

**PENGARUH LOKASIDAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMENPADA QALBU SALIM (QS) FUTSAL
MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

WIBI ADITYA WIJAYA

NPM: 14.832.0024



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI& BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2018

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan
Nama : WIBI ADITYA WIJAYA
NPM : 14.832.0024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh
Komisi
Pembimbing


H. Amrin Mulia Nasution, SE, MM
Pembimbing I


Adelina Lubis, SE, M.Si
Pembimbing II




Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si
Dekan


Adelina Lubis, SE, M.Si
Ka. Prodi/WD I

Tanggal Lulus : 2018

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Apakah Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sebanyak 300 konsumen. Dan dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden diambil dari sebagian populasi.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} pada variabel lokasi sebesar 5.168 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.665 dengan probabilitas t yakni sig 0,001 lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan nilai tersebut maka variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Pada variabel fasilitas sebesar 4.087 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.665 dengan probabilitas t yakni sig 0,009 lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,05, maka variabel fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji F maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 56.969 > 3.12 dengan sig $0,000 < \alpha_{0,05}$, menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti lokasi dan fasilitas secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,602. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) = $R^2 \times 100\%$, sehingga diperoleh KD = 60,2%. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 60.2% kepuasan konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh lokasi dan fasilitas. Sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Lokasi, Fasilitas, dan Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine "What Location and Facilities Against Customer Satisfaction At Qalbu Salim (QS) Futsal Medan". This type of research is associative is a research that is asking the relationship between two variables. The population in this study is all consumers as many as 300 consumers. And by using the slovin formula technique, then the number of samples in this study as many as 75 respondents taken from some population.

Based on t test results can be seen that t arithmetic on the location variable of 5.168 is greater than t table of 1665 with the probability t ie sig 0.001 is smaller than the limit of significance of 0.05. Based on these values, the location variables have a positive and significant effect on the variable of customer satisfaction. At facility variable equal to 4,087 bigger than t table equal to 1,665 with probability t ie sig 0,009 smaller than limit of significance equal to 0,05, hence facility variable partially have positive and significant influence to variable of consumer satisfaction. Based on F test result, it is obtained Fcount value of 56.969 > 3.12 with sig 0,000 < α 0,05, shows Ho rejected and Ha accepted, means location and facility simultaneously have positive and significant effect to consumer satisfaction variable. R Square value obtained for 0.602. To see the great influence of independent variables on dependent variable by calculating the coefficient of determination (KD) = $R^2 \times 100\%$, so obtained KD = 60.2%. This figure shows that 60.2% of customer satisfaction (dependent variable) can be explained by location and facility. The balance of 39.8,% is influenced by other factors not described in this study.

Keywords: Location, Facilities, and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk do'a maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua saya Bapak Ir. Bambang Suwanto Hadi Wijaya & Ibu Surya Repelita yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya dalam bentuk doa maupun materi dalam penyusunan membantu menyusun susunan skripsi ini dan studi yang saya tempuh.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, M.Si, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area sekaligus Pembimbing II sayayang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.
5. Bapak H. Amrin Mulia U Nasution SE, MM Selaku Dosen Pembimbing I yang telah Meluangkan waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.

6. Ibu Dra, IsnaniahLks, MMA Selaku Dosen Seketris yang telah Meluangkan waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
9. Buat sahabat-sahabatku yang tidak bisadisebutkansatupersatunamanya yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Semua teman-teman stambuk 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Areayang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya.

