



**PENGARUH LOKASI, KUALITAS LAPANGAN, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Pengguna Lapangan Zona SM Futsal)**
Oleh :

Fahmi Ibrahim Adjie*)

Budi wahono **)

Khalikussabir ***)

Email : imhaf180298@gmail.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

Abstract

This research was conducted to find out how much influence the location variable, field quality, and service quality on consumer satisfaction. Case study in Futsal Zone SM user. In this study the population was 198,839 people with a total sample of 100 people. The way to take samples is, people who have played in the Zone SM field. To find out the data that will be examined later, this study uses a way to distribute questionnaire to better know the opinions of each person by filling out the statements that have been attached to the questionnaire.

In addition, this study uses SPSS version 17.0 to test data in the form of instrument testing, multiple linear regression analysis, testing classic assumptions, and testing hypotheses. From this study produced several conclusions that state that location, field quality, and service quality variable affect simultaneously or together so that it can increase consumer satisfaction in the Futsal Zone SM user. While partially or individually from each of the independent variable that have no effect on consumer satisfaction in the Futsal Zone SM users.

Keywords : Location, Field Quality, Service Quality

Pendahuluan

Latar Belakang

Usaha dalam memenuhi kepuasan konsumen bisa dijadikan strategi bersaing dalam bidang pemasaran guna menarik konsumen lebih banyak lagi dengan menyediakan kebutuhan sesuai keinginan konsumen. Kepuasan diartikan sebagai persepsi dari setiap pelanggan apakah sudah merasa tercapai atas pembelian yang sudah dilakukan (Yamit,2010:105). Kotler & Keller (2012:76) mengatakan kepuasan adalah ekspresi senang serta tidak senang dari seseorang yang diciptakan melalui produk yang sudah ditawarkan kemudian dibeli apakah sudah sesuai keinginan pelanggan. Apabila kemampuan dalam mencukupi kebutuhan tidak sesuai keinginan konsumen, maka konsumen merasa tidak terpenuhi. Jika kemampuan dalam mencukupi kebutuhan sesuai dengan keinginan, maka konsumen akan senang. Jika kemampuan dalam mencukupi kebutuhan melebihi dengan yang sudah diterapkan, maka konsumen akan sangat puas atau senang.

Kepuasan konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan cara membandingkan pembelian yang sebelumnya sama yang akan diterima dari sebuah produk (Oliver,1999 dalam Saha dan Zho 2005:77).

Selain itu dalam pemilihan lokasi juga harus diperhatikan dengan baik supaya konsumen merasakan kenyamanan yang sesuai dengan keinginannya. Maka dari itu pengusaha harus mempertimbangkan dalam pemilihan lokasi, karena lokasi yang bagus akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan bisa menjadikan konsumen tetap berkunjung ke tempat tersebut. Menurut (Sriyadi,1991:60) dalam pemilihan lokasi harus memiliki faktor yang bisa menentukan tercapainya suatu tujuan dalam mendirikan usaha. Selain pengaruh lokasi, kualitas lapangan harus diperhatikan dan dipertimbangkan karena itu merupakan strategi untuk membuat konsumen menjadi tertarik dan nyaman ketika melakukan olahraga Futsal karena memiliki kualitas lapangan yang baik. Kotler (1997) menjelaskan kualitas sebagai salah satu strategi untuk mendukung kemampuan dalam memuaskan kebutuhan. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor pendukung supaya bisa diterima dan akan memuaskan konsumen nantinya. Menurut (Kotler dalam Wisnalmawati,2005:156) kualitas pelayanan adalah bagaimana perusahaan bisa memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Rumusan Masalah

Maka didapatkan rumusan pokok permasalahan dalam penelitian ini dari uraian latar belakang yang sudah di jelaskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan Zona SM Futsal Kota Malang ?
- b. Bagaimana lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan Zona SM Futsal Kota Malang ?

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan Zona SM Futsal Kota Malang ?
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan Zona SM Futsal Kota Malang ?

Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1) Bagi peneliti

Diharapkan dapat menjadi informasi masukan dan sumber informasi untuk peneliti dimasa yang akan datang dalam menjalankan penelitian dengan topik yang sama khususnya untuk ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran

2) Bagi pembaca

Dengan adanya penelitian ini, semoga bisa menjadi referensi untuk menambah ilmu mengenai strategi pemasaran dan bisa dijadikan kajian pustaka untuk peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pihak perusahaan atau pemilik Zona SM Futsal terkait dalam hal penerapan lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2) Bagi mahasiswa

Penelitian ini bisa menambah wawasan dan pengalaman secara langsung yang berhubungan dengan strategi dalam pemasaran terutama dalam memenuhi kepuasan konsumen.

Tinjauan Teori

a. Kepuasan Konsumen

Kotler dalam Rangkuti (2002:23) berpendapat kepuasan pelanggan adalah perasaan suka dan tidak senang konsumen dengan apa yang sudah diberikan oleh perusahaan sesuai apa yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan apa yang dirasakan konsumen dengan berpendapat apakah sudah puas atau kurang atau melebihi harapan. Sedangkan perasaan belum puas itu muncul dengan asumsi hasil yang diperoleh tidak sesuai harapan pelanggan Engel dalam Tjiptono (2000:146).

b. Lokasi

Menurut Alma (2003:10) Lokasi merupakan tempat untuk menghasilkan barang atau jasa di mana perusahaan itu menjalankan kegiatan. Menurut teori dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu tempat di mana perusahaan bisa mengoperasikan supaya menciptakan barang atau jasa. (Basu Swasta dan Irawan, 2003:339) berargumen bahwa lokasi adalah pedagang pengecer di daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.

c. Kualitas

Menurut Tjiptono (2000:4) kualitas yaitu keadaan untuk saling mempengaruhi antara barang, lingkungan, dan seseorang untuk memenuhi keinginan konsumen. (Amiruddin, 2007:15) berpendapat bahwa kualitas merupakan kondisi baik dari barang atau jasa yang berkaitan dengan kualitas pelayanan supaya bisa memenuhi keinginan.

d. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2011:23) kualitas pelayanan merupakan pendapat atau opini dari konsumen. Dengan mengamati pendapat setiap pelanggan tentunya akan mengetahui seberapa puas kualitas pelayanan yang sudah diberikan kepada konsumen. Pelanggan akan berpindah ke tempat lain jika pelayanannya tidak memuaskan dari penyedia jasa yang lainnya. Sedangkan menurut Kotler (Subihaiani, 2001) kualitas layanan adalah

pengamatan seseorang terhadap sesuatu yang sudah dirasakan pelanggan guna memenuhi tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan.

Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Lokasi sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena dalam pemilihan suatu usaha harus memperhatikan kondisi lingkungan sekitar supaya memberikan daya tarik tersendiri guna mendatangkan suatu pelanggan. Menurut Alma (2003:10) mengartikan lokasi sebagai tempat dalam menghasilkan barang atau jasa yang dijalankan oleh perusahaan. Jadi semakin strategis dalam pemilihan lokasi maka akan semakin mendatangkan banyak konsumen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Firdiyansyah (2017) dimana lokasi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

