

# Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Indo Futsal Kediri

Andri Sastrawan<sup>1</sup>, IGG Heru Marwanto<sup>2</sup>, Djunaedi<sup>3</sup>, Enny Sustiyatik<sup>4</sup>

Universitas Kadiri -<sup>1</sup>[andry.duatiga23@gmail.com](mailto:andry.duatiga23@gmail.com)

-<sup>2</sup>[herumawanto@unik-kediri.ac.id](mailto:herumawanto@unik-kediri.ac.id)

-<sup>3</sup>[djunaedi@unik-kediri.ac.id](mailto:djunaedi@unik-kediri.ac.id)

-<sup>4</sup>[enni\\_sustiyatik@unik-kediri.ac.id](mailto:enni_sustiyatik@unik-kediri.ac.id)

**Abstrak**— This study aims to determine the influence of service quality, facilities, price, and location on consumer satisfaction at Indo Futsal Kediri. The type of research used is quantitative, a method that describes in detail the object of study. The population in this study consists of 960 visitors to Indo Futsal Kediri in June 2022, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used is convenience/accidental sampling. Data collection methods include questionnaires, observation, documentation, and literature study. The data analysis methods used are validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial significance tests (t-test), simultaneous significance tests (f-test), and the coefficient of determination. The results of this study conclude that: (1) Service quality (X1), facilities (X2), price (X3), and location (X4) together (simultaneously) have a relationship with the dependent variable, which is consumer satisfaction (Y). (2) Service quality, when examined individually, does not have a significant relationship with the consumer satisfaction variable. This can be proven by the t-test result of -0.552, which is smaller than the t-table value of 0.677, with a significance level of 0.582, which is greater than 0.050.

**Keywords:** Service quality, facilities, price, location, consumer satisfaction.

## 1. PENDAHULUAN

Disebabkan oleh tren gaya hidup sehat yang mulai muncul di masyarakat saat ini, setiap orang mulai menjadi sangat tertarik pada olahraga. Tanpa disadari, semua orang membutuhkan olahraga setiap hari. Salah satunya adalah futsal. Salah satu olahraga yang disukai banyak orang di masyarakat adalah di daerah Kediri, bermain futsal kapan saja tanpa mengetahui cuaca karena dia berada di dalam ruangan. Untuk seseorang yang membutuhkan lapangan futsal untuk disewa, tempat untuk berbagi hobi dan bakat. Lapangan yang digunakan lebih kecil. dari pada lapangan sepak bola yang lebih kecil dan dengan pemain yang kurang.

Olahraga futsal adalah jenis olahraga yang dilakukan di dalam ruangan dan membutuhkan tempat. ukuran lapangan futsal standar jauh lebih kecil dari lapangan sepak bola. Jumlah pemain FIFA adalah lima banding lima, dan ukurannya adalah 15-25 juta kali 25-43 juta. sementara ukuran standar lapangan sepak bola FIFA adalah 64-75 M x 100. 110 juta dolar, dengan pertandingan sebelas melawan sebelas.

Lapangan futsal mulai dilirik untuk dibangun. Melihat peluang pasar yang menjanjikan, banyak pelaku memutuskan untuk membuat bisnis. perusahaan Kediri yang mulai ikut meramaikan industri olahraga, khususnya pada divisi olahraga futsal. Futsal adalah salah satu jenis olahraga yang sedang populer yang memaksa bisnis untuk memaksimalkan kinerja bisnisnya untuk tetap bersaing. Ketatnya persaingan di industri jasa Khususnya, layanan penyewaan lapangan futsal saat ini telah berkembang. yang sangat cepat, dan tempat saat ini semakin banyak

Bisnis di Kediri yang menyewakan lapangan futsal harus lomba untuk berpartisipasi. Pelaku bisnis diharuskan untuk berfokus pada kepuasan. Perusahaan harus memperhatikan konsumen sebagai tujuan utama dan memberikan harga yang murah, lokasi strategis, fasilitas yang memadai, dan layanan berkualitas tinggi lebih baik dari pesaingnya, meningkatkan minat pelanggan. jika pelanggan merasa puas dengan produk perusahaan. Dalam lingkungan bisnis, hal ini biasanya terjadi adalah pelanggan akan terus menyewa dan menjadi pelanggan tetap perusahaan terdaftar.