Medan, Juli 2018

Wibi AdityaWijaya
14.832.0024

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Kata Pengantar	iii
Daftar isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
2.1.Lokasi	
2.1.1. Pengertian Lokasi.....	5
2.1.2. Faktor Pemilihan Lokasi	5
2.1.3. Indikator Lokasi	6
2.2. Fasilitas	
2.2.1. Pengertian Fasilitas	7
2.2.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas	7
2.2.3. Indikator Fasilitas	8
2.3. Kepuasan	
2.3.1. Pengertian Kepuasan.....	9
2.3.2. Peranan Kepuasan.....	10
2.3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan	10
2.3.4. Indikator kepuasan.....	12

2.4. Penelitian Terdahulu	15
2.6. Kerangka Konseptual	16
2.7. Hipotesis.....	17

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.2. Populasi dan Sampel	19
3.3. Definisi Operasional.....	20
3.4. Jenis dan Sumber Data	21
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6. Teknik Analisis Data.....	23

BAB IV: PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	28
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	28
4.1.2. Struktur Organisasi.....	29
4.1.3. Penyajian Data Responden.....	30
4.1.4. Penyajian Data Angket Responden.....	30
4.2. Pembahasan	
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas	35
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	38
4.2.3. Uji Statistik	43
4.2.4. Uji Hipotesis	44
4.2.5. Koefisien Determinasi	46
4.2.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	47

BAB V: KESIMPULAN & SARAN

5.1.Kesimpulan.....	51
5.2.Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul/Teks	Halaman
Tabel II.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel III.1	Rincian Waktu Penelitian	18
Tabel III.2	Operasional variabel	21
Tabel III.3	Instrument Skala Likert	22
Tabel IV.1	Usia Responden	30
Tabel IV.2.	Tabulasi Data Responden Variabel lokasi (X1)	31
Tabel IV.3	Tabulasi Data Responden Variabel fasilitas (X2).....	34
Tabel IV.4	Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan(Y).....	35
Tabel IV.5	Estimasi Uji Validitas.....	36
Tabel IV.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y	37
Tabel IV.7	Uji Multikononlinearitas.....	41
Tabel IV.8	Analisis Linear Berganda.....	44
Tabel IV.9	Uji Parsial (Uji t).....	45
Tabel IV.10	Uji Simultan (Uji F).....	46
Tabel IV.11	Koefisien Determinasi	47

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul/Teks	Halaman
Gambar II.1	Kerangka Konseptual.....	17
Gambar IV.1	Struktur Organisasi	29
Gambar IV.2	Histogram.....	39
Gambar IV.3	Normal <i>Probability Plot</i>	40
Gambar IV.4	Grafik <i>scatterplot</i>	42



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Futsal merupakan jenis olahraga tim yang di mainkan oleh dua tim yang beranggotakan lima orang dalam satu tim termasuk penjaga gawang. QS Futsal memiliki ukuran lapangan 25 x 15 meter Lokasi QS Futsal yang berada di Jalan Setia Budi, Ringroad. Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2008). Pelanggan akan merasa puas apabila produk yang di belinya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan yang ingin dicapai oleh pelanggan tersebut. Apabila pelanggan telah merasa puas atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka pelanggan tersebut akan selalu tetap memakai produk yang ditawarkan perusahaan dan bahkan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi, yang menghasilkan pembelian ulang yang tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan yang tinggi juga.

Faktor lokasi merupakan faktor bersaing dalam usaha menarik dan mendapatkan kepuasan konsumen. Perusahaan-perusahaan menggunakan menggunakan aneka ragam metode untuk menentukan lokasi, termasuk perhitungan transportasi, penelitian yang didasarkan pada kebiasaan belanja konsumen, metode analisis lokasi, dan sebagainya.dalam pemilihan sebuah lokasisangat di perlukan pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (akses), akan tetapi permasalahan kurangnya kemudahan untuk dijangkau dengan sarana

transportasi umum yang melewati QS Futsal Medan Selain faktor lokasi, faktor fasilitas sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara umum dalam membedakan satu perusahaan jasa dengan yang lain yaitu dilihat dari seberapa besar perusahaan memberikan pelayanan seperti fasilitas dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Fasilitas yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan merupakan dua faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan. Jika fasilitas diterima melampaui harapan pelanggan maka fasilitas dipersepsikan ideal, sebaliknya jika fasilitas yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka fasilitas dipersepsikan buruk, ini sangat menentukan dalam kepuasan konsumen.

