Gary & Philip Kotler, (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo*
- Christy, E., & Khasanah, I. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel Las Sinar Baru di Jepara. Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Universitas Diponegoro*
- Ghozali. Imam. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya. Semarang: Universitas Diponegoro*

- Karmila. (2019) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Las Barokah Di Binuang*, 1–7.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid II. Jakarta: Erlangga
- Oldy Ardhana (2010) 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan' (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang), Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro
- Panjaitan, R. (2019) 'Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Inovasi Desain Terhadap Loyalitas Pembelian Merk Minorfighters', 5(2), pp. 186–195
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit: Andi
- Triana, A. (2019) 'Dampak Persepsi Harga, Desain Produk, Citra Merek Dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Keputusan Pembelian', 53(9), pp. 1689–1699