

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI PLANET FUTSAL BATAM**



Oleh:

Nicholas Arnold Leonardo Siburian

170910298

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI PLANET FUTSAL BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana



Oleh:

Nicholas Arnold Leonardo Siburian

170910298

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nicholas Arnold Leonardo Siburian

Npm : 170910298

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PLANET FUTSAL BATAM.

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Nicholas Arnold Leonardo Siburian

170910298

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI PLANET FUTSAL BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Nicholas Arnold Leonardo Siburian
170910298**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini
Batam, 24 Januari 2022**



**Syaifullah, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perkembangan usaha saat ini menimbulkan persaingan yang signifikan. Hal itu menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan serta keuntungan. Salah satunya ialah perkembangan usaha di bidang jasa penyewaan lapangan. Persaingan usaha ini di Indonesia mulai ketat, khususnya di Kota Batam sebagai daerah yang beraneka jenis usaha, yang membuat persaingan diantara konsumen local maupun global. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Planet Futsal Batam secara parsial dan simultan. Sampel dari konsumen Planet Futsal Batam sebanyak 181 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini diketahui dimana hasil uji t untuk fasilitas $3,671 > t_{tabel} 1,653$ nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan kualitas pelayanan $9,103 > 1,653$ nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil penelitian fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H1 diterima) dan kualitas pelayanan secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H2 diterima). Hasil uji f dimana $f_{hitung} 343,938 > f_{tabel} 3,04$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H3 diterima).

Kata Kunci : Fasilitas; Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

In the global enterprise development today has led to quite tight competition. One of them is business development in the field of field rental services. This causes businesses to be increasingly required to have the right business strategy in meeting sales volume targets and profits. One of them is the development of business in the field of field rental services. This business competition in Indonesia is getting tougher, especially in Batam City as an area with various types of business, which makes competition between local and global consumers. This research aims to determine partially along with simultaneously to impact of facilities also service quality on customer satisfaction in Futsal Batam. The formula make use of accidental sampling along with data collection techniques apply with a questionnaire. It can be stated the t-test result is $3.671 > t\text{-table } 1.653$, with significant score is $0.000 < 0.05$ also with the service quality is $9.103 > 1.653$, the significant figure is $0.000 < 0.05$. From results proved that the equipment partially positive then significant had influence on customer satisfaction (accepted H1) same with service quality had a positive also relevant to influence on customer satisfaction (accepted H2). F-test results, the number $343.938 > f\text{table } 3.04$ also for significance score of $0.000 < 0.05$. That could stated a equipment and service quality own a positive also relevant to influence of customer satisfaction (assumption H3).

Keywords: *Facilities, Quality Service, Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Panyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang sudah membantu, membimbing dan memberikan ilmu yang berharga kepada penulis.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Bapak Heri selaku Supervisor Planet Futsal Batam yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini.
7. Kedua orang tua dan saudara yang memberikan dukungan dan motivasi dan senantiasa memberikan doa.
8. Teman – teman saya yang telah membantu dan telah memberi dorongan ke saya dalam penulisan skripsi.
9. Para responden dan semua pihak yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 24 Januari 2022



Nicholas Arnold Leonardo Siburian

170910298



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR RUMUS	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Fasilitas.....	9
2.1.1.1 Pengertian Fasilitas.....	9
2.1.1.2 Karakteristik fasilitas.....	9
2.1.1.3 Unsur-unsur fasilitas.....	10
2.1.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas.....	10
2.1.1.5 Indikator fasilitas	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.2 Karakteristik layanan	13
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.4 Ciri-ciri Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.2.5 Indikator Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3 Kepuasan Konsumen	16
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	16
2.1.3.3 Pengukuran kepuasan konsumen.....	17
2.1.3.4 Manfaat kepuasan konsumen.....	18
2.1.3.5 Indikator Kepuasan Konsumen	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.3.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	21