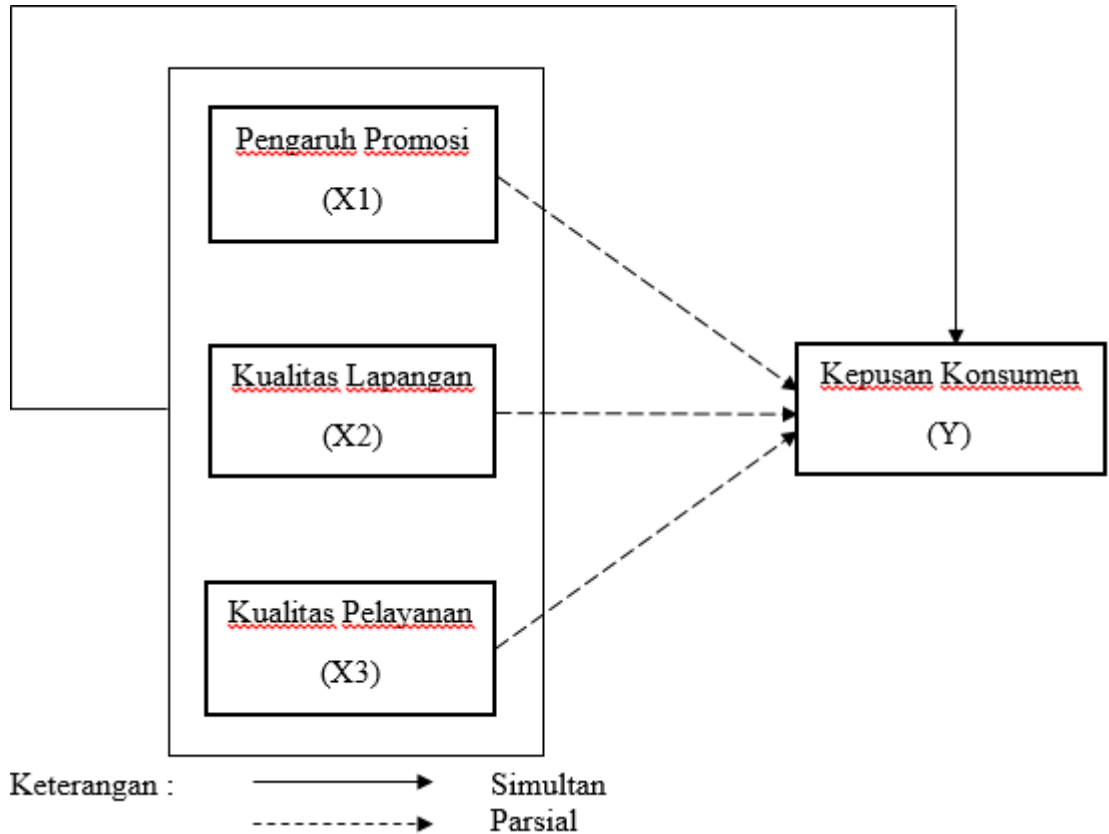
b. Hubungan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan konsumen, dimana barang atau produk yang disediakan supaya kebutuhan atau keinginan dari konsumen bisa terpenuhi. Kotler dan Keller (2009:143) beranggapan kualitas produk sebagai bentuk barang atau jasa yang tidak bisa lepas pada keinginan suatu konsumen. Oleh karena itu kualitas produk yang ditawarkan semakin baik maka konsumen akan senang. Pernyataan tersebut sama dengan penelitian Hariyono (2018) yang mengatakan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan.

c. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dalam setiap pelayanan nanti akan muncul yang namanya persepsi atau pendapat dari setiap orang yang menggambarkan kualitas pelayanan. Dikatakan puas apabila pelayanan tersebut sesuai dengan yang diinginkan konsumen dan sebaliknya. Dijelaskan dalam Kotler (Subihaiani, 2001) kualitas layanan yaitu pengamatan setiap orang terhadap apa yang sudah dirasakan konsumen guna memenuhi tingkat kepuasan yang diharapkan. Jadi, semakin baik kualitas yang ditawarkan dari sebelumnya maka akan semakin baik untuk mengartikan sebuah kepuasan dari konsumen. Hal ini sama dengan penelitian Ardiawan (2018) yang mengatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Diuraikan dari latar belakang masalah, rumusan masalah dan tinjauan pustaka diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jawaban sementara dari masalah yang dihadapi dan masih perlu untuk diuji kembali keberadaannya yaitu :

- H1 : Bahwa Lokasi, Kualitas Lapangan, Dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen.
- H2 : Bahwa Lokasi, Kualitas Lapangan, Dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen.

Metodologi Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan di bulan Januari 2020 sampai April 2020. Lokasi penelitian ini berada di Jl. Sudimoro Utara, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Jenis penelitian yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu jenis penelitian eksplanatori.

