

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MENYEWA DI LAPANGAN KAMPUNG FUTSAL MADIUN

Muhammad Abror<sup>1)</sup>, Dian Citaningtyas Ari Kadi<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun

verynaanggar10@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas PGRI Madiun

dian.citaningtyas@unipma.ac.id

#### *Abstract*

*The decision to rent is a process carried out by consumers when buying a certain product, then consumers choose one alternative from several existing alternatives. This study aims to determine the quality of service, product, price, location, and promotion at the Kampung Madiun futsal field. The type of research used in this study is a quantitative approach. Sampling using Purposive Sampling technique. The sample used was 384 respondents. This research method uses a quantitative approach with statistical testing using the SmartPLS 4.0 program. Based on the results of statistical tests, it shows that partially service quality has a positive and significant effect on the decision to rent, product has a partial positive and significant effect on the decision to rent, price has a positive and partially significant effect on the decision to rent, location has a positive and partially significant effect on the decision renting, and promotion have a partially positive and significant effect on the decision to rent the Kampung Madiun futsal field.*

**Keywords:** *service quality, product, price, location, promotion, and the decision to rent*

#### **Abstrak**

Keputusan menyewa adalah suatu proses yang dilakukan konsumen pada saat mengambil produk tertentu, kemudian konsumen memilih satu alternatif dari beberapa alternatif yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi, dan promosi pada lapangan futsal Kampung Madiun. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 384 responden. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengujian secara statistik menggunakan program SmartPLS 4.0. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyewa, produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menyewa, harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menyewa, lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menyewa, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menyewa lapangan futsal kampung madiun.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi, promosi, dan keputusan menyewa

### PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang cukup pesat merupakan hal yang diharapkan oleh banyak pihak, namun secara tidak langsung akan memaksa para pelaku bisnis untuk siap dalam menghadapi persaingan. Banyaknya persaingan dalam bisnis akan menimbulkan pemikiran baru bagi perusahaan untuk menetapkan posisinya di pasar, salah satunya adalah bisnis dalam bidang olahraga. Dari sekian banyak cabang olahraga, cabang olahraga futsal menjadi salah satu pilihan untuk berolahraga, melampiaskan hobi dan tidak lupa tetap mendapatkan kesehatan jasmani setelah seharian penuh dalam kesibukan beraktivitas. Tahun 2002, olahraga futsal mulai merambah ke Indonesia. Tingginya kegemaran masyarakat akan bermain futsal membuat para pengusaha menjadikannya peluang untuk mendirikan tempat usaha jasa lapangan futsal.

Salah satu tempat yang menyediakan penyewaan lapangan futsal yang memiliki kualitas dan pelayanan yang baik di Kota Madiun yaitu Lapangan Kampung Futsal Madiun. Lapangan Kampung Futsal Madiun merupakan salah satu tempat sewa lapangan futsal favorit di kota Madiun yang memiliki banyak pelanggan dari berbagai kalangan. Lapangan Kampung Futsal Madiun, terus melakukan pengembangan dengan melakukan pembangunan lapangan yang berkualitas. Inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian di tempat tersebut, sehingga dapat mengetahui apa saja faktor yang menimbulkan konsumen tertarik untuk menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun.

Lapangan Kampung Futsal Madiun sangat memperhatikan jumlah para pelanggan yang menyewa tempat futsal tersebut. Menurut Loudon dan Bitta (2010) mengemukakan pendapat yakni Keputusan konsumen untuk membeli produk dapat diartikan sebagai keputusan pembelian serta produk apa yang akan dibeli, kapan akan membeli. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa jumlah penyewa pada Lapangan Kampung Futsal Madiun mengalami perkembangan yang fluktuatif yaitu mengalami kenaikan dan penurunan jumlah penyewa. Lapangan Kampung Futsal Madiun mampu bersaing dengan tempat penyewaan futsal yang lain di Kota Madiun. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penyewa pada Lapangan Kampung Futsal Madiun yang mampu menyaingi tempat penyewaan futsal yang lain, bahkan pada bulan Januari-Oktober 2022 memperoleh predikat jumlah penyewa yang paling tinggi daripada tempat penyewaan lain seperti pada tabel berikut:

