

**ARTIKEL**

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN  
MELALUI HARGA, LOKASI DAN FASILITAS  
PADA CLASSIC FUTSAL KEDIRI**



**Oleh:**

**HERI PRASETIO**

**14.1.02.02.0278**

**Dibimbing oleh:**

**1. Dr. Samari**

**2. Moch. Wahyu Widodo, M.M.**

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

**SURAT PERNYATAAN**  
**ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018**

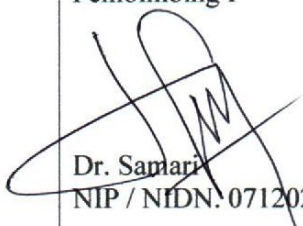


**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama Lengkap : Heri Prasetio  
NPM : 14.1.02.02.0278  
Telepon/HP : 081336688101  
Alamat Surel (Email) : [herryprass12@gmail.com](mailto:herryprass12@gmail.com)  
Judul Artikel : Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Harga, Lokasi dan Fasilitas Pada Classic Futsal Kediri  
Fakultas – Program Studi : Ekonomi - Manajemen  
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia  
Alamat PerguruanTinggi : Jl. K.H Achmad Dahlan No.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 dikemudian 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, 08 Agustus 2018
<p>Pembimbing I</p>  <p>Dr. Samari NIP / NIDN: 0712026201</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p>Moch. Wahyu Widodo, M.M. NIP / NIDN. 0721088505</p>	<p>Penulis,</p>  <p>Heri Prasetio NPM. 14.1.02.02.0278</p>

# UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI HARGA, LOKASI DAN FASILITAS PADA CLASSIC FUTSAL KEDIRI

Heri Prasetio

14.1.02.02.0278

Ekonomi - Manajemen

[herryprass12@gmail.com](mailto:herryprass12@gmail.com)

Dr. Samari dan Moch. Wahyu Widodo, M.M.  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

**Heri Prasetio:** Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Harga, Lokasi dan Fasilitas Pada Classic Futsal Kediri

Latarbelakang dalam penelitian ini adalah perkembangan bisnis penyewaan fasilitas olahraga yang semakin pesat membuat persaingan bisnis meningkat, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Agar perusahaan dapat mencapai target yang diharapkan, maka perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) pengaruh variabel harga, lokasi dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen Classic Futsal Kediri? (2) pengaruh variabel harga, lokasi dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian eksplanatori. Variabel bebas dari penelitian ini adalah harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), dan fasilitas ( $X_3$ ), dengan variabel terikat adalah kepuasan konsumen ( $Y$ ). Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen atau penyewa di lapangan Classic Futsal Kediri. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan metode pengambilan sampel secara *probability sampling*. Instrumen dalam penelitian adalah kuesioner (angket). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan *Software SPSS for windows versi 21*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (4) harga, lokasi, dan fasilitas, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**KATA KUNCI:** harga, lokasi, fasilitas, kepuasan konsumen.

## I. Latar Belakang

Olahraga merupakan aktivitas yang dilakukan manusia demi kebugaran, khususnya kebugaran jasmani. Menurut Landers (2012:51), manfaat yang bisa diperoleh dari kegiatan olahraga di antaranya 1. Meningkatkan kemampuan otak, 2. Membantu menunda proses penuaan, 3. Mengurangi stress, 4. Menaikkan daya tahan tubuh, 5. Memperbaiki kepercayaan diri. Maka, banyak orang berbondong-bondong untuk saling mengajak berolahraga bersama.

Salah satu perkembangan jenis olahraga, yakni futsal. Olahraga futsal yang merupakan pengembangan dari sepak bola, tidak membutuhkan waktu lama dalam untuk bisa diterima masyarakat. Bahkan saat ini olahraga futsal menjadi olahraga favorit dan hobi berbagai elemen masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan beberapa wanita berantusias untuk ikut serta bermain futsal.