Berdasarkan survey terdahulu yang ditemukan peneliti dalam permasalahan lokasi dan fasilitas yang dilihat dilapangan adalah Lokasi QS Futsal yang berada di pinggir jalan sehingga kurang tersedianya tempat parkir yang luas, menjadi kelemahan tersendiri di banding dengan usaha futsal lainnya sehingga membuat konsumen merasa tidak puas. Karena dengan lokasi yang strategis maka akan semakin banyak orang yang melewati lokasi tersebut sehingga semakin besar pula kemungkinan atau presentase orang datang yang akan memuaskan konsumen. Selain lokasi masalah tentang fasilitas yaitu bahwa konsumen yang datang ada yang berpendapat kurang puas dikarenakan adanya fasilitas pelayanan yang kurang baik seperti ruang tunggu yang kurang nyaman dan kamar mandi yang agak kurang bersih. Setiap konsumen lapangan futsal akan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, namun demikian kenyataan yang ditemukan di setiap jasa lapangan futsal masih banyak yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin meneliti apakah benar seorang konsumen benar-benar memperhatikan lokasi dan fasilitas konsumen dalam kepuasan. Dan apakah memang lokasi dan fasilitas berpengaruh dalam kepuasan konsumen, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah lokasi berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan?
2. Apakah fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan?
3. Apakah lokasi dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar fasilitas pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan lokasi dan fasilitas yang berkaitan dengan pengaruh terhadap kepuasankonsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan bagi pihak peneliti sendiri sebagai pembelajaran dan pengalaman.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan dapat memberikan kontribusi dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen melalui fasilitas dan lokasi sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan

3. Bagi akademisi

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasankonsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.

4. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide – ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan organisasi atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1. Lokasi

2.1.1. Pengertian Lokasi

Menurut Kasmir (2011:140), lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung. Menurut Swastha (2009:59), lokasi adalah tempat di mana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

2.1.2. Faktor Pemilihan Lokasi

Menurut Tjiptono (2011:117), ada beberapa faktor pemilihan tempat lokasi yaitu:

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum
- b. Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
- c. Lalu-lintas menyangkut dua pertimbangan utama :
 - 1) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya dorongan pembelian (*impulse buying*) yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.

- 3) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 4) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- 5) Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

2.1.3. Indikator Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (2008:58) dalam penelitian Aprih Santoso dan Sri Widowati (2011: 183) variable lokasi lebih memakai indikator berikut :

- a. Keterjangkauan lokasi. misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum
- b. Kelancaran akses menuju lokasi, misalnya kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
- c. Kedekatan lokasi, misalnya lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- d. Fasilitas parkir, untuk kota-kota besar, pertokoan atau pusat perbelanjaan yang memiliki fasilitas parkir yang memadai dapat menjadi pilihan yang lebih baik bagi peritel dibandingkan dengan pertokoan dan pusat belanja yang fasilitasnya tidak memadai.
- e. Transportasi umum, transportasi umum yang banyak melintas di depan pusat perbelanjaan akan memberi daya tarik yang lebih tinggi karena membantu konsumen dengan mudah langsung masuk ke area perbelanjaan.

2.2. Fasilitas

2.2.1. Pengertian Fasilitas

Pengertian fasilitas menurut Sulistiyono (2008:45) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

2.2.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi fasilitas

Menurut Nirwana (2004:47) terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya adalah :

- a. Desain fasilitas
- b. Nilai fungsi
- c. Estetika
- d. Kondisi yang mendukung
- e. Peralatan penunjang
- f. Seragam pegawai
- g. Laporan-laporan
- h. Garansi

Masih banyak penyedia jasa yang tidak menyadari bahwa tata letak fasilitas memiliki pengaruh tersendiri terhadap perasaan dan respon pelanggan. Akan tetapi, tidak ada aturan pasti yang mengatur bagaimana bentuk tata letak fasilitas harus

dirancang. Meskipun demikian, perusahaan jasa perlu mengembangkan pemahaman akan respon pelanggan terhadap berbagai aspek tata letak fasilitas jasa.