Olahraga ini baru di Indonesia pada tahun 1998-1999 dan Masyarakat mulai dikenal pada tahun 2000-an, tetapi saat ini telah berkembang pesat di masyarakat, baik di kalangan generasi muda maupun tua. sebagai contoh bukti perkembangan olahraga, futsal saat ini memiliki induk nasional yang dikenal sebagai Federasi Futsal Indonesia (FFI).

Indo Futsal Kediri adalah lokasi futsal yang tersedia dari pukul 08.00 sampai jam 24.00, lapangan futsal mulai tersebar luas di beberapa tempat tahun terakhir, dan dapat diakses di setiap kota di Indonesia, Khususnya di Kediri, ini juga dapat menunjukkan pertumbuhan perusahaan. Arena futsal

di Indo Futsal Kediri berkembang pesat. cepat. Lapangan saat ini tidak hanya tempat bermain futsal, tetapi juga dibangun, tetapi juga memiliki fasilitas pendukung di mana-mana lebih lengkap. Pengelola arena futsal telah mulai mengembangkan fasilitas pendukung seperti foodcourt dan wifi dalam penyediaan sarana pendukung. Sekarang bahkan di beberapa tempat arena futsal

Masalah dan pusat refleksi memiliki banyak fasilitas, termasuk billiard, kafe, dan uang. changer, kamar pribadi untuk karaoke, locker, dan shower yang dapat diubah menjadi tempat nonton untuk 15-20 orang. Tarif Bisnis jasa lapangan futsal sangat bersaing dari tarif yang ditawarkan oleh setiap perusahaan penyewaan lapangan futsal. Setiap lapangan futsal memiliki jumlah pengunjung tertentu. Setiap lapangan futsal yang disewakan di Kediri memiliki fasilitas yang tersedia. yang sangat memadai dengan memberikan keuntungan khusus, seperti

Indo Futsal Kediri melakukannya dengan menggunakan kantin dan ruang ganti. membuat lapangan futsal berbeda dengan tempat penyewaan lainnya. Bisnis penyewaan lapangan futsal menyaksikan peningkatan persaingan. Dengan demikian, harga penyewaan lapangan meningkat. salah satu komponen yang harus diperhatikan dengan cermat oleh pengelola bisnis. Harga yang diberikan kepada pelanggan dan konsumen menjadi digunakan sebagai bagian dari strategi persaingan. Bagi bisnis

Harga futsal adalah masalah sensitif. meningkatkan keberlangsungan bisnis ini. Harga harus diperhitungkan oleh pengelola untuk melindungi pelanggannya jika harga yang ditawarkan Konsumen akan kehilangan minat pada produk yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Orang yang ingin menyewa mungkin tidak tertarik untuk membeli karena harga yang tinggi. lapangan futsal sementara, jika harganya terlalu murah, dapat juga merugikan organisasi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Md. Moshiur et al. (2019) tentang "Pengaruh Kualitas dan Harga Layanan pada Pelanggan" Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh besar pada tingkat kepuasan pelanggan. Tidak sama dengan Dalam penelitian ini, variabel lokasi tidak digunakan, tetapi menggunakan studi kasus tentang kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan harga restoran yang terletak di Khulna Division.

Hal ini sesuai dengan penelitian Sarini Kodu (2018) tentang "Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan" Hasil: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. Studi menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan layanan berpengaruh secara signifikan pada keputusan baik secara keseluruhan maupun sebagian pengadaan. Dibandingkan dengan penelitian ini, variabel ini tidak digunakan. lokasi, fasilitas, dan kepuasan pelanggan akan tetapi menggunakan kualitas pilihan produk dan pembelian, studi kasus pembelian mobil Toyota avancar.

Lokasi dapat menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih besar daripada hanya harga. konsumen. Lokasi yang tepat dapat menghasilkan nilai yang lebih besar, lokasi yang mudah diakses dan dapat memudahkan pelanggan untuk pergi ke lokasi, lokasi yang secara strategis dapat meningkatkan penjualan penyewaan.