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah di Kecamatan Lowokwaru baik itu pendatang maupun pribumi yang berjumlah 198.839 jiwa.

Sampel

Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Darmawan, 2019). Pengambilan sampel secara acak dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (*non-probability sampling*). Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Berdasarkan rumus diatas, maka didapatkan jumlah sampel yang bisa diambil di dalam penelitian ini sebesar:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{13.104}{1 + 13.104(10\%)^2} \\ n &= \frac{13.104}{131,05} \\ n &= 99,99 \end{aligned}$$

Menurut hasil rumus, berarti jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini yaitu 99,99 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2015:142) berpendapat penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden dan responden menjawab pertanyaan yang diberikan. Metode Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner.

Metode Analisis Data

Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Digunakan untuk menguji setiap instrumen valid apa tidak pada variabel bebas. Dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 atau 5% dan sebaliknya (Sugiyono, 2008:455).

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur suatu variabel secara konsisten dari waktu ke waktu dengan menggunakan alat ukur dan sejauh mana alat itu mampu mengukurnya. Reliabilitas diukur menggunakan metode *Cronbach Alpha*, yaitu untuk mengetahui reliabel atau tidak dari nilai koefisien 0 sampai 1, jika hasil nilai mendekati 1 maka dikatakan reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 atau 60% dan sebaliknya (Ghozali, 2011:47).

c. Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji data apakah sudah berdistribusi secara normal atau tidak serta menggunakan Kolmogrov-Smirnov dengan nilai signifikansi diatas 0,05 Ghazali (2015:113).

Analisis Regresi Linier Berganda

Pendapat Priyono (2015:116) digunakan untuk memprediksi nilai pengaruh dari dua variabel bebas atau lebih terhadap suatu variabel terikat dengan alat analisis.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini menggunakan uji Gledjser dimana dalam melakukan regress nilai absolute residual terhadap variabel bebas harus berdasarkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 untuk terhindar dari heterokesdastisitas dan sebaliknya Ghazali (2011:138).

b. Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk menguji apakah terjadi korelasi atau tidak terhadap antar variabel bebas. Dengan dasar VIF lebih besar dari 10 maka dikatakan mengalami multikolinieritas, jika VIF lebih kecil dari 10 maka dikatakan tidak mengalami multikolinieritas (Ghozali, 2011:171).

Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Bentuk regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat dengan kata lain variabel bebas tidak berpengaruh secara bersamaan. Untuk mengetahui tingkat signifikansi (*alpha*) sebesar 0,05 (5%) apabila nilai *probability* F lebih besar dari pada *alpha* 0,05 (5%) Ghazali (2011:96)

b. Uji Parsial (Uji t)

Dipergunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau individu untuk setiap variabel bebas terhadap variabel terikat Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka ditolak dan sebaliknya Gujarati (2003:129).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan dasar nilai R^2 apabila mendekati satu maka memiliki pengaruh besar. Jika mendekati nol pengaruhnya kecil Ghazali (2011:97).

Hasil Pembahasan Analisis

Uji Instrumen

a. Validitas

No	Variabel	indikator	Pearson Correlation	r Tabel	Keterangan
1	Lokasi (X ₁)	X1.1	0,356	0,194	Valid
		X1.2	0,507	0,194	Valid
		X1.3	0,549	0,194	Valid
		X1.4	0,620	0,194	Valid
		X1.5	0,375	0,194	Valid
2	Kualitas Lapangan (X ₂)	X2.1	0,254	0,194	Valid
		X2.2	0,227	0,194	Valid
		X2.3	0,736	0,194	Valid
		X2.4	0,673	0,194	Valid
		X2.5	0,337	0,194	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X ₃)	X3.1	0,254	0,194	Valid
		X3.2	0,495	0,194	Valid
		X3.3	0,640	0,194	Valid
		X3.4	0,446	0,194	Valid
		X3.5	0,366	0,194	Valid
4	Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,482	0,194	Valid
		Y2	0,521	0,194	Valid
		Y3	0,353	0,194	Valid
		Y4	0,519	0,194	Valid
		Y5	0,439	0,194	Valid