2.2.3. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2008: 46- 48) indikator fasilitas ada enam, yaitu :

a. Pertimbangan/perencanaan spasial

Aspek–aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain–lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

b. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain–lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

c. Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

d. Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam

ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

e. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

2.3. Kepuasan

2.3.1. Pengertian Kepuasan

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih baik murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada persaingan.

Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2008:78).

Irawan (2007:53) mengatakan “Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini biasa lebih kurang atau lebih”.

Tjiptono (2008:88) mengatakan “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan”.

Seperti dijelaskan dalam definisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Bila kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang dan gembira.

2.3.2. Peranan Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara strategi dalam persaingan perusahaan guna mendapatkan pelanggan dengan cara memaksimalkan kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kotler(2008:185) Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi, yang menghasilkan pembelian ulang yang tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan yang tinggi juga.

Jadi, apabila pelanggan sudah merasa puas maka pelanggan tersebut akan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan pelanggan tersebut enggan membeli kepada produk perusahaan lain karena ia sudah merasa puas dengan menggunakan produk tersebut. Dan bahkan tidak sedikit pelanggan yang merasa terpuaskan, akan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lainnya. Pembelian ulang serta promosi secara tidak langsung ini tentu saja akan meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan yang akhirnya juga meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan.

2.3.4. Faktor- Faktor yang mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan pelanggan memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, yaitu seperti teori yang disebutkan sebagai berikut.

Irawan (2007:89) mengatakan Ada driver utama faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, harga, service quality, kemudahan.

Lupiyoadi (2009:79) mengatakan Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

Selain itu dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisa kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

a. Kualitas Produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga. Untuk industri kelapa sawit, komponen harga ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relative besar.

c. Service Quality

Service quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sekitar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan *attitude* dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan

mulaidari proses recruitment, training, budaya kerja, dan hasilnya baru terlihat setelah 3 tahun.

d. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mndapatkan produk atau pelayanan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola prilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (*postpurchase action*). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

2.3.5. Indikator Kepuasan

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab apabila mereka tidak puas akan meninggalkan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera dapat mengetahui apa penyebab pelanggan tidak puas. Menurut Kotler (2008) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

Berikut ini penjelasan dari ketiga metode pengakuan diatas, yaitu :

a. Sistem pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memberikan saran, keluhan dan betuk ketidakpuasaan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian

bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan ini pada umumnya ditandai oleh pengalaman merek dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

b. Ghost Shopping (*Mystery Shopping*)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing.

c. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuskan pelanggannya

d. Survey konsumen

Survey konsumen merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan konsumennya misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.

e. Panel konsumen.

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produknya dan mengundang konsumen yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi konsumen perusahaan lain. Dari konsumen disertai akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan konsumen yang telah

berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila konsumen yang berhenti (*customer loss rate*) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumen.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2008:101) atribut indikator pembentuk kepuasan terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
2. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

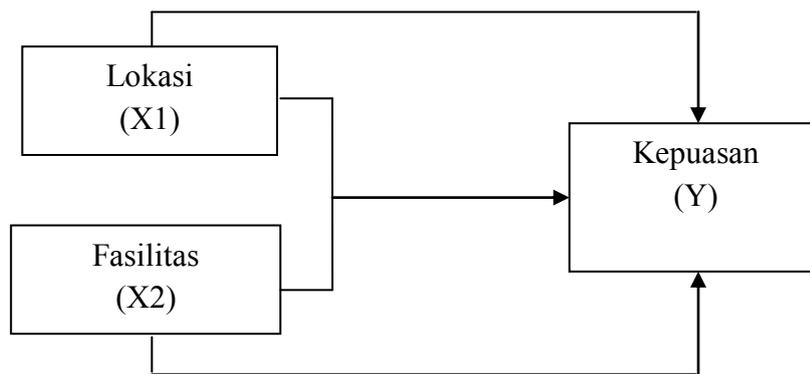
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hermanto (2014)	Pengaruh lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air "Gita Water Park" Pulung Kabupaten Diponegoro	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air "Gita Water Park" Pulung Kabupaten Diponegoro.
2	Akhiar (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan G-Sport Centre	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan G-Sport Centre