Tabel 1 Jumlah Penyewa pada Lapangan Futsal di Kota Madiun 2022

No.	Tahun	Nama Lapangan Futsal	Total
1.	Jan-Nov 2022	Ebony Fusal	2781
2.	Jan-Okt 2022	Gamary Futsal	2986
3.	Jan-Okt 2022	Lapangan Futsal Rado	3011
4.	Jan-Nov 2022	Maestro	2932
5.	Jan-Okt 2022	Gor Wilis Madiun	2875
6.	Jan-Okt 2022	Lapangan Kampung Futsal Madiun	3026

Sumber: Dok. Lapangan Kampung Futsal Madiun, 2022

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah penyewa pada Lapangan Kampung Futsal Madiun mulai Bulan Januari – Oktober 2022 memiliki jumlah yang paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penyewa pada Lapangan Kampung Futsal Madiun paling besar diantara lapangan futsal lainnya. Adapun beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan dalam menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun yaitu kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi, dan promosi.

Hal ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan oleh Whendy et al., (2018) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan sewa lapangan futsal Namun, penelitian yang dilakukan oleh Amilia & Iriyani (2019) menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa, harga tidak signifikan terhadap keputusan sewa, dan fasilitas tidak signifikan terhadap keputusan sewa.

Pelayanan menurut Andreawan & Daulay (2023) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Lapangan Kampung Futsal Madiun cukup baik. Hal ini dikarenakan pihak Lapangan Kampung Futsal Madiun mampu menyiapkan lapangan kepada penyewa dengan cepat, dan juga pihak Lapangan Kampung Futsal Madiun mampu menyiapkan lapangan futsal yang bersih dan rapi. Akan tetapi kondisi parkir yang kurang luas Ketika kondisi sedang ramai, sehingga kendaraan diparkir di pinggir jalan (terutama kendaraan roda 4). Hal ini yang menyebabkan penyewa merasa was-was terhadap kendaraan yang mereka

bawa. Adanya pelayanan yang baik tersebut tentu saja dapat meningkatkan jumlah penyewa. Oleh karena itu, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menyewa oleh konsumen. Hal ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan oleh Adabi, (2020) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menyewa. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2018) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menyewa.

Indikasi selanjutnya yang mempengaruhi keputusan menyewa adalah produk (Lapangan Kampung Futsal Madiun). Puspa et al., (2020) menjelaskan bahwa produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada para sasaran. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa Lapangan Kampung Futsal Madiun sangat baik untuk material dasar lapangan futsal memakai bahan vinyl atau rubber yang terbuat dari bahan karet sehingga permukaannya empuk dan halus (Catur, 2022). Jadi, Lapangan Kampung Futsal Madiun sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Namun kurangnya kebersihan dan keamanan lapangan futsal membuat kenyamanan saat bermain kurang. Adanya produk (lapangan futsal) yang sesuai tersebut dapat mempengaruhi keputusan dalam menyewa oleh pelanggan. Hal ini diperkuat *GAP Research* yang dilakukan oleh Achmad & Gusnadi (2018), yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan produk terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan sewa lapangan futsal. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Febrina (2018), menjelaskan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyewa.

Faktor selanjutnya yaitu harga. Menurut Kotler & Armstrong dalam Dahlia, (2019), harga merupakan jumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Namun harga dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan harga menyewa di Lapangan Kampung Futsal Madiun. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa harga sewa pada Lapangan Kampung Futsal Madiun tersebut cukup terjangkau, dan mampu bersaing dengan penyewaan futsal lainnya. Pihak Lapangan Kampung Futsal Madiun memang sangat memperhatikan harga sewa dari Lapangan Kampung Futsal Madiun. Menurut Hendrik, harga sewa yang diberikan harus sesuai dengan kualitas dari lapangan futsal yang disewakan tersebut. Oleh karena itu, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menyewa lapangan futsal. Hal

ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan oleh Whendy et al., (2018) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan sewa lapangan futsal. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Amilia & Iriyani (2019) menjelaskan bahwa harga tidak signifikan terhadap keputusan sewa.