Misalkan lokasinya di pinggir jalan, maka dapat dengan mudah dilihat atau dikenal oleh masyarakat, sehingga masyarakat yang ingin menyewa Lapangan futsal dapat dengan mudah mencari penyewaan. futbol.

Selain lokasi yang strategis, fasilitas juga berkontribusi pada menghasilkan pelanggan. Fasilitas adalah alat yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan aktivitas. Karena suatu jasa tidak sifat fisik yang dapat dilihat, dicium, dan dirasakan, maka menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Fasilitas juga penting. fasilitas yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan membuat pelanggan puas, tetapi jika fasilitas buruk, pelanggan akan tidak puas dan merasa dirugikan.

Ini sesuai dengan hasil penelitian Ratria P. Menurut Budiendra dan Harimukti Wandebo (2019), "Pengaruh Facility and Service Quality on Student Satisfaction at Faculty of Pharmacy Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor, yaitu kualitas layanan dan secara bersamaan, fasilitas memberikan dampak sebesar 45,9% pada Kepuasan Pelajar

Ini sesuai dengan hasil penelitian Satrika Moha dan Sjendry Loindong (2021) tentang "Analisis Kualitas Pelayanan" dan Kepuasan Pelanggan di Hotel Yuta City Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan dan fasilitas berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan. Diferensiasi dari studi ini adalah tidak menggunakan variabel harga dan lokasi dan meneliti kasus pada Hotel Yuta terletak di Manado, Indonesia.

Bahkan jika Anda memiliki fasilitas yang bagus, layanan yang Anda berikan harus berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta penyampaian yang tepat untuk mengimbangi harapan

klien. Selain itu, Indo Futsal Kediri menyediakan layanan fasilitas yang cukup memanjakan pelanggannya. peningkatan kualitas Banyak pelayanan diberikan di setiap lini. Jika tanah Parkir, kantin, toilet, dan mushola ada di mana-mana. di setiap area futsal. Ada studio band, kolam renang, dan tempat duduk

Salah satu komponen peningkatan kualitas pelayanan terhadap adalah rekreasi. Indo Futsal Kediri menawarkan pengalaman pelanggan yang berbeda dari tempat lain. Salah satu komponen utama untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan suatu perusahaan. Akibatnya, Bisnis penyewaan lapangan futsal harus terus berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan dengan sehingga dapat memberikan kepuasan unik kepada pelanggan, dengan Setelah itu, pelanggan akan tetap setia kepada Indo Futsal Kediri. Target konsumen berdasarkan pesan yang diberikan oleh penjual, orang lain, teman, dan sumber lainnya. Jika penjual menjanjikan suatu produk yang memiliki jumlah yang berlebihan yang tidak dapat dirasakan oleh konsumen

Jika tidak ada kepuasan pelanggan, harapan mereka tidak akan terpenuhi. Ini sesuai dengan hasil penelitian Nguyen Menurut Hue Minh et al. (2019), "Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan" Hasil penelitian yang disebut "Kepuasan: Sebuah Studi Kasus Industri Hotel di Vietnam" menunjukkan bahwa integritas, tanggung jawab, keyakinan, dan empati secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Reza Dimas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan" ditulis oleh Sigit dan Farah Oktafani pada tahun 2019. terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Futsal Lapangan (Studi Kasus IFI)

Hasil studi menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan, dengan persentase pengaruh sebesar 5,9%, sedangkan 94,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar kualitas pelayanan yang tidak diletih dalam penelitian ini seperti gambar merek, biaya, lokasi, dan faktor lainnya Diferensiasi dari studi ini adalah tidak menggunakan variabel fasilitas, harga, lokasi, dan studi kasus ini berkaitan dengan IFI Futsal Bandung sebagai subjek studi kasus.