3	Azis (2013)	Analisis pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam olahraga futsal di Golden Sport centre	Menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam olahraga futsal di Golden Sport centre
4	Susilo (2015)	Analisis yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan Jasa pengelolaan garuda futsal	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas pada Jasa pengelolaan garuda futsal

2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual menurut variabel yang diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono: 2012).

Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara karakteristik ketiga variabel yang akan diteliti nantinya. Maka model kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar II.1 Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti yaitu :

1. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.
3. Lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:2) menjelaskan bahwa: “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan hubungan antar variabel dengan menganalisis data numerik (angka) menggunakan metode statistik melalui pengujian hipotesis.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Qalbu Salim (QS) Futsal Jalan Bunga Asoka, Asam Kumbang, Medan Selayang, Medan City, North Sumatra 20128

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan November 2017 sampai dengan Mei 2018.

Tabel III.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2017		2018				
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Pembuatan Proposal							
2.	Seminar Proposal							
2	Pengumpulan Data							
3	Analisa Data							
4	Penyusunan Skripsi							
5	Seminar Hasil							
6	Sidang Meja Hijau							

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2012), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari ; objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pendapat di atas yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang dan pernah memakai jasa pada Qalbu Salim (QS) Futsal Medan sebanyak 300 selama 1 bulan penelitian.

3.2.4. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono: 2012)” Dari jumlah populasi 300 orang ini maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana : n : Jumlah Sampel

 N : Jumlah Populasi

 e : Taraf Kesalahan (Standart Error 10%)

Maka jumlah sampel yang di peroleh adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{300}{1 + 300 (0.1)^2} \\ &= 75 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka di ketahui jumlah sampel yang akan di teliti sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik random sampling. Menurut sugiyono (2008) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak , sehingga data yang di peroleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten di bidangnya. Pelaksanaan random sampling dalam penelitian ini di berikan Pelanggan Qalbu Salim (QS) FutsalMedan.

3.3. Definisi Operasional

Secara teoritis, definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan tentang variabel-variabel operasional sehingga dapat diukur dan diamati.

Dalam hal ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu:

1. Variabel bebas yaitu:

- a. Lokasi (X1) lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.
- b. Fasilitas (X2) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas –aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi.
- c. Kepuasan(Y)Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Berdasarkan definisi operasional yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan mekanisme penganalisaan variabel seperti pada Tabel 3.2:

Tabel III.2
Definisi dan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Lokasi (X1)	Lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.	a. Keterjangkauan lokasi b. Kelancaran akses menuju lokasi c. Kedekatan lokasi d. Fasilitas parkir e. Transportasi umum	<i>Skala Likert</i>
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas –aktivitasnya atau kegiatan –kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi.	a. Pertimbangan/perencanaan spasial b. Perencanaan ruang c. Perlengkapan/perabotan d. Tata cahaya dan warna. e. Unsur pendukung	<i>Skala Likert</i>
Kepuasan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut	a. Sistem pengaduan b. Survey konsumen c. Kesesuaian harapan d. Minat berkunjung kembali e. Kesiediaan merekomendasikan	<i>Skala Likert</i>

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari seluruh responden di lokasi penelitian melalui pengamatan, wawancara, dan pengisian kuesionerpadakonsumen Qalbu Salim (QS) FutsalMedan.
2. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diperoleh penulis dari responden melainkan data yang diperoleh dari pihak lain, seperti melalui website (internet) dan sumber pustaka perusahaan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada pemimpin organisasi Sahiva untuk mendapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Daftar Pertanyaan (*Quesioner*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan.

3. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2008:132). Penelitian ini memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian, yang dapat dilihat pada Tabel 3.3:

Tabel III.3
Instrumen Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013:168)

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrument (kuisisioner). Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji signifikansi dilakukan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada penampilan output SPSS 20.00 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated item-total correlation*, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Untuk menguji validitas instrument dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menyampaikan uji coba keseluruhan responden.
2. Mengelompokkan item-item dari jawaban kedalam butir dan jumlah skor total yang diperoleh dari masing masing responden.
3. Dari skor yang diperoleh dibuat tabel perhitungan validitas.
4. Mengkorelasikan setiap skor dengan menggunakan rumus *product moment*.
5. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada Pada penampilan output SPSS 20.0 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated item-total correlation*, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai

positif, maka butir pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid atau layak digunakan dalam pengambilan data.

b. Realibilitas

Realibilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan dari indikator variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan rabel atau handal jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu-waktu.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah koesioner/angket untuk mencari reliabilitasnya digunakan rumus alpha. Untuk memudahkan perhitungan,dalam SPSS 20.00 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* < 0,60.

3.6.2. Uji Statistik

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan Regresi Linier Berganda, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + c$$

Dimana

- Y = Variabel Terikat (Kepuasan)
- X₁ = Variabel Bebas (Fasilitas)
- X₂ = Variabel Bebas (Lokasi)
- a = Konstanta
- $\alpha_{1,2}$ = Koefesien Regresi
- c = Error (tingkat kesalahan)

3.6.3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Uji F, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95 %. Kriteria pengujian :

- 1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis *alternative*

$$H_0 ; \beta_1 = 0$$

$$H_0 ; \beta_1 \neq 0$$

- 2) Kriteria pengujian

$$\text{Dimana } F \text{ hitung} > F \text{ tabel} = H_0 \text{ Ditolak}$$

$$F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel} = H_0 \text{ Diterima}$$

b. Uji Parsial (t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95 % ($\alpha = 0,05$).

Urutan uji t :

- 1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis *alternative*

$$H_0 ; \beta_1 = 0$$

$$H_0 ; \beta_1 \neq 0$$

- 2) Kriteria pengujian

$$\text{Dimana } t \text{ hitung} > t \text{ tabel} = H_0 \text{ Ditolak}$$

$$t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel} = H_0 \text{ Diterima}$$

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan yakni Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolonieritas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga (Ghozali, 2011:105). Salah satu metode untuk mendiagnosa adanya multicollinierity adalah dengan menganalisis nilai tolerane dan lawannya variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabelitas variabel independent yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama denga nilai VIF tinggi, karena $VIF = 1/Tolerance$. Nilai cutoff yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance kurang dari 0,1 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10 Ghozali (2011:105).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisias, yakni variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap Ghozali (2011:139).

3.6.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan koefisien determinasi yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan terhadap variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1 dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan terikat.

Kriteria Pengambilan Keputusan Koefisien Determinasi (R^2) :

Tabel III.4
Interval Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,10 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2012:184)

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Akhlar. 2015. **Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan G-Sport Centre**. Jurnal Organisasi dan manajemen. Volume 8 2015
- Azis. 2013. **Analisis pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam olahraga futsal di Golden Sport centre**. Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Vol.6, No.2. 2013
- Hermanto. 2014. **Pengaruh lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air “Gita Water Park” Pulung Kabupaten Diponegoro**. Jurnal Zoostek Vol.34 No.1, 2014
- Mahardini, ismi. 2012. **Analisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen (Studi kasus pada Pencucian mobil Levi Auto Semarang)**. JurnalEmba Vol.1 N0.3
- Muzzaki, Ahmad. 2013. **Analisis pengaruh harga, pendapatan, lokasi, dan fasilitas terhadap permintaan rumah sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang)”**. Jurnal Offset Haryono, dkk. 2012. *Capacity Building*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Susilo. 2015. **Analisis yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan Jasa pengelolaan garuda futsal**. Dalam Jurnal Ekonomi Islam, Ilmu Ekonomi FEM
- Hermanto. 2014. **Pengaruh lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air “Gita Water Park” Pulung Kabupaten Diponegoro**. Dalam Jurnal Walingsongo, Ekonomi dan Bisnis