Selanjutnya yang mempengaruhi keputusan dalam menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun yaitu lokasi. Menurut E. Rahayu, (2018) Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa lokasi pada Lapangan Kampung Futsal Madiun sangat strategis dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, banyak dari masyarakat yang tertarik dalam menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun. Namun pada lapangan Kampung Futsal Madiun kurangnya memperluas dan menambah lapangan futsal, karena masih terdapat lahan kosong di sekitar lapangan futsal. Hal ini dikarenakan ketika musim liburan pada Lapangan Kampung Futsal selalu penuh penyewa. Hal ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan oleh Whendy et al., (2018) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan sewa lapangan futsal. Namun penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2019) menjelaskan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menyewa.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi keputusan dalam menyewa yaitu promosi. Menurut Cardia et al., (2019), promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa Lapangan Kampung Futsal Madiun melakukan beberapa promosi untuk dapat menarik konsumen dalam menyewa lapangan futsal. Adanya promosi yang dilakukan tersebut dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun. Akan tetapi promosi yang dilakukan tersebut memiliki beberapa kekurangan yaitu promosi yang dilakukan lebih banyak fokus melalui media *online*. Hal ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan Whendy et al., (2018) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan

sewa lapangan futsal. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Fauziah & Tirtayasa (2022) menjelaskan bahwa promosi fasilitas tidak signifikan terhadap keputusan sewa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menyewa Di Lapangan Kampung Futsal Madiun**”.

### **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA**

#### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya (Aprilliani & Meryati, (2022). Lebih lanjut Kotler dalam (Dahlia, 2019), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.

#### **Produk**

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler & Armstrong, dalam Dahlia, (2019) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

#### **Harga**

Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut (Ulfa & Selviani, 2022). Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk beserta pelayanannya. Konsumenpun mengidentifikasi harga dengan sebuah biaya yang harus mereka keluarkan.

#### **Lokasi**

Pengertian teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*Spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial (Bata et al., 2019). Menurut E. Rahayu (2018), menjelaskan lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya ditempatkan.

### **Promosi**

Promosi merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Menurut Cardia et al., (2019), promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang di maksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atasproduknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

### **Keputusan Menyewa**

Menurut Rozalia et al., (2020), keputusan menyewa adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. Menurut Rasyid & Indah (2018), keputusan menyewa adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan disea atau tidak melakukan penyewaan dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

### **METODE PENELITIAN**

Teknik kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi dan promosi mempengaruhi keputusan menyewa di Lapangan Kampung Futsal Madiun. Pendekatan studi

pengumpulan data melibatkan penyebaran kuesioner yaitu dengan menyebarkan dan memberikan daftar pertanyaan oleh responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dengan teknik *purposive sampling*, peneliti membagikan kuesioner melalui *google form* kepada penyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun dengan kriteria minimal pernah menyewa 1x. Dengan jumlah sampel 384 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disampaikan setelah daftar pertanyaan disusun dan dijelaskan kepada responden. Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan SmartPLS 4.0.

Instrumen penelitian merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dengan tujuan untuk memperoleh data kuantitatif yang akurat (Sugiyono, 2017). Kuesioner digunakan dalam instrumen observasi ini. Kuesioner disusun dengan menggunakan indikator dan variabel. Penelitian sebagai tolak ukur dalam penyusunan pertanyaan yang akan diberikan kepada para responden sebagai sampel. Skala pada observasi ini adalah skala likert dengan tujuan untuk memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan yang memiliki rentang skor dari 1 sampai 5 pada isi instrumen yang ditentukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data responden penelitian seluruh seluruh penyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun pada saat dilaksanakannya penelitian ini. Berdasarkan penentuan sampel, jumlah responden penelitian adalah sebanyak 385 orang. Berikut rincian data responden berdasarkan kuesioner yang disebar ditinjau dari jenis kelamin, responden penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut :

Tabel 1 Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Peresentase (%)
1	Laki-Laki	297	77,14%
2	Perempuan	88	22,85%
	<b>Jumlah</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