Dari perkembangan jenis olahraga itulah, bergeser menjadi bertambahnya kebutuhan lokasi dan fasilitas olahraga, seperti lapangan futsal. Perkembangan bisnis yang menyediakan sarana futsal menjadi sangat menjanjikan. Terlihat di Kota Kediri saja misalnya, ada 11 lapangan futsal dengan beragam harga, lokasi, hingga fasilitas yang ditawarkan. Lapangan-lapangan tersebut di

antaranya; Udo Futsal di Tamanan, Sekartaji Futsal di Mojoroto, Freedom Futsal di Ngampel, Victory Futsal di Semen, Ghan Futsal di Bakalan, Indo Futsal di Dandangan, Mettera Futsal di Ngadirejo, Gumul Futsal di Ngasem, Premier Futsal di Setono Pande, Mensana Futsal di Rejomulyo dan Classic Futsal di Kecamatan Pesantren.

Classic Futsal Kediri adalah lapangan futsal yang terletak di Kecamatan Pesantren, Kota Kediri, tepatnya di area pabrik gula pesantren. Lapangan Classic Futsal Kediri merupakan lapangan yang terbilang cukup nyaman dan efektif untuk bermain futsal. Ada satu area untuk bermain futsal di lapangan Classic Futsal Kediri, serta beberapa fasilitas pendukungnya.

Tjiptono (2015:76) berpendapat, kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan



merasakan sangat puas senang dan gembira.

Peneliti mengambil acuan dari jurnal penelitian Hasyim (2016) yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Property Green Garden Resident di Kendal”. Dari penelitian Daniel tersebut, menunjukkan bahwa variabel lokasi, pelayanan, fasilitas dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pemaparan dan berbagai perbandingan, peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut. Dari upaya peningkatan kepuasan konsumen yang tidak lepas dari berbagai faktor, sehingga berhasil membuat konsumen merasa puas setelah memperoleh jasa dari Classic Futsal. Maka peneliti mengambil tiga faktor utama yakni harga, lokasi dan fasilitas sebagai variabel dalam penelitian ini.

Dengan adanya penelitian ini, identifikasi masalah kepuasan konsumen dari penyewa lapangan futsal menjadi faktor utama yang harus diperhatikan karena usaha ini bergerak di bidang jasa. Maka harga, lokasi dan fasilitas yang buruk pada salah satu aspek saja, bisa memicu ketidakpuasan konsumen. Kalau sudah begitu,

konsumen merasa dirugikan karena tidak mendapatkan apa yang mereka idamkan.

Lalu, harga persewaan Classic Futsal Kediri memiliki rentang harga yang beragam, terlebih memiliki selisih yang banyak, yakni hingga dua kali lipat pada malam hari di hari libur. Dengan demikian, banyak konsumen yang memilih untuk menyewa ketika harga murah, padahal fasilitas yang mereka dapatkan sama saja.

Selanjutnya, sebagai bisnis yang berorientasi di kota, lokasi menjadi faktor pendukung yang penting dalam bisnis lapangan futsal. Lokasi Classic Futsal Kediri yang sudah strategis, mudah dijangkau oleh konsumen. Meskipun begitu, belum terletak di pusat kota Kediri.

Demikian pula dengan fasilitas yang merupakan faktor pendukung utama dalam bisnis jasa, bisa juga dikatakan bisnis jasa memang menjual fasilitas. Di Classic Futsal Kediri, fasilitas lapangannya, masih kurang memadai. Karena beberapa sisi, antara dinding lapangan dengan area lapangan tidak dibatasi dengan jaring, maka bisa mengakibatkan cedera pemain jika menabrak dinding.

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk

meningkatkan kepuasan konsumen melalui harga, lokasi dan fasilitas pada Classic Futsal Kediri.

## II. Metode

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y). Sedangkan yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, lokasi dan fasilitas.

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah kausalitas. Tujuan penelitian kausal dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar harga, lokasi dan fasilitas yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Classic Futsal Kediri.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Classic Futsal yang jumlahnya tidak terbatas. Karakteristik dari populasi ini dikategorikan homogen, dari segi usia dan latar belakang ekonomi.