Buku:

- Assouri, Sofyan, 2005. **Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi**. Cetakan Ketiga. Jakarta : CV. Rajawali.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T Hani, (2011). **Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen (Edisi 1)**. Yogyakarta: BPFE
- Djaslim Saladin. (2011). **Manajemen Pemasaran**. Bandung: Agung Ilmu.
- Fandy Tjiptono, 2007, **Strategi Pemasaran**. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2002. *StructuralEquation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang:FE UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Edisi Ketiga. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Husein Umar. (2008). Metode **Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Joy Lopez Surbakti. 2015. **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas pada Rajawali Futsal Palembang**. Skripsi
- Kasmir.2011.**Manajemen Perbankan**.Jakarta:Rajagrafindo Persada
- Kotler, Phillip dan Kevin L, Keller. (2008). **Manajemen Pemasaran**, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Benjamin Molan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Kotler. 2010. *Principles of marketing*. 13 edition : New Jersey
- Kuncoro, Mudrajad.(2003). **Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**, Erlangga, Jakarta.
- Lidyawati. 2008. **Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif**. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.

- Puranama, Nursya'bani. 2011. **Manajemen Kualitas: Perspektif Global**.
Yogyakarta: Ekonisia.
- Rattih Huriyati, (2010). **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**.
Bandung: Alfabeta
- Shinta, Agustina, (2011) **Manajemen Pemasaran (Edisi 1)**. Malang: UB Press.
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung.
- Sulastiyono, A. 2008. **Manajemen Penyelenggaraan**. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, 2008. **Pemasaran Jasa**. Edisi pertama, Malang : Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. 2011. **Service, Quality & Satisfaction**. Yogyakarta: CV Andi



KUESIONER

PENGARUH LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA QALBU SALIM (QS) FUTSAL

MEDAN

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I DATA RESPONDEN (No. Responden:)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda conteng /*checkbox* (✓) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|------------------|
| SS | = Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = Setuju | (diberi nilai 4) |
| RR | = Ragu-Ragu | (diberi nilai 3) |
| TS | = Tidak Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = Sangat Tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL BEBAS LOKASI (X1)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
Keterjangkauan Lokasi						
1	Lokasi Qalbu Salim (QS) Futsal Medan memiliki lokasi mudah dijangkau karena lokasinya berada ditengah jalan					
Kelancaran akses menuju lokasi						
2	Lokasi Qalbu Salim (QS) Futsal Medan memilkin akses jalan yang lancar dan terbebas dari kemacetan					
Kedekatan lokasi						
3	Lokasi Qalbu Salim (QS) Futsal Medan tidak jauh dari kota karena dia berada di dekat jalan raya Ringroad					
Fasilitas parkir						
4	Fasilitas parkir Qalbu Salim (QS) Futsal Medan memiliki parkir yang luas dan aman.					
Transportasi umum						
5	Akses menuju Qalbu Salim (QS) Futsal Medan mudahditemukan karena dilewati banyak transportasi umum					

2. VARIABEL BEBAS FASILITAS (X2)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
Pertimbangan/perencanaan spasial						
1	Tempat Qalbu Salim (QS) Futsal Medan ini sangatlah nyaman dan aman					
Perencanaan ruang						
2	Fasilitas ruangan dalam Qalbu Salim (QS) Futsal medan yang disediakan luas dan bersih					
Perlengkapan/perabotan						
3	Perlengkapan yang ditawarkan Qalbu Salim (QS) Futsal Medan sesuai dengan kebutuhan anda					
Tata cahaya dan warna						
4	Interior warna yang dipergunakan Qalbu Salim (QS) Futsal Medan sangatlah bagus sehingga membuat rileks ketika bermain disini					
Unsur pendukung						
5	Fasilitas yang ditawarkan Qalbu Salim (QS) Futsal Medan sangat lengkap seperti tempat ibadah, kamar mandi, tempat ganti baju, dll					