Oleh karena itu, seperti yang diantisipasi, persaingan selanjutnya tidak hanya rivalitas tidak hanya pada kualitas layanan, tetapi juga pada faktor lain harga, lokasi, dan fasilitas karena dengan meningkatkan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan berbeda dalam memilih industri yang ada. Kualitas layanan, biaya,

Keberhasilan suatu organisasi dipengaruhi oleh lokasi dan fasilitas. perusahaan yang menawarkan jasa seperti ini, jadi sebagai produsen, perusahaan harus memberikan layanan terbaik kepada setiap pelanggannya, pada harga yang terdekat, lokasi yang tepat, dan fasilitas yang memadai dan melakukan tindakan pemasaran yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Karena salah satu masalah penting dalam dunia bisnis adalah semua hal yang mendorong pelanggan untuk menyewa area futsal yang ditawarkan oleh organisasi. Dengan mempertimbangkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi di Indo Futsal Kediri dibandingkan dengan kepuasan pelanggan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu metode yang menguraikan secara mendetail tentang suatu yang menjadi obyek penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan lain sebagainya.

Populasi pada penelitian ini menggunakan estimasi rata-rata pengguna lapangan sejumlah 15 orang persatu kali permainan, maka dari jadwal yang didapatkan oleh peneliti dari Indo Futsal Kediri, jumlah pengunjung di bulan Juni sebanyak 960 orang. Sampel pada penelitian ini mengambil konsumen Indo Futsal Kediri daerah Kediri yang berjumlah 100 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Convenience/Accidental Sampling.

Variabel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan landasan teori yaitu: kualitas layanan, fasilitas, harga, lokasi, dan kepuasan konsumen. Metode Pengumpulan Data yang digunakan adalah Kuisioner atau Angket, Observasi, Dokumentasi, Studi Pustaka.

Uji Instrumen Penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Dan untuk Teknik Analisis Data yang digunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisi Regresi Linier Berganda, Uji ttest (Uji Parsial), Uji Ftest (Uji Simultan), dan Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### Uji Validitas

##### Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,582	0,164	Valid
X1.2	0,708	0,164	Valid
X1.3	0,776	0,164	Valid
X1.4	0,607	0,164	Valid
X1.5	0,513	0,164	Valid

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasar pada tabel di atas untuk variabel X1 dapat simpulkan semua pernyataan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel = 0,164. Hasil dari data kuesioner dinyatakan valid dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

##### Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,641	0,164	Valid
X2.2	0,734	0,164	Valid
X2.3	0,786	0,164	Valid
X2.4	0,718	0,164	Valid
X2.5	0,726	0,164	Valid
X2.6	0,586	0,164	Valid

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasar pada tabel di atas untuk variabel X2 dapat simpulkan semua pernyataan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel = 0,164. Hasil dari data kuesioner dinyatakan valid dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya

##### Uji Validitas Variabel Harga (X3)

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,861	0,164	Valid
X3.2	0,709	0,164	Valid
X3.3	0,848	0,164	Valid
X3.4	0,795	0,164	Valid

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasar pada tabel di atas untuk variabel X3 dapat simpulkan semua pernyataan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel = 0,164. Hasil dari data kuesioner dinyatakan valid dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

##### Uji Validitas Variabel Lokasi (X4)

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X4.1	0,721	0,164	Valid
X4.2	0,680	0,164	Valid
X4.3	0,599	0,164	Valid
X4.4	0,700	0,164	Valid
X4.5	0,695	0,164	Valid
X4.6	0,629	0,164	Valid
X4.7	0,626	0,164	Valid
X4.8	0,743	0,164	Valid

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasar tabel di atas, variabel X4 dapat disimpulkan semua pernyataan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel = 0,164. Hasil dari data kuesioner dinyatakan valid dapat

digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### **Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

**Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,821	0,164	Valid
Y.2	0,829	0,164	Valid
Y.3	0,797	0,164	Valid
Y.4	0,669	0,164	Valid

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas untuk variabel Y dapat disimpulkan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel = 0,164, sehingga hasil dari data kuesioner dinyatakan valid dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### **Uji Reliabilitas**

Adapun hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

**Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> )	0,641	0,6	Reliabel
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	0,791	0,6	Reliabel
Harga (X <sub>3</sub> )	0,817	0,6	Reliabel
Lokasi (X <sub>4</sub> )	0,828	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,777	0,6	Reliabel

