



JURNAL

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LAPANGAN FUTSAL
MARENO 2 NGUNUT TULUNGAGUNG
TAHUN 2017**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, FACILITY, AND LOCATION
TO CUSTOMER SATISFACTION AT FUTSAL FIELD MARENO 2
NGUNUT TULUNGAGUNG 2017***



Oleh:

**PENI ARDIWAN
13.1.02.02.0036**

Dibimbing oleh :

- 1. Dr. H. SAMARI, SE, M.M.**
- 2. MOCH. WAHYU WIDODO, S.E., M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2018**

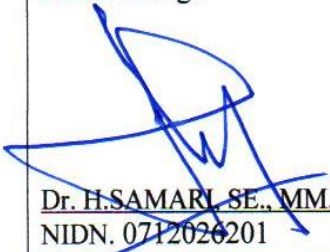
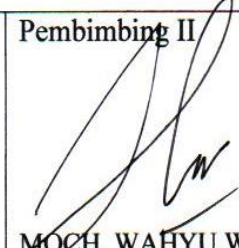

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017**Yang bertandatangan di bawah ini:**

Nama Lengkap : Peni Ardiawan
NPM : 13.1.02.02.0036
Telepon/HP : 085646597534
Alamat Surel (Email) : ardipeno49@gmail.com
Judul Artikel : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen Pada Lapangan Futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung
Fakultas Program Studi : Ekonomi Manajemen
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan tinggi : Jalan K.H Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

- Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh dosen pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 29 November 2017
Pembimbing I  <u>Dr. H. SAMARI, SE., MM.</u> NIDN. 0712026201	Pembimbing II  <u>MOCH. WAHYU WIDODO, SE., M.M.</u> NIDN. 0721088505	Penulis,  <u>PENI ARDIAWAN</u> NPM. 13.1.02.020036



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Lapangan Futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung Tahun 2017

Peni Ardiawan

13.1.02.02.0036

Ekonomi – Manajemen

ardipeno49@gmail.com

Dr. H. Samari, SE., M.M. dan Moch. Wahyu Widodo, S.E., M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada lapangan Futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung tahun 2017 baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik kausalitas. Sampel yang digunakan sebanyak 40, yaitu konsumen lapangan futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS for windows versi 23*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, ada pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, ada pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen dan secara simultan ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

KATA KUNCI : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen

I. Latar Belakang

Olahraga sekarang ini banyak diminati oleh banyak orang, karena dengan berolahraga seseorang dapat menjaga daya tahan tubuh maupun untuk menyalurkan hobi. Olahraga yang sangat fenomenal saat ini salah satunya yaitu olahraga futsal. Olahraga futsal kini semakin banyak digemari oleh semua kalangan karena pola permainannya yang sederhana dan praktis. Sekarang sudah banyak kegiatan sektor jasa yang dilakukan di Tulungagung, di antaranya yang berkembang saat ini adalah jasa penyewaan lapangan olahraga atau sarana olahraga antara lain yaitu lapangan futsal.

Usaha jasa dalam menyewakan lapangan futsal ini merupakan usaha yang menjanjikan, akan tetapi banyaknya para pesaing baru yang bermunculan membuat para pemilik usaha untuk lebih meningkatkan performanya demi menjaga kepuasan konsumen. Di wilayah Tulungagung kini sudah tersedia banyak lapangan futsal dan salah satunya yaitu Mareno 2 yang terletak di Desa Ngunut Tulungagung. Persaingan dibidang pemasaran jasa kini semakin meningkat dan secara umum tujuan dari perusahaan yaitu untuk memperoleh laba yang maksimum,

sehingga perusahaan dapat terus berkembang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:546), kepuasan konsumen adalah "sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk aktual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli".

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, variabel yang diambil adalah kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi. Menurut Prasetyo dan Miftahul (2012:72), kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai yang diharapkan.

Menurut Sulastiyono (2011:98), fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya.

Menurut Kotler (2012:92), menyatakan bahwa lokasi adalah suatu tempat di mana perusahaan atau instansi tersebut melakukan sebuah kegiatan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memilih judul penelitian, **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Lapangan**

Futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung Tahun 2017”.

II. Metode Penelitian

A. Teknik Penelitian dan Pendekatan

Teknik penelitian merupakan cara yang dipakai untuk menyelesaikan setiap tahap dari strategi penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Menurut Sanusi (2014:105), “survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis”. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisisioner pada responden guna memperoleh data yang akan diolah untuk mendapatkan hasilnya.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2013:27), menjelaskan “penelitian kuantitatif sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya”.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di lapangan futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung, Ngunut (Jl. Pandean), Tulungagung,

Jawa Timur. Pada rentang waktu enam bulan, mulai dari bulan Juli sampai dengan Desember 2017.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menyewa lapangan futsal Mareno 2. Dengan teknik pengambilan sampel, *convenience sampling*. Siregar (2012:60), mengatakan bahwa “*convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan ketbetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih orang terdekat saja”. Pengambilan dilakukan langsung di lokasi penelitian dengan memberikan kuisisioner pada setiap konsumen yang menyewa lapangan futsal Mareno 2 sebanyak 40 responden.