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Berdasarkan tabel diatas dari variabel lokasi, kualitas lapangan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa dari variabel tersebut dikatakan valid, dibuktikan dengan r hitung lebih besar dari r tabel (tingkat signifikan sebesar 5%).

b. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	r Tabel	Keterangan
1	Lokasi (X ₁)	0,641	0,6	Reliabel
2	Kualitas Lapangan (X ₂)	0,644	0,6	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,609	0,6	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,620	0,6	Reliabel

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Nilai koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 hal ini bisa dikatakan reliabel untuk setiap variabelnya.

c. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11374590
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.078
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.883
Asymp. Sig. (2-tailed)		.417

Sumber: Diolah dari data primer (2020)

Berdasarkan tabel diatas ditunjukkan bahwa dari variabel dependen dengan nilai kolmogorov-smirnov 0,883 berdasarkan signifikansi 0,417 nilai tersebut diatas $\alpha = 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa data telah berdistribusi secara normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.021	2.342		4.279	.000
LOKASI	.174	.114	.172	1.528	.130
KUALITAS LAPANGAN	.051	.103	.055	.491	.625
KUALITAS PELAYANAN	.321	.121	.338	2.644	.010

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 10,021 + 0,174 X_1 + 0,051 X_2 + 0,321 X_3$$

Hasil persamaan regresi linier berganda dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) $\alpha = 10,021$ nilai konstanta, dapat diartikan bahwa estimasi dari kepuasan konsumen.
- 2) Variabel lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan hasil koefisien sebesar 0,174.
- 3) Variabel kualitas lapangan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan hasil koefisien sebesar 0,051.
- 4) Hasil koefisien sebesar 0,321 Artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heterokedstisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.305	1.393		.219	.827
LOKASI	.102	.068	.193	1.501	.137
KUALITAS LAPANGAN	-.011	.061	-.024	-.185	.854
KUALITAS PELAYANAN	-.065	.072	-.131	-.898	.372

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami masalah heterokedstisitas. Artinya bentuk regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heterokedstisitas karena nilai signifikansi dari setiap variabel lebih dari 0,05.

b. Multikolinieritas

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Statistics Collinearity	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.021	2.342		4.279	.000		
Lokasi	.174	.114	.172	1.528	.130	.614	1.628
Kualitas Lapangan	.051	.103	.055	.491	.625	.627	1.595
Kualitas Pelayanan	.321	.121	.388	2.644	.010	.478	2.093

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Tabel diatas dijelaskan bahwa nilai tolerance dari variabel lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan memiliki nilai lebih besar dari 0,1 dan dari ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai VIF dibawah 10. Sehingga bisa dikatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	36.652	3	12.217	10.644	.000 ^a
Residual	110.188	96	1.148		
Total	146.840	99			

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Ketiga variabel bebas (X) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen (Y) pengguna Zona SM Futsal. Artinya hasil uji F dapat diketahui dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu, berdasarkan hipotesis (H1) yang sudah diajukan dalam penelitian ini bisa diterima.

b. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.021	2.342		4.279	.000
LOKASI	.174	.114	.172	1.528	.130
KUALITAS LAPANGAN	.051	.103	.055	.491	.625
KUALITAS PELAYANAN	.321	.121	.338	2.644	.010

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Tidak ada pengaruh secara langsung atau signifikan antara variabel lokasi dengan kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Artinya pada variabel lokasi (X1), diketahui memiliki t hitung sebesar 1.528 dengan nilai signifikansi 0,130 lebih besar dari 0,05.
- 2) Tidak ada pengaruh secara langsung atau signifikan antara variabel kualitas lapangan dengan kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Artinya pada variabel kualitas lapangan (X2), diketahui memiliki t hitung sebesar 0,491 dengan nilai signifikansi 0,625 lebih besar dari 0,05.
- 3) Tidak ada pengaruh secara langsung atau signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Artinya pada variabel kualitas pelayanan (X3), diketahui memiliki t hitung sebesar 2.644 dengan nilai signifikansi 0,010 lebih besar dari 0,05.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500 ^a	.250	.226	1.071

