

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan angket kepada pengunjung Sea Bless Futsal. Kemudian, peneliti mengolah data tersebut dengan menggunakan aplikasi *SPSS 18.0*, dengan tujuan untuk mengetahui:

#### **A. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Sea Bless Futsal**

Berdasarkan hasil penelitian pada pengunjung yang menyewa di Sea Bless Futsal, didapatkan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terlihat pada nilai hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$ .

Sea Bless Futsal menawarkan harga sewa per jamnya berdasarkan waktu. Harga sewa pukul 07.00-12.00 WIB adalah Rp. 80.000, harga sewa pukul 12.00-17.00 WIB adalah Rp. 100.000 dan harga sewa pukul 17.00-00.00 WIB adalah Rp. 120.000. Harga merupakan salah satu komponen penting yang menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan. Harga yang ditetapkan perusahaan harus mampu bersaing dengan harga produk sejenis lainnya. Berdasarkan hasil kuesioner dari 78 responden, rata-rata jawaban untuk pernyataan harga adalah setuju. Mereka setuju harga sewa Sea Bless Futsal yang murah dan terjangkau; harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas lapangan, fasilitas dan manfaat yang didapatkan oleh penyewa. Pemberian potongan harga sewa untuk even/turnamen yang cukup besar juga disetujui oleh responden. Sehingga, mereka merasa puas dengan harga yang diberikan Sea Bless Futsal. Dalam hal ini berarti harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, harga yang tidak terlalu tinggi

dapat menarik minat konsumen untuk menikmati kembali produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Secara teori, korelasi antara harga dan kepuasan konsumen dijelaskan oleh teori Philip Kotler yaitu harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang akan ditukarkan konsumen untuk sejumlah manfaat barang/jasa. Kebanyakan harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi konsumen ketika membeli suatu barang.<sup>87</sup> Secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mempunyai utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.<sup>88</sup> Pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya meningkat pula. Jika nilai yang dirasakan pelanggan tinggi, maka kepuasan pelanggan maksimal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rezki Teguh Sulistiyana, Djamhur Hamid dan Devi Farah Azizah yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa) yang menunjukkan hasil uji t bahwa kedua variabel bebas fasilitas wisata dan harga secara simultan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>89</sup> Selanjutnya, penelitian yang dilakukan

---

<sup>87</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia: 2003), hal. 153

<sup>88</sup>Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa.....*, hlm. 31

<sup>89</sup>Rezki Teguh Sulistiyana, Djamhur Hamid dan Devi Farah Azizah, "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25 No. 1, 2015

Lumintang Intan Sintya, tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-jek Online pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado yang menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>90</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan peneliti sesuai berdasarkan teori dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

#### **B. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Sea Bless Futsal**

Berdasarkan hasil penelitian pada pengunjung yang menyewa di Sea Bless Futsal, didapatkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terlihat pada nilai hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$ .

Dari penelitian yang saya lakukan, kebanyakan responden menyatakan setuju bahwa lokasi Sea Bless Futsal mudah ditemukan karena berada di pinggir jalan raya utama. Artinya lokasi Sea Bless Futsal strategis dan akses jalannya pun lancar. Lahan parkir yang luas luas, aman dan tidak panas di Sea Bless Futsal juga disetujui oleh sebagian besar responden. Berbagai kedai makanan di sekitar Sea Bless Futsal juga dirasa menguntungkan bagi pengunjung jika mereka merasa lapar atau haus. Sehingga, mereka merasa puas dengan lokasi Sea Bless Futsal. Dalam hal ini berarti lokasi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat menarik minat konsumen untuk menikmati

---

<sup>90</sup>Lumintang Intan Sintya, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-jek Online pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado", *Jurnal Emba*, Vol. 6 No. 3, 2018

kembali produk yang ditawarkan. Karena mereka merasa lebih cepat untuk sampai ke tujuan tanpa harus membuang waktu lama.

“Lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan tempat usaha. Lokasi yang baik, mnjamin tersedianya akses yang cepat dan dapat menarik sjumlah besar konsumen”<sup>91</sup> Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas.<sup>92</sup> Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu lokasi tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap usaha Lokasi yang salah, akan menyebabkan biaya operasi usaha tinggi. Sebagai akibatnya, tidak akan mampu bersaing, yang sudah barang tentu menyebabkan kerugian.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Firdiyansyah yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam, diperoleh hasil uji t bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.<sup>93</sup>

Penelitian juga dilakukan oleh Faiz Hanifudin, Tsalis Syaifuddin dan Leonardo Budi Hasiholan yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi

---

<sup>91</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen*....., hlm. 268

<sup>92</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*....., hlm. 45

<sup>93</sup>Indra Firdiyansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”, *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi)*, Vol. 1 No. 1, 2017

terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto, diperoleh hasil kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen Ayam Geprek Djogjakarto.<sup>94</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan peneliti sesuai berdasarkan teori dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menunjukkan hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

### **C. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian pada pengunjung yang menyewa di Sea Bless Futsal, didapatkan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terlihat pada nilai hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$ .

Dari penelitian yang saya lakukan, sebagian besar menyatakan setuju bahwa fasilitas utama dan pendukung di Sea Bless Futsal memadai. Seperti, kualitas lapangan yang baik serta memiliki penerangan yang cukup pada malam hari. Selain itu, sebagian responden juga setuju dengan fasilitas pendukung yang memadai, seperti kamar mandi dan ruang ganti. Sudah mencukupinya tempat duduk bagi penonton juga disetujui oleh sebagian responden. Sehingga penyewaan lapangan untuk even/turnamen dapat menampung banyak penonton. Tersedianya fasilitas yang baik dan memadai tersebutlah yang menciptakan kepuasan pada pengunjung Sea Bless Futsal. Oleh karena itu, meningkatkan dan

---

<sup>94</sup>Faiz Hanifudin, Tsalis Syaifuddin dan Leonardo Budi Hasiholan, "Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto", *Jurnal Manajemen Ekonomi Bisnis*.

menjaga fasilitas yang telah tersedia dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pada akhirnya mereka akan menggunakan jasa yang ditawarkan.

Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditambahkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan modal jasa. Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program yang satu dengan pesaing lainnya.<sup>95</sup> Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.<sup>96</sup>

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Edy Haryanto yang berjudul Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado, diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan. Kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado.<sup>97</sup> Penelitian juga dilakukan oleh Sarah Mariam Chansra dan Maria V.J Telung yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan

---

<sup>95</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*....., hlm. 150

<sup>96</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip*....., hlm. 137

<sup>97</sup> Edy Haryanto, "Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado", *Jurnal Emba*, Vol. 1 No. 3, 2013, hlm. 750-760

Konsumen Menggunakan Hotel Balime Pilamo di Wamena, dengan hasil Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa hotel. Secara parsial Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa hotel, sedangkan Promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa hotel.<sup>98</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan peneliti sesuai berdasarkan teori dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menunjukkan hasil fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

#### **D. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Sea Bless Futsal**

Berdasarkan hasil penelitian pada pengunjung yang menyewa Sea Bless Futsal, didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terlihat pada nilai hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$  artinya signifikan.

Dari penelitian yang saya lakukan diketahui bahwa pelayanan yang diberikan sangat baik, hal itu terlihat pada kuesioner yang telah disebar. Sebanyak 57 responden menyatakan setuju bahwa pelayanan transaksi Sea Bless Futsal cepat dan tidak berbelit-belit. Selain itu, kebanyakan responden setuju bahwa karyawan Sea Bless Futsal ramah, komunikatif, tidak membeda-bedakan

---

<sup>98</sup>Sarah Mariam Chansra dan Maria V.J Telung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Balime Pilamo di Wamena", *Jurnal Emba*, Vol. 3 No.3, 2015, hlm. 959-970

pengunjung, dan memberikan jaminan yang pasti. Pada umumnya, pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Dimana semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk jasa.

Pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.<sup>99</sup> Kualitas pelayanan merupakan kemampuan pengendalian atas keunggulan cara dalam melayani dan memenuhi keinginan dari konsumen. Pelayanan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam suatu bisnis. Ukuran kualitas pelayanan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.<sup>100</sup>

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Department Store di Solo Grand Mall, diperoleh hasil variabel independen yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian juga dilakukan Zurni Zahara

---

<sup>99</sup>Atik Septi Winarsih dan Ratminto, *Manajemen Pelayanan.....*, hlm. 2

<sup>100</sup>Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2004), hlm.