2.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.3.3	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.4	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Sifat Penelitian.....	24
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian	25
3.3.1	Lokasi Penelitian	25
3.3.2	Periode Penelitian	25
3.4	Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1	Populasi	25
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	26
3.4.3	Sampel	27
3.5	Sumber Data	27
3.6	Metode Pengumpulan Data	27
3.7	Definisi Teoritis Variabel Penelitian	27
3.7.1	Variabel Independen.....	28
3.7.1.1	Fasilitas	28
3.7.1.2	Kualitas Pelayanan	28
3.7.2	Variabel Dependen	29
3.8	Metode Analisis Data	31
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	31
3.8.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	32
3.8.2.1	Uji Validitas.....	32
3.8.2.2	Reliabilitas Data	33
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	34
3.8.3.1	Uji Normalitas	34
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	34
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	35
3.8.4	Uji Pengaruh	35
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.8.4.2	Uji R ² (Analisis Determinasi)	36
3.9	Uji Hipotesis	36
3.9.1	Uji t (Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Parsial)	36
3.9.2	Uji f (Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Simultan) ...	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Logo Perusahaan/Usaha	38
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Profil dari Responden	39
4.2.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.2.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2.1.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	41
4.2.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	42
4.2.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas (X1)	42

4.2.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	45
4.2.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	47
4.2.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	49
4.2.3.1	Hasil Uji Validitas	49
4.2.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	51
4.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.2.4.1	Hasil Uji Normalitas	53
4.2.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	55
4.2.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.2.5	Hasil Uji Pengaruh	57
4.2.5.1	Uji Regresi Linear Berganda	57
4.2.5.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58
4.2.6	Hasil Uji Hipotesis	59
4.2.6.1	Hasil Uji t	59
4.2.6.2	Hasil Uji f	60
4.3	Pembahasan	60
4.3.1	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	60
4.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	61
4.3.3	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	61
4.4	Implikasi Hasil Penelitian.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	64
Daftar Pustaka		65
LAMPIRAN.....		68
Lampiran 1. Pendukung		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1 Logo Planet Futsal Batam.....	38
Gambar 4. 2 Diagram Histogram.....	53
Gambar 4. 3 Diagram <i>Normal P-P Of Regression Standardized Residual</i>	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Fasilitas di Planet Futsal Batam	2
Tabel 1. 2	Keluhan pelanggan Planet Futsal Batam tahun 2020-2021.....	3
Tabel 1. 3	Data yang menyewa pada Planet Futsal Batam tahun 2020-2021	5
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1	Periode Penelitian	25
Tabel 3. 2	Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3. 3	Rentang Skor Kriteria Pernyataan.....	31
Tabel 3. 4	Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	33
Tabel 4. 1	Berdasarkan Gender	39
Tabel 4. 2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4. 3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4. 4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4. 6	Skor Indikator Variabel Fasilitas.....	42
Tabel 4. 7	Skor Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4. 8	Skor Indikator Variabel Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Fasilitas.....	49
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	50
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 4. 12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas	52
Tabel 4. 13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 4. 14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 4. 15	Hasil Uji Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov	55
Tabel 4. 16	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 17	Hasil Uji Heteroskedastisitas Park Gleyser.....	56
Tabel 4. 18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 19	Hasil Uji Rsquare	58
Tabel 4. 20	Hasil Uji t	59
Tabel 4. 21	Hasil Uji f	60

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	26
Rumus 3. 2 Rumus Rentang Skala.....	31
Rumus 3. 3 Korelasi Product Moment.....	32
Rumus 3. 4 Conbrach Alpha	33
Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda	35
Rumus 3. 6 Koefisien Determinan	36



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya peningkatan keahlian setiap orang perlu yang namanya kegiatan olahraga contohnya yang sedang digemari orang yaitu futsal. Untuk meningkatkan kemampuan butuh yang namanya sarana dan prasarana yang memadai untuk melakukannya. Dikarenakan kurangnya fasilitas di Batam, dari hal ini memberikan potensi untuk membuka sebuah peluang bagi para pebisnis yang memiliki minat dibidang olahraga yang bertujuan meningkatkan potensi dari seorang atlet futsal yaitu dengan membuka sebuah tempat atau prasarana dimana para atlet bisa melatih talenta yang dia punya (Topa, 2020: 2)

Untuk mengatasi situasi yang semakin banyak masyarakat ingin melakukan kegiatan olahraga futsal, maka dibuatlah Gedung olahraga, atau pun tempat penyewaan lapangan lainnya yang menjadi prasarana bagi masyarakat yang ingin berlatih, atau yang butuh hiburan bahkan untuk kegiatan ajang perlombaan (Topa, 2020: 3).