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Dari tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,226 menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini menghasilkan suatu hasil yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa hasil analisis variabel lokasi terdapat nilai t hitung sebesar 1,528 dengan nilai signifikansi sebesar 0,130 lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa secara parsial atau individu variabel lokasi tidak berpengaruh secara langsung terhadap

kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firdiansyah (2017) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa hasil analisis variabel lokasi terdapat nilai t hitung sebesar 0,491 dengan nilai signifikansi sebesar 0,625 lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa secara parsial atau individu variabel kualitas lapangan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hariyono (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa hasil analisis variabel lokasi terdapat nilai t hitung sebesar 2,644 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa secara parsial atau individu variabel lokasi tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ardiawan (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

d. Lokasi, Kualitas, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, variabel lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Memiliki pengaruh langsung secara simultan atau bersama-sama pada variabel lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Hal ini bisa dikatakan dari ketiga variabel bebas ini bisa meningkatkan kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal.
- b. Tidak memiliki pengaruh secara parsial atau individu pada variabel lokasi, kualitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal. Sehingga dari ketiga variabel bebas tersebut jika diuji secara individu setiap variabelnya tidak bisa meningkatkan terhadap kepuasan konsumen pengguna Zona SM Futsal.

Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, di antaranya sebagai berikut :

- a. Responden cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada sehingga terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan. Hal ini bisa diantisipasi dengan cara mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban.
- b. Populasi dalam penelitian ini merupakan warga pribumi atau pendatang yang di Kecamatan Lowokwaru.
- c. Banyak sampel berjumlah 100 responden dalam penelitian ini.
- d. Sampel yang diambil sedikit tidak sebanding dengan jumlah banyaknya pengunjung Zona SM Futsal, karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu.

Saran

Setelah mengkaji penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh suatu saran sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti, berdasarkan deskripsi variabel bahwasannya perlu diperhatikan lagi dalam menentukan nilai rata-rata terendah dari setiap indikator yang akan dibuat nantinya.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan ketika meneliti lagi bisa menambahkan variabel yang lebih banyak lagi dalam meningkatkan kepuasan konsumen dari penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan dan mengkaji secara mendalam mengenai permasalahan yang akan diangkat untuk dijadikan bahan penelitian.
- c. Dan bagi instansi, diharapkan penelitian ini bisa juga dijadikan referensi atau masukan oleh pemilik Zona SM Futsal atau perusahaan lain terkait dalam meningkatkan kepuasan konsumen terutama di bidang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. (2010). “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestik Bakery & Cake Shop Cabang H.M. YAMIN MEDAN”. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 2, 71-87.
- Ardiawan, P. (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lapangan Futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung”. *Jurnal Simki-Economic*, 02, 2599-0748.
- Arikunto, Suharsimi, 1997, “*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* . Edisi Revisi IV”. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado”. *Jurnal EMBA*, 2, 1768-1780.
- Firdiyansyah, I. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”. *Jurnal Elektornik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 1, 2598-8107.
- Ghozali, Imam. 2012. “*Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. (2016). “*Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar, 2003, “*Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain”, Jakarta: Erlangga.
- Hariyono, R. H. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan”.
- Harminingtayas, R. (2012). “Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalian Semarang”. *Jurnal STIE Semarang*, 4, 2252-7826.
- Hasanuddin, M. (2016). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas”. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4, 49-66.
- Karomah, R. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.

- Kotler, Philip and G. Armstrong. (2012). “Principles of Marketing. 14th ed”. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. “*Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu*”. Erlangga : Jakarta
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market”. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), 3.
- Saputra, A., & Ginting, M. (2015). “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional”. Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI, 23, 1858-3199.
- Sholeha, L.(2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Three Second*”. e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Krisdayanto, I. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan”.

Fahmi Ibrahim Adjie*) adalah Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma
Budi wahono SE, MM**) adalah Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
Khalikussabir SE, MM***) adalah Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