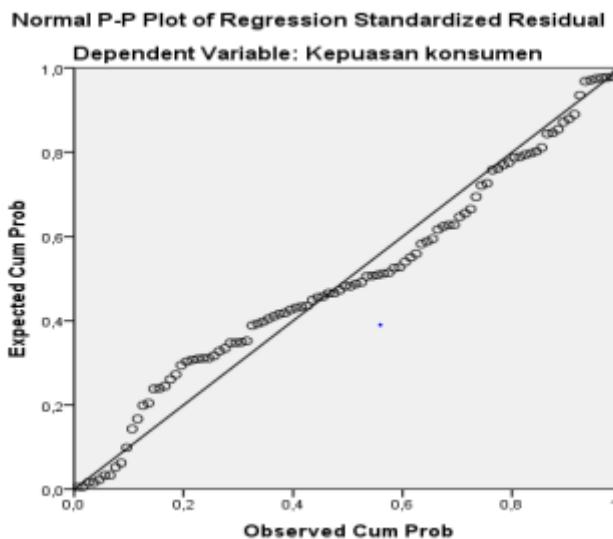
Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), lokasi (X4) dan kepuasan konsumen (Y) lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan data telah reliabel yang berarti bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

#### **Uji Normalitas**

Untuk dapat menguji normalitas model regresi, penelitian ini menggunakan metode Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.

**Gambar 1 Uji Normalitas P-Plot**



Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Pada gambar di atas, hasil uji normalitas pada gambar grafik terlihat bahwa penyebaran data

(titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Di samping menggunakan uji grafik dilengkapi dengan uji statistik, salah satunya dengan menggunakan uji statistik nonparametrik Kolmogorof-Smirnov. Jika hasil K-S mempunyai nilai  $p > 0,05$ , maka dapat dikatakan unstandardized residual normal. Hasil uji tersebut disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,51575772
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,072
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,014 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,014 lebih dari pada signifikansi yang telah ditentukan yakni 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal

### Uji Multikolonieritas

**Tabel 8 Hasil Uji Multikolonieritas****Coefficients\***

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,152	3,037		2,684	,009		
Kualitas layanan	-,047	,085	-,054	-,552	,582	,938	1,066
Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000	,909	1,101
Harga	,050	,076	,065	,663	,509	,936	1,069
Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020	,917	1,091

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

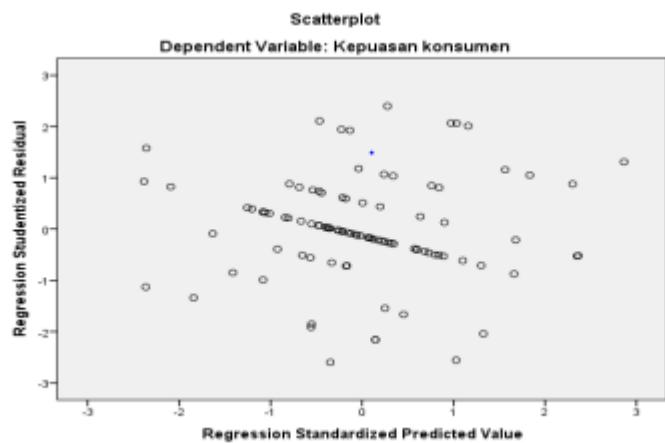
Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai VIF pada variabel kualitas layanan sebesar  $1,066 < 10$ . Nilai VIF pada fasilitas sebesar  $1,101 < 10$ . Nilai VIF pada variabel harga sebesar  $1,069 < 10$ . Nilai VIF pada variabel lokasi sebesar  $1,091 < 10$ . Tolerance pada variabel kualitas layanan  $0,938 > 0,10$ . Tolerance pada variabel fasilitas  $0,909 > 0,10$ . Tolerance pada variabel harga  $0,936 > 0,10$ . Tolerance pada variabel lokasi  $0,917 > 0,10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki  $VIF < 10$  dan tolerance  $> 0,10$ . Maka dalam model ini tidak terjadi multikolinearitas dan layak menggunakan model regresi berganda.