Samosir yang berjudul Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpus USU diperoleh hasil kapuasan pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan perpustakaan USU.<sup>101</sup> Penelitian serupa juga dilakukan oleh Muhammad Yusri dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Gool Futsal Mangga Dua Surabaya, diperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Gool Futsal Mangga Du Surabaya.<sup>102</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan peneliti sesuai berdasarkan teori dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menunjukkan hasil bahwa insentif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

#### **E. Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Sea Bless Futsal**

Dari hasil uji F didapatkan nilai Fhitung sebesar lebih besar dari Ftabel dan nilai signfikansi lebih kecil dari 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ ). Sehingga berdasarkan penelitian ini harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Sea Bless Futsal.

Dari penelitian yang saya lakukan pada pengunjung yang menyewa Sea Bless Futsal, kepuasan yang mereka rasakan cukup tinggi. Hal ini dibuktikan

---

<sup>101</sup>Zurni Zahara Samosir, "Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpus USU", *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 1 No.1, 2005

<sup>102</sup>Muhammad Yusri, "Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Gool Futsal Mangga Dua Surabaya", *Jurnal Ilmiah*, Vol. 2 N0. 1, 2013

dengan kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Dimana kebanyakan responden menyatakan setuju dan puas terhadap jasa penyewaan lapangan Sea Bless Futsal secara keseluruhan. Mereka juga menyatakan setuju dan puas terhadap pelayanan Sea Bless Futsal yang ramah dan cepat serta harga yang ditawarkan dirasa sudah sesuai dengan manfaat yang mereka dapatkan. Selain itu, kebanyakan responden setuju dan puas terhadap fasilitas Sea Bless Futsal yang lengkap dan terawat. Dengan demikian harga yang ditawarkan, lokasi yang strategis, fasilitas yang lengkap dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada konsumen sangat baik sehingga mampu memberikan kepuasan konsumen dan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap jasa yang ditawarkan Sea Bless Futsal.

Dalam penelitian ini didapat hasil bahwa harga, lokasi, fasilitas kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Sea Bless Futsal. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Krisdayanto dkk. yang berjudul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Café Lina Putra Net Bandungan diperoleh hasil Harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di I Café Lina Putra Net Bandungan.<sup>103</sup> Penelitian serupa juga dilakukan oleh Ahmad Mansur Pane yang berjudul Pengaruh Kualitas Lyanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal, diperoleh hasil kualitas layanan, fasilitas, harga, dan lokasi secara

---

<sup>103</sup>Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono dan Edward Gagah, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Café Lina Putra Net Bandungan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>104</sup>

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kesan terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan terhadap suatu produk tersebut. Kepuasan merupakan suatu fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Dalam menciptakan kepuasan konsumen, maka penting bagi perusahaan untuk mengetahui dan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus menyusun strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan bauran pemasaran, yaitu seperangkat alat (variabel) yang disusun sedemikian rupa sehingga didapat kombinasi yang pas untuk membentuk karakteristik produk. Bauran pemasaran jasa dibagi menjadi 8P, yaitu *product, price, promotion, place, people, physical evidence* dan *customer service*.<sup>105</sup>

Bauran pemasaran harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan yang tepat akan menciptakan kepuasan pada konsumen dan pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan yang loyal (setia).<sup>106</sup> Inilah yang akan menjadi penentu keberhasilan suatu perusahaan. Karena pada dasarnya tujuan perusahaan adalah laba dan kepuasan konsumen. Konsumen yang puas dan loyal dalam jangka panjang akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Mereka akan menjadi bukti untuk orang lain tentang kualitas jasa perusahaan. Sehingga orang lain yang

---

<sup>104</sup>Ahmad Mansur Pane, "Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal", *Skripsi Manjaemen Ekonomi Bisnis*, 2017

<sup>105</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan.....*, hlm. 41-42

<sup>106</sup>Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi.....*, hlm. 12

belum pernah mengkonsumsi jasa perusahaan tersebut akan tertarik karena informasi yang disampaikan oleh pelanggan loyal tersebut.