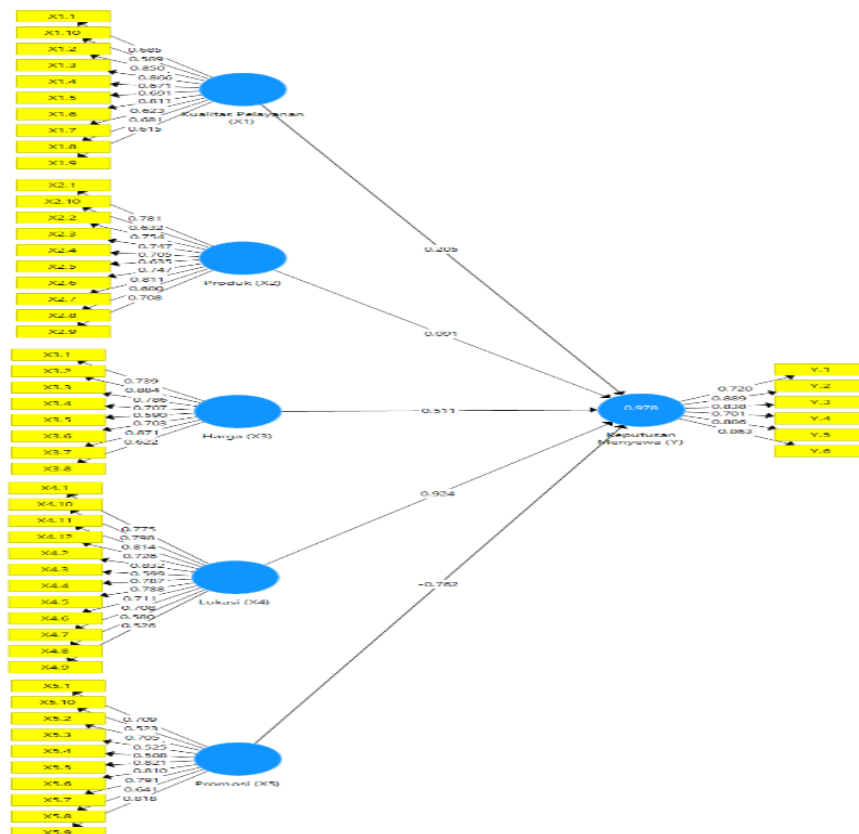
Sumber : Data Primer Diolah (2023)



Berdasarkan tabel 4.2, menunjukkan bahwa 385 penyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 297 responden atau sebesar 77,14% dan untuk responden perempuan sebanyak 88 responden atau sebesar 22,85%. Kondisi ini menggambarkan bahwa rata-rata penyewa Lapangan Kampung Fytsal Madiun berjenis kelamin laki-laki.

### Skema *Partial Least Square*

Pada penelitian ini, uji hipotesis menggunakan teknik analisis PLS-SEM *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program smartPLS 4.0. Adapun skema model program PLS yang diuji berupa uji outer model. Dimana uji outer:



Gambar 1 Hasil Uji Outer Mode

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan *SmartPLS* (2023)

Pada Gambar 1 menunjukkan hasil nilai loading factor sudah  $> 0,50$  dan outer loading  $> 0,50$  dikatakan valid dan siap untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

### *R-Squares*

Nilai *R-Squares* setiap variabel laten endogen digunakan untuk kekuatan memprediksi dari model structural. Perubahan nilai *R-Squares* digunakan untuk menilai pengaruh laten eksogen tertentu terhadap variabel apakah mempunyai pengaruh yang substantive (Ghozali, 2021). Nilai *R-Squares* dapat disimpulkan model kuat, moderate dan lemah jika mendapatkan hasil 0.75, 0.50, dan 0.25 (Ghozali, 2021).

Hasil dari PLS *R-Squares* mempresentasikan jumlah Variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Berikut disajikan hasil perhitungan nilai *R-Squares*:

Tabel 3 Nilai R-Square dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS3

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
Keputusan Menyewa (Y)	0,778	0,778

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SmartPLS (2023)

Tabel 3 dapat diketahui bahwa penelitian ini menggunakan 1 variabel laten endogen (Y). Variabel tersebut dipengaruhi oleh variabel lainnya (X), yaitu variabel kualitas pelayanan (X1), produk (X2), harga (X3), lokasi (X4) dan promosi (X5). Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa R-Square untuk variabel eksistensi keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,778. Hasil ini menunjukkan bahwa sebesar 77,8% eksistensi keputusan menyewa (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X1), produk (X2), harga (X3), lokasi (X4) dan promosi (X5).

### **Q-Squares**

*Q-Squares* digunakan pada model konstruktif observasi yang di dapat dari model estimasi parameter. Model ini dapat dikatakan baik jika memiliki nilai *Q-Square* 0.35, moderate jika memiliki nilai 1.15 dan dikatakan lemah jika memiliki nilai 0.02 (Ghozali, 2021).