Menurut Sekaran (2011:253) memberikan salah satu saran tentang ukuran sampel untuk penelitian adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Sampel yang digunakan

dalam penelitian ini sebanyak 70 responden, yaitu konsumen yang pernah menyewa lapangan Classic Futsal Kediri.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket) dalam bentuk *checklist* (✓) yang sudah disediakan alternative jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Skala pengukuran menggunakan *skala likert*.

Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran tentang berbagai karakteristik data, yaitu harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk meneliti sampel tertentu yang bersifat kuantitatif dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, dilakukan uji asumsi klasik untuk memperoleh model regresi yang tidak bias dan dapat dipercaya, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Koefisien determinasi

digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas.

Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Uji t untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, fasilitas, dan distribusi terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

### III. Hasil dan Pembahasan

#### Hasil

Deskripsi variabel kepuasan konsumen adalah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata jawaban responden dari 10 item pernyataan adalah sebesar 3,83.

Deskripsi variabel harga adalah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata jawaban responden dari 8 item pernyataan adalah sebesar 3,91.

Deskripsi variabel lokasi adalah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata jawaban responden dari 14 item pernyataan adalah sebesar 3,86.

Deskripsi variabel fasilitas adalah baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata jawaban responden dari 12 item pernyataan adalah sebesar 3,71.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa gambar *Normal*

*Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Fakta untuk membuktikan bahwa lokasi regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang harga, lokasi, fasilitas dan kepuasan konsumen adalah menyebar di antara garis diagonal.

Variabel lokasi, harga, fasilitas, dan distribusi memiliki nilai Tolerance sebesar 0,799; 0,962; 0,775 yang lebih besar dari 0,1 dan VIF sebesar 1,252; 1,039; 1,291 yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

Grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Nilai DW hitung lebih besar dari  $(du) = 1,743$  dan kurang dari  $(4-du) = 2,297$  atau dapat dilihat pada tabel 1 berikut yang menunjukkan  $du < d < 4 - du$  atau  $1,703 < 1,743 < 2,297$ , sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

**Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.528	2.183		2.990	.005
1 Lokasi	398	.119	.431	3.351	.002
Harga	248	.087	.274	2.849	.007
Fasilitas	441	.153	.377	2.887	.007

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Hasil analisis regresi diperoleh nilai konstan sebesar 6,528 sedangkan nilai untuk variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 0,398, variabel lokasi ( $X_2$ ) sebesar 0,248, dan variabel fasilitas ( $X_3$ ) sebesar 0,441. Sehingga apabila dimasukkan dalam fungsi asli regresi secara keseluruhan, maka diperoleh persamaan sebagai berikut.

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

$$Y = 6,528 + 0,398 X_1 + 0,248 X_2 + 0,441 X_3 + 0,05$$

Dari tabel 1 di atas, dapat diketahui variabel harga memperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,351 sementara  $t_{tabel}$  2,016 yang berarti  $t_{hitung} 3,351 \geq t_{tabel} 2,016$ . Dari perhitungan di atas juga diketahui bahwa nilai signifikansi lokasi sebesar  $0,002 \leq 0,05$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi ( $X_1$ ) secara parsial memiliki pengaruh negatif dan

signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dari tabel 1 di atas, dapat diketahui variabel lokasi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,351 sementara  $t_{tabel}$  2,016 yang berarti  $t_{hitung} 3,351 \geq t_{tabel} 2,016$ . Dari perhitungan di atas juga diketahui bahwa nilai signifikansi harga sebesar  $0,007 \leq 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga ( $X_2$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dari tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa variabel fasilitas memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,887 sementara  $t_{tabel}$  2,016 yang berarti  $t_{hitung} 2,887 \geq t_{tabel} 2,016$ . Dari perhitungan di atas juga diketahui bahwa nilai signifikansi fasilitas sebesar  $0,007 \leq 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas ( $X_3$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dari perhitungan di atas juga diketahui bahwa nilai signifikansi distribusi sebesar  $0,005 \leq 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa distribusi ( $X_4$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif





dan signifikan terhadap kepuasan  
konsumen (Y).