### Uji Heteroskedestisitas

Berikut hasil scatterplot yang didapatkan dari output SPSS.

**Gambar 2 Uji Heteroskedestisitas**



Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan uji heteroskedastisitas di atas, pada gambar scatterplot menunjukkan bahwa data menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Sehingga peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam model ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8,152	3,037		2,684	,009
Kualitas layanan	-.047	,085	-,054	-,552	,582
Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000
Harga	,050	,076	,065	,663	,509
Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, makadapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 8,152 - 0,047 X_1 + 0,293 X_2 + 0,050 X_3 + 0,135 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi kualitas layanan

$\beta_2$  = Koefisien regresi fasilitas

$\beta_3$  = Koefisien regresi harga

$\beta_4$  = Koefisien regresi lokasi

X<sub>1</sub> = kualitas layanan

X<sub>2</sub> = fasilitas

X<sub>3</sub> = harga

X<sub>4</sub> = lokasi

e = Estimasi error

Dari hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari kedua variabel bebas ( $\beta_2, \beta_3, \beta_4$ ) bertanda positif (+) hal ini berarti bahwa bila variabel fasilitas (X<sub>2</sub>), harga (X<sub>3</sub>), dan lokasi (X<sub>4</sub>) terpenuhi mengakibatkan kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sebaliknya koefisien regresi variabel kualitas layanan ( $\beta_1$ ) bertanda negatif (-) hal ini berarti bahwa bila variabel kualitas layanan (X<sub>1</sub>) terpenuhi akan mengakibatkan kepuasan konsumen akan menurun. Nilai  $\alpha$  sebesar 8,152 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel

kepuasan karyawan belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu varibabel kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4). Jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa: a. Apabila nilai variabel yang terdiri dari kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) mempunyai nilai nol, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan tetap sebesar 8,152 karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 8,152. b. Nilai koefisien kualitas layanan (X1) sebesar -0,047 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) tidak memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel kualitas layanan, maka akan terjadi penurunan sebesar 0,047 pada variabel kepuasan konsumen. c. Nilai koefisien fasilitas (X2) sebesar 0,293 menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X2) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel fasilitas, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,293 pada variabel kepuasan konsumen. d. Nilai koefisien harga (X3) sebesar 0,050 menunjukkan bahwa variabel harga (X3) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel harga, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,050 pada variabel kepuasan konsumen. e. Nilai koefisien lokasi (X4) sebesar 0,135 menunjukkan bahwa variabel lokasi (X4) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel lokasi, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,135 pada variabel kepuasan konsumen

#### **Uji ttest (Uji Parsial)**

**Tabel 11 Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8,152	3,037		2,684	,009
Kualitas layanan	-,047	,085	-,054	-,552	,582
Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000
Harga	,050	,076	,065	,663	,509
Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji t dengan SPSS yang disajikan pada tabel 4.18 di atas, maka diketahui bahwa kualitas layanan (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar -0,552 lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,582 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima. Nilai t hitung untuk variabel fasilitas (X2) sebesar 4,214 lebih besar dari t hitung sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Artinya Ho ditolak dan Ha diterima. 100 Nilai t hitung untuk variabel harga (X3) sebesar 0,663 lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,509 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Artinya Ho diterima dan Ha ditolak. Nilai t hitung untuk variabel lokasi (X4) sebesar 1,759 lebih besar dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,020 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Artinya Ho ditolak dan Ha diterima.

#### **Uji Ftest (Uji Silmultan)**

**Tabel 12 Hasil Uji F****ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	43,135	4	10,784	4,504	,002 <sup>b</sup>
Residual	227,455	95	2,394		
Total	270,590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas layanan, Harga, Fasilitas

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 4,504 lebih besar dari F table 2,466 dan tingkat signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05..