Tabel 4 Niali Q-Square dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS3

Variabel	<i>Q-Squares</i>
Keputusan Menyewa (Y)	0,649

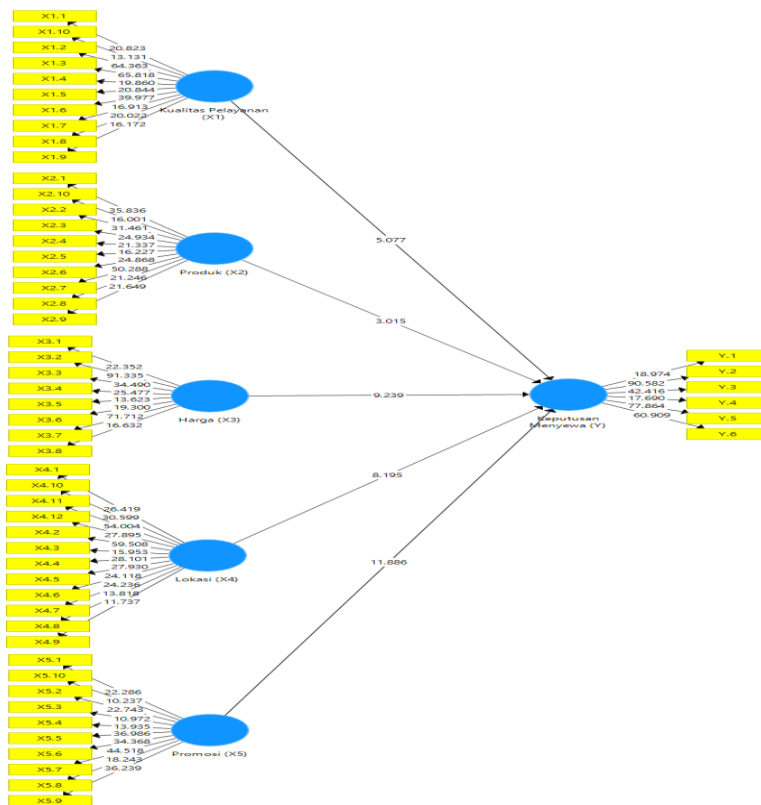
Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SmartPLS (2023)

Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai *Q-Squares* untuk variabel endogen yaitu Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,649. Oleh karena *Q-Squares* 0,649, maka disimpulkan kualitas pelayanan (X1), produk (X2), harga (X3), lokasi (X4) dan promosi (X5) memiliki relevansi prediksi untuk keputusan menyewa (Y). diketahui nilai *Q-Squares* 0,649 yakni lebih

besar dari 0,35, maka disimpulkan relevansi prediksi kuat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa model memiliki nilai prediktif yang relevan serta memiliki nilai observasi yang baik (lebih dari 0).

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan memakai SmartPLS. Uji hipotesis digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan antar variabel laten dengan melihat dari nilai perhitungan path coefisien pada inner model. Hipotesis dikatakan diterima jika nilai t hitung > dari t tabel 1.96 untuk signifikansi 5%. Apabila nilai t hitung hipotesis memiliki nilai lebih besar dari pada t tabel maka setiap hipotesis dapat dikatakan terbukti atau diterima (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis pada SmartPLS dengan model *bootstrapping*. adapun gamabr model *bootstrapping* sebagai berikut:



Gambar 2 Model Bootstrapping SmartPLS3

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan *SmartPLS* (2023)

Tabel 3 Hasil Uji Signifikansi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values	Keterangan
<b>Kualitas</b>						
<b>Pelayanan (X1) -&gt;</b>						
<b>Keputusan Menyewa (Y)</b>	0,205	0,206	0,040	5,077	<b>0,000</b>	<b>Sig</b>
<b>Produk (X2) -&gt;</b>						
<b>Keputusan Menyewa (Y)</b>	0,091	0,091	0,030	3,015	<b>0,003</b>	<b>Sig</b>
<b>Harga (X3) -&gt;</b>						
<b>Keputusan Menyewa (Y)</b>	0,511	0,508	0,055	9,239	<b>0,000</b>	<b>Sig</b>
<b>Lokasi (X4) -&gt;</b>						
<b>Keputusan Menyewa (Y)</b>	0,924	0,930	0,113	8,195	<b>0,000</b>	<b>Sig</b>
<b>Promosi (X5) -&gt;</b>						
<b>Keputusan Menyewa (Y)</b>	0,762	0,765	0,064	11,886	<b>0,000</b>	<b>Sig</b>