**Tabel 2 Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.825 <sup>a</sup>	.680	.654	2.336	1.743

Sumber: Data yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 2 diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0,645 dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh lokasi, harga, fasilitas, dan distribusi sebesar 65,4% dan sisanya sebesar 34,6% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	182.044	3	60.681	25.533	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	85.556	36	2.377		
Total	267.600	39			

**Tabel 3 Hasil Uji F**

Sumber: Data yang diolah, 2018

Berdasarkan perhitungan SPSS di atas, diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $11,449 > F_{tabel} 2,574$  atau nilai signifikansi sebesar  $0,000 \leq 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. hal ini membuktikan bahwa lokasi, harga, fasilitas, dan distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen 2,574 atau nilai signifikansi sebesar  $0,000 \leq 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak

dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi, harga, fasilitas, dan distribusi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y).

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen

Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Classic Futsal Kediri. Hal ini terlihat pada hasil perhitungan uji t pada tabel 4.10 yang menunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,351 > 1,684$  atau nilai signifikan 0,002. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi ada pengaruh signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardizal (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Futsal Sempang Haru Padang, yang

menyatakan bahwa variabel harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan konsumen**

Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Classic Futsal Kediri. Hal ini terlihat pada hasil perhitungan uji t pada tabel 4.10 yang menunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,849 > 1,684$  atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi ada pengaruh signifikan antara lokasi dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong (2012:92) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasyim (2016) dengan judul Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Property Green Garden Resident di Kendal, yang menyatakan bahwa variabel harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan konsumen**

Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Classic Futsal Kediri. Hal ini terlihat pada hasil perhitungan uji t pada tabel 4.10 yang menunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,887 > 1,684$  atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi ada pengaruh signifikan antara fasilitas dengan kepuasan konsumen.

Menurut teori Sulastiyono (2011:98) fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dan melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2016) dengan judul Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo), yang menyatakan bahwa variabel fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil dari pengujian hipotesis empat yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,654 yang berarti bahwa 65,4% kepuasan konsumen Classic Futsal Kediri dapat dijelaskan pengaruhnya oleh variabel harga, lokasi dan fasilitas. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dari ketiga variabel independen tersebut, variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen adalah harga (X1) karena mempunyai nilai tertinggi pada *Standardized Coefficients Beta* yaitu sebesar 0,431 yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

#### IV. Penutup

##### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa: (1) Ada pengaruh secara signifikan variabel harga terhadap kepuasan konsumen pada Classic Futsal Kediri. (2) Ada pengaruh secara signifikan variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Classic Futsal Kediri. (3) Ada pengaruh secara signifikan variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Classic Futsal Kediri. (4) Variabel harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Classic Futsal Kediri.

##### Implikasi

##### Implikasi teoritis

Pengembangan teori kepuasan konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2012:35) yakni tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, maka variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kepuasan konsumen. Faktor pendukung untuk mencapai kepuasan konsumen dapat dilihat bahwa adanya pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Karena pada dasarnya kepuasan konsumen sangat diinginkan baik dari pihak perusahaan maupun pihak konsumen.

### **Implikasi praktis**

Dengan mengetahui aspek pengaruh harga, lokasi dan fasilitas dalam penelitian ini, maka pihak manajemen Classic Futsal Kediri mampu mengelola perusahaannya untuk mengkaji ulang pada sistem harga, lokasi dan fasilitas, sehingga menimbulkan kemajuan bagi Classic Futsal Kediri. Dan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi bagi pihak manajemen Classic Futsal Kediri dalam memberikan harga sewa yang sesuai, mempertahankan lokasinya dan memperbaiki serta menambah fasilitas untuk permainan futsal.