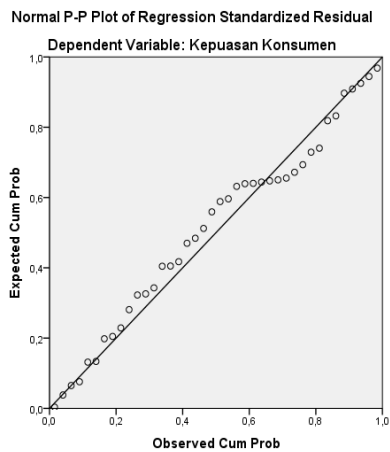
D. Langkah-Langkah Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini berupa primer maupun sekunder. Dengan cara penyebaran kuisisioner pada konsumen lapangan futsal Mareno 2, hasil dokumentasi di lapangan futsal mareno 2, ada juga dengan observasi langsung di lapangan futsal mareno 2 dan studi pustaka yang berkaitan dengan variabel kualitas

pelayanan, fasilitas, lokasi, kepuasan konsumen.

III. Hasil Analisis Data

A. Uji Normalitas



Gambar 3.1

Sumber: Data diolah (2017)

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

B. Uji Multikolinearitas

Tabel 3.1

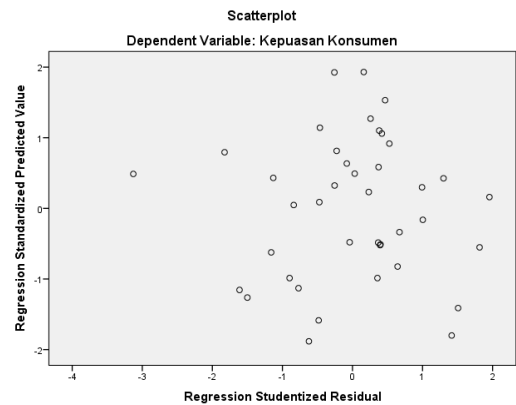
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas	,990	1,011
Pelayanan	,936	1,069
Fasilitas	,939	1,065
Lokasi		

Sumber: Data diolah (2017)

Tabel menunjukkan nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance semua variabel bebas lebih

besar dari 0,1 atau 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multiko-linearitas antar variabel bebas.

C. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3.2

Sumber: Data diolah (2017)

Pada gambar di atas diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik me-nyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. Uji Autokorelasi

Tabel 3.2

Model	Durbin-Watson
1	1,928

Sumber: Data diolah (2017)

Berdasarkan tabel hasil autokorelasi, dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (DW Test) sebesar 1,928. Nilai $du = 1,66$ sehingga $4-du = 4-1,66 = 2,34$. Dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin Watson terletak antara du sampai dengan $4-u$ sehingga

asumsi autokorelasi telah terpenuhi atau tidak terjadi autokorelasi

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3.3

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4,736	6,436
Kualitas Pelayanan	,403	,177
Fasilitas	,326	,149
Lokasi	,336	,136

Sumber: Data diolah (2017)

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 4,736 + 0,403X_1 + 0,326X_2 + 0,336X_3$$

Artinya:

- Nilai $a = 4,736$; artinya apabila kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan lokasi (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ($=0$) maka kepuasan konsumen sebesar 4,736.
- Nilai $\beta_1 = 0,403$; artinya apabila setiap peningkatan kualitas pelayanan (X_1) secara positif naik 1 (satu) satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,403.

- Nilai $\beta_2 = 0,326$; artinya bahwa setiap fasilitas (X_2) secara positif naik 1 (satu) satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,326.
- Nilai $\beta_3 = 0,336$ artinya bahwa setiap peningkatan lokasi (X_3) secara positif naik 1 (satu) satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,336.

F. Koefisien Determinasi

Tabel 3.4

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,611 ^a	,373	,321

Sumber: Data diolah (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,321. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 32,1%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 67,9%, akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

G. Uji t (pengaruh secara parsial)

Tabel 3.5

Model	t	Sig.
1 (Constant)	,736	,467
Kualitas Pelayanan	2,278	,029
Fasilitas	2,195	,035
Lokasi	2,468	,018

Sumber: Data diolah (2017)

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel kualitas pelayanan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,278. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,029 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa kualitas pelayanan (X_1) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Untuk itu, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Sehingga dapat menciptakan sebuah strategi yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan.

b. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel fasilitas (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,195. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar $0,035 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa fasilitas (X_2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa fasilitas mempunyai peran yang penting dalam menentukan tinggi rendahnya kepuasan konsumen. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa raba maka aspek wujud fisik menjadi sangat penting.

c. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel lokasi (X_3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,468. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan

nilai signifikan sebesar $0,018 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa lokasi (X_3) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dengan demikian untuk meningkatkan kepuasan konsumen upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menetapkan lokasi usaha yang strategis sehingga konsumen lebih mudah untuk mencapai lokasi. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dan dapat menarik sejumlah besar konsumen.

H. Uji F (pengaruh secara simultan)

Tabel 3.6

Model	F	Sig.
1 Regression Residual Total	7,139	,001 ^b

Sumber: Data diolah (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 7,139, sementara F_{tabel} sebesar 2,87 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Kualitas

pelayanan, fasilitas, dan lokasi memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Sehingga kombinasi dari ketiga variabel tersebut harus selalu dikembangkan sehingga dapat menciptakan kepuasan pada konsumen.

IV. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. BPEE. Yogyakarta.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi, Edisi 7*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.



Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Bandung: Alfabeta.