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 13 Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,399 <sup>a</sup>	,159	,124	1,54734

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas layanan, Harga, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Dari tabel di atas, hasil menunjukkan adjusted R square sebesar 0,124 atau 12,4%. Artinya bahwa variabel kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 12,4%. Sisanya sebanyak 87,6% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kepuasan pelanggan tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel kualitas layanan secara parsial. Berdasarkan hasil uji t dengan SPSS yang disajikan pada tabel di atas, hasil hitung t sebesar -0,552 lebih rendah dari t tabel sebesar 0,677, dan tingkat signifikansi 0,582 lebih tinggi dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen secara parsial tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas layanan. Akibatnya, hipotesis Ho ditolak dan hipotesis Ha diterima. Hasil tersebut tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irianif Sani (2022) pada PT. Asuransi Jasa Indonesia 103 Cabang Medan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang nyata, kepercayaan, responsif, dan jaminan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas layanan empati berdampak negatif terhadap kepuasan konsumen. Besar pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah 78,5%, dengan nilai R Square 0,785.

#### Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel fasilitas. Variabel fasilitas (X2) memiliki nilai t hitung 4,214 yang lebih besar dari nilai t tabel 0,677, dan tingkat signifikansi adalah 0,000 di bawah 0,050. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki hubungan yang signifikan secara parsial dengan variabel kepuasan pelanggan. Itu berarti Ho ditolak, dan Ha diterima. Studi sebelumnya oleh Mutiara Nur (2021) menemukan bahwa kepuasan pelanggan di Travellers Hotel Jakarta dipengaruhi secara parsial dan simultan oleh fasilitas dan kualitas pelayanan.

#### Pengaruh Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kepuasan pelanggan tidak secara signifikan berkorelasi dengan variabel harga secara parsial. Untuk variabel harga (X3), nilai t hitung adalah 0,663, yang lebih rendah dari nilai t tabel

sebesar 0,677, dan tingkat signifikansi adalah 0,509, yang lebih rendah dari 0,050. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen secara parsial tidak dihubungkan dengan variabel harga. Ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak. Hasil penelitian sebelumnya oleh Ria Setiawati (2018) berbeda dengan ini. Dalam penelitian sebelumnya, dia menemukan bahwa kepuasan konsumen sebesar 57,6% dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan secara keseluruhan, dan variabel lain selain harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi 34,13%.

#### **Pengaruh Lokasi (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Variabel kepuasan pelanggan berkorelasi secara parsial dengan variabel lokasi. Untuk variabel lokasi (X4), nilai t hitung 1,759 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 0,677, dan tingkat signifikansi 0,020 lebih besar dari 0,050. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Itu berarti  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima. Penelitian sebelumnya oleh Resti Tarinda (2018) berjudul Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Scissors Barbershop Malang menunjukkan bahwa pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan sebesar 56,2 persen terhadap kepuasan pelanggan di Scissors Barbershop Malang, sementara variabel tambahan sebesar 43,8 persen dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian.

#### **Hubungan Kualitas Layanan (X1), Fasilitas (X2), Harga (X3) dan Lokasi (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Sekarang kita tahu bahwa variabel dependen, kepuasan konsumen (Y), dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) ketika mereka bekerja sama. Dari tabel di atas, hasil menunjukkan bahwa ada adjusted R square sebesar 0,124, atau 12,4%, yang berarti bahwa variabel kualitas layanan, fasilitas, harga, dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 12,4%. Hasil olahan data ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) cukup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), sedangkan fakta bahwa variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Indo Futsal Kediri memberikan layanan yang baik kepada pelanggannya, tetapi masih ada ruang untuk peningkatan. Layanan yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Indo Futsal Kediri memiliki fasilitas yang baik dan telah menerima penilaian yang baik di angket.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) secara kolektif (simultan) memiliki hubungan dengan variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y). Hasil menunjukkan adjusted R square sebesar 0,124 atau 12,4%. Ini menunjukkan bahwa variabel seperti kualitas layanan, fasilitas, harga, dan lokasi memiliki pengaruh sebesar 12,4% terhadap kepuasan pelanggan. Sisanya sebesar 87,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan secara parsial dengan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t sebesar -0,552, lebih kecil dari nilai t kritis 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,582, lebih besar dari 0,050. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama tidak terbukti. Kualitas layanan di Indo Futsal Kediri sudah baik, yang dibuktikan dengan nilai tinggi yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada pelanggan.