3. VARIABEL TERIKAT KEPUASAN (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
Sistem pengaduan						
1	Qalbu Salim (QS) Futsal Medan menyediakan kotak saran untuk mengetahui keluhan dan bentuk ketidakpuasan yang dirasakan kosumen					
Survey konsumen						
2	Qalbu Salim (QS) Futsal Medan selalu memberikan survey kepuasan melalui wawancara langsung					
Kesesuaian Harapan						
3	Qalbu Salim (QS) Futsal Medan memberikan fasilitas penunjang yang sesuai dengan apa yang diharapkan					
Minat berkunjung kembali						
4	Qalbu Salim (QS) Futsal Medan memberikan promo kepada konsumen yang bersedia menjadi member					
Kesediaan merekomendasikan						
5	Saya akan merekomendasikan ke teman-teman saya untuk bermain futsal di Qalbu Salim (QS) Futsal Medan					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya Saya ucapkan Terima Kasih banyak

Tabulasi Data Variabel

NO.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	X1	X2	Y
1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	20	21	21
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	20	20	20
3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	21	21	20
4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	22	23	20
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	22	21	20
6	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	24	21	22
7	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	22	23	23
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	20	20	21
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	20	21	20
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	20	20
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	20	21	21
12	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	21	22	21
13	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	19	24	21
14	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	21	20	19
15	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	23	23	22
16	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	24	25	25
17	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	21	21	22
18	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	22	23	22
19	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	23	25	22
20	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	22	23	22
21	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	23	24	21
22	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	23	25	23
23	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	24	24	25
24	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	24	24	24
25	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	24	23	24
26	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	21	23	22
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	25	25
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	25	24	25
29	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	24	23	24
30	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	22	22	23
31	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	22	22	22
32	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	20	21	21
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	20	20	20
34	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	21	21	20
35	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	22	23	20
36	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	22	21	20
37	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	24	21	22
38	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	22	23	23

<i>Sambungan..</i>																			
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	20	20	21
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	20	21	20
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	20	20
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	20	21	21
43	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	21	22	21
44	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	19	24	21	
45	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	21	20	19	
46	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	23	23	22	
47	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	24	25	25	
48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	21	21	22	
49	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	22	23	22	
50	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	23	25	22	
51	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	22	23	22	
52	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	23	24	21	
53	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	20	21	21	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	20	20	20	
55	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	21	21	20	
56	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	22	23	20	
57	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	22	21	20	
58	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	24	21	22	
59	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	22	23	23	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	20	20	21	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	20	21	20	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	20	20	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	20	21	21	
64	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	21	22	21	
65	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	19	24	21	
66	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	21	20	19	
67	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	23	23	22	
68	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	24	25	25	
69	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	21	21	22	
70	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	22	23	22	
71	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	23	25	22	
72	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	22	23	22	
73	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	23	24	21	
74	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	23	25	23	
75	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	24	24	25	

LAMPIRAN

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	21.60	1.585	75
Lokasi	21.75	1.560	75
Fasilitas	22.27	1.655	75

Correlations

		Kepuasan Konsumen	Lokasi	Fasilitas
Pearson Correlation	Kepuasan Konsumen	1.000	.723	.685
	Lokasi	.723	1.000	.623
	Fasilitas	.685	.623	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Konsumen	.	.000	.000
	Lokasi	.000	.	.000
	Fasilitas	.000	.000	.
N	Kepuasan Konsumen	75	75	75
	Lokasi	75	75	75
	Fasilitas	75	75	75

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fasilitas, Lokasi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.602	1.000

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113.992	2	56.996	56.989	.000 ^a
	Residual	72.008	72	1.000		
	Total	186.000	74			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.722	1.772		1.536	.129		
	Lokasi	.492	.095	.484	5.168	.000	.612	1.635
	Fasilitas	.367	.090	.383	4.087	.000	.612	1.635

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Charts