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SmartPLS (2023)

Tabel 5 dapat diketahui bahwa hasil analisis dengan *bootstrapping* SmartPLS 3 mendapatkan hasil sebagai berikut:

- Nilai koefisien jalur sebesar 0,205, nilai p-value sebesar 0,000, dan nilai T-Statistik sebesar 5,077. Nilai p-value tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai T-statistik lebih besar dari nilai t-tabel (1,96), dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa hipotesis-1 dapat diterima. Hal tersebut menandakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menyewa lapangan Kampung Futsal Madiun.
- Nilai koefisien jalur sebesar 0,091, nilai p-value sebesar 0,003, dan nilai T-Statistik sebesar 3,015. Nilai p-value tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai T-statistik lebih besar dari nilai t-tabel (1,96), dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa hipotesis-2 dapat diterima. Hal tersebut menandakan bahwa variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penyewaan Lapangan Kampung Futsal Madiun.

- c. Nilai koefisien jalur sebesar 0,511, nilai p-value sebesar 0,000, dan nilai T-Statistik sebesar 9,239. Nilai p-value tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai T-statistik lebih besar dari nilai t-tabel (1,96), dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa hipotesis-3 dapat diterima. Hal tersebut menandakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun.
- d. Nilai koefisien jalur sebesar 0,924, nilai p-value sebesar 0,000, dan nilai T-Statistik sebesar 8,195. Nilai p-value tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai T-statistik lebih besar dari nilai t-tabel (1,96), dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa hipotesis-4 dapat diterima. Hal tersebut menandakan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun.
- e. Nilai koefisien jalur sebesar 0,762, nilai p-value sebesar 0,000, dan nilai T-Statistik sebesar 11,886. Nilai p-value tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai T-statistik lebih besar dari nilai t-tabel (1,96), dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa hipotesis-5 dapat diterima. Hal tersebut menandakan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menyewa Lapangan Kampung Futsal Madiun.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan menyewa lapangan di Kampung Futsal Madiun. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan produk terhadap keputusan menyewa lapangan di Kampung Futsal Madiun. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap keputusan menyewa lapangan di Kampung Futsal Madiun. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan menyewa lapangan di Kampung Futsal Madiun. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan promosi terhadap keputusan menyewa lapangan di Kampung Futsal Madiun.

Saran bagi peneliti selanjutnya agar rekomendasi untuk peneliti selanjutnya untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan menyewa yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

### DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. H., & Gusnadi, D. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pastry Bakery ( Study Kasus Pada Toko Havana Bandung). *National Conference Of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, 5(6), 191–197.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek , kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Amilia, S., & Iriyani. (2019). Pengaruh Lokasi , Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Sewa Kamar Kost Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 267–280.
- Andreawan, M., & Daulay, S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedisiplinan Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai RSU. Lattersia Binjai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Aprilliani, S., & Meryati, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Motor Honda Cabang Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 2(1), 9–18.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762–6781.
- Dahlia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud.Pito Jaya Lamasi. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ghozali, I. Latan, H. 2021. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 3.0*
- Mardiasih, T. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar. *Iqtiha Dequity*, 2(1), 1–10.
- Puspa, R., Permana, A., & Karunia, E. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K-Store Krakatau Junction. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(02), 208–216.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and*

Social Research, *I*(1), 7–12.

Rahmatia, S. (2018). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Sewa Lapangan Futsal (Survei). Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Rasyid, H. Al, & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, *XVI*(1), 39–49.

Rozalia, R., Rinuastuti, H., & Rusminah, H. (2020). Ketertarikan Konsumen Pada Brand Ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian. *Distribusi - Journal of Management and Business*, *8*(2), 149–162. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v8i2.140>

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta.

Suratmiyati, S., & Anggoro, Y. (2020). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa. *Management and Business Review*, *4*(1), 52–59.

Ulfa, M., & Selviani, S. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Travel Mobil. *Al-Muqayyad*, *5*(1), 20–32.

Wahyudi, P. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menyewa Lapangan Futsal Nusantara Duri Riau. UIN Sultan Syarif Kasim.