Sebagai bahan informasi dalam mengetahui seberapa besar pengaruh harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) Classic Futsal Kediri.

### **Saran**

#### **Bagi perusahaan**

Semakin baiknya strategi harga Classic Futsal Kediri, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Maka pemberian harga khusus seperti diskon atau *cash back* pada waktu tertentu bisa diterapkan.

Semakin baiknya lokasi Classic Futsal Kediri, maka akan semakin

tinggi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, agar Classic Futsal Kediri bisa melakukan survei jika diperlukan penambahan lapangan.

Semakin baiknya fasilitas yang diberikan oleh pihak manajemen Classic Futsal Kediri, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Selanjutnya, supaya fasilitas yang sudah ada agar senantiasa dirawat, ditambah jika ada fasilitas yang kurang, diperbaiki jika ada yang rusak, dan diperbaharui jika sudah tidak layak pakai.

#### **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa masih ada pengaruh lain di luar variabel yang ada dalam penelitian ini. Maka kepada para peneliti mendatang, supaya melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen dengan menambahkan jumlah variabel penelitian dan memasukkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen yang belum ada dalam penelitian ini, agar hasil penelitian dapat lebih maksimal.

#### **Bagi Konsumen Classic Futsal Kediri**

Setelah mengetahui pengaruh harga, lokasi dan fasilitas maka dapat menjadi pertimbangan untuk konsumen agar memilih Classic Futsal Kediri sebagai tempat futsal pilihan.



### Bagi UN PGRI Kediri

Sebagai referensi untuk tempat bermain futsal yang bisa digunakan dalam mendukung kegiatan belajar yang berada di luar area kampus. Dengan demikian bisa memanfaatkan informasi yang ada dari penelitian ini sebagai rekomendasi.

### Daftar Pustaka

- Ahror, Ubaidillah Al. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Milk Moo*. Skripsi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 3, Maret 2017. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya.
- Anwar, I. 2010. *Pengembangan Bahan Ajar: Bahan Kuliah Online*. Bandung: Direktori UPI.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Dutka. 2010. *Atribut-atribut dari Konsumen Secara Universal*. Jakarta: Glora Aksara Pertama.
- Firmansyah, Adhyatma. 2016. *Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo)*. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasyim, Daniel Lukman. 2016. *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Property Green Garden Resident di Kendal*. Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Indrastuty, Dini. 2011. *RPUL SMP*. Depok: Pusindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. (Edisi 13). United States of America: Pearson.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Laely, Nur .2017. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri*. JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen September 2016, Vol. 3 No.2. hal. 61 – 74. Kediri: Universitas Kadiri.



- Levy, Michael dan Barton A. Weitz. 2012. *Retailing Management*. New York: Amerika: McGraw-Hill/Irwin.
- Lupiyoadi dan Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Edisi Kedua). Jakarta: Salemba Empat.
- Mardizal, Im. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Futsal Simpang Haru Padang*. Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Padang: Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (Stkip) PGRI Sumatera Barat Padang.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.
- Nawari. 2010. *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Penerbit Gava Media Yogyakarta.
- Nirwana. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit Dioma.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pb, Triton. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Perspektif Partnership dan Kolektivitas*. Jakarta: Oryza.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Purnomo. 2012. *Sistem Analisis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business*. (Edisi 1 dan 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Subagyo, P. Joko. 2011. *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Cetakan Keenam. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulastiyono. Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, Ahmad Sani dan Masyhuri Mahfudz. 2010. *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supriyati. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Labkat Press.
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta: BPFEE.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2013. *Total Quality Manajemen*. (Edisi Revisi). Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.



\_\_\_\_\_. 2015. *Pemasaran  
Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Untoro, Joko. 2010. *Ekonomi*. Jakarta:  
Kawah Media.

Zhetaml, Valarie, Mary Jo Bitner,  
Dwayne D. Gremler. 2013.  
*Service Marketing*. McGraw-  
Hill International Edition.