Fasilitas secara parsial memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t untuk variabel fasilitas (X2), yaitu 4,214, lebih besar dari nilai t kritis 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,050. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua telah terbukti.

Harga tidak memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indo Futsal Kediri. Nilai t hitung untuk variabel harga (X3) adalah 0,663, lebih kecil dari nilai t kritis 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,509, yang lebih besar dari 0,050. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga tidak terbukti. Harga yang ditetapkan di Indo Futsal Kediri dianggap memadai oleh pelanggan.

Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Indo Futsal Kediri. Nilai t hitung untuk variabel lokasi (X4) adalah 1,759, lebih besar dari nilai t tabel 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,020, yang lebih besar dari 0,050. Ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat telah terbukti. Lokasi Indo Futsal Kediri cukup strategis karena mudah diakses dari berbagai arah.\*\*

## Saran

Berikut adalah beberapa saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan temuan penelitian:\*\*

### 1. Untuk Perusahaan

- Berdasarkan temuan penelitian, nilai yang tinggi diperoleh untuk variabel kualitas layanan dengan mendistribusikan kuesioner langsung kepada pelanggan di Indo Futsal Kediri. Namun, perusahaan harus tetap berkomitmen untuk menjaga kualitas layanannya, baik dari segi karyawan maupun layanan langsung yang diberikan kepada pengguna lapangan Indo Futsal Kediri.
- Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indo Futsal Kediri, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian yang mendistribusikan kuesioner langsung kepada pengguna lapangan Indo Futsal Kediri.
- Harga memiliki nilai tinggi berdasarkan kuesioner langsung kepada pengguna lapangan Indo Futsal Kediri. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga stabilitas harga agar sesuai dengan daya beli konsumen.
- Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indo Futsal Kediri, seperti dijelaskan dalam penelitian yang mendistribusikan kuesioner langsung kepada pengguna lapangan Indo Futsal Kediri. Lokasi Indo Futsal Kediri strategis dan mudah ditemukan oleh pengguna.

### 2. Untuk Akademisi

Diharapkan penelitian selanjutnya tidak hanya berfokus pada variabel seperti kualitas layanan, fasilitas, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan, tetapi juga memasukkan variabel lain seperti citra merek, promosi, atau menggunakan indikator lain dalam studi lebih lanjut untuk memperkaya referensi ilmiah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Azalea. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Vol 7, No 4. JEE Jurnal Edukasi Ekobis. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JEE/article/view/18322>
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung:Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2021. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2019. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: Media Utama.
- Istiyono, F. O., Djunaidi, D., & Laely, N. (2024). Pengaruh Layanan, Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Ghantama Futsal Kediri Pada Kepuasan Pelanggan. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 5(2), 6930-6945.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2018. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2019. Manajemen Pemasaran 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat Dan A. Hamdani. 2021. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta:Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2019. Manajemen Pemasaran Jasa – Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat, Jakarta.
- Nur, Mutiara. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. Vol 5, No 1. Jurnal Pemasaran Kompetitif. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/10151>
- Ratnasari, Ririn Tri Dan Mastuti H. Aksa. 2021. Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Ghalia.
- Riduwan dan Akdon. 2018. Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Bandung:Alphabet.
- Sani, Arianif. 2022. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Asuransi Jasa Indonsia Cabang Medan. Vol 5, No 1. JESYA Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/580>
- Setiawati, Ria. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprapto No 11 Mojoroto Kediri. Vol 1, No 2. JIMEK Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/316>
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bangdung:Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2019. Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Bandung:Alfabeta.

- ..... 2021. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Bandung:Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2019. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Caps (Center For Academic Publishing Service).
- Sustiyatik, E., & Setiono, B. A. (2019). Pengaruh Product, Price, Promotion, dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen. Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan, 10(1), 75-84.
- Tarinda, Resti. 2018. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Scissors Barbershop Malang. Vol 4, No 1. Jurnal Aplikasi Bisnis.  
<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/173>
- Tjiptono, Fandy. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: C.V Andi Offset