Dalam penyewaan tempat perlu adanya ketersediaan berbagai fasilitas yang di mana memiliki peran penting dalam memenuhi kepuasan konsumen. Fasilitas termasuk dari tolak ukur atau aspek utama dalam persaingan bisnis di bidang jasa dalam bentuk usaha penyewaan tempat. Dengan adanya kelengkapan dari fasilitas yang cukup, menguatkan terpenuhinya dari kebutuhan konsumen dengan maksimal (N. Arianto & Muhammad, 2018).

Karena ada dari beberapa fasilitas masih belum memenuhi keinginan konsumen seperti parkirannya yang di mana para konsumen yang datang masih sulit memarkirkan kendaraannya karena lahan parkirannya yang terbilang masih sempit untuk kendaraan beroda 2 dan beroda 4. Bahkan untuk kursi penonton masih terbilang sedikit sehingga kesulitan buat para penonton untuk mendapatkan tempat duduk. Untuk kipasnya kurang dijaga kebersihannya mengakibatkan banyak debu yang menumpuk di kipas dan membuat suasana lapangan jadi panas.

Agar melengkapi informasi dari fasilitas yang didukung oleh pemilik tempat kepada konsumen pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Fasilitas di Planet Futsal Batam

Nomor	Facilities	Total	Keterangan
1	Lobby	Berjumlah 1	Terdapat 3 kursi panjang yang berdebu dan suasana yang kurang nyaman
2	Parkiran	Berjumlah 1	Kurang luas untuk kendaraan roda 4
3	Kipas	Berjumlah 3	Kurang terawat ada debu yang sudah tebal
4	Tempat penonton	Ada 1 tempat penonton per lapangan (dari 4 lapangan)	2 kursi panjang/lapangan, dengan kondisi berdebu dan ada yang rusak

dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa fasilitas yang dialokasikan oleh Planet Futsal Batam masih belum sesuai keinginan konsumen dalam hal mendapatkan fasilitas yang optimal.

Selain kelengkapan fasilitas yang menjadi aspek penting, perlu adanya sebuah aktivitas yang mendukungnya seperti penyampaian pelayanan yang baik untuk pelanggan yang datang dan pemilik tempat perlu memberikan pelayanan yang terbaik agar menarik konsumen. Dengan begitu, dapat menghasilkan sebuah rasa puas dari konsumen. Hal ini memberikan nilai tambah kepada konsumen sehingga merasa terpuaskan dari pelayanan yang diterima pelanggan dan konsumen tetap menyewa lapangan tersebut dan menjadikan sebagai tempat akan pemenuhan kebutuhan yang sesuai keinginannya (Siswanto & Heryenzus, 2020: 250).

Peneliti mengambil *riview* dari konsumen yang bertujuan untuk melihat beberapa keluhan dari konsumen. Bisa dilihat di table berikut:

Tabel 1. 2 Keluhan pelanggan Planet Futsal Batam tahun 2020-2021

No	Tanggal	Jumlah	Keluhan
1	12 Oktober 2020	Ada 2	Pelayanan yang kurang ramah dan papan <i>score</i> yang tidak terawat
2	15 November 2020	Ada 2	Ada lapangan yang rusak di bagian rumputnya, kursi penonton yang sedikit
3	20 Januari 2021	Ada 1	Untuk penerangan lapangan yang agak kurang
4	05 Maret 2021	Ada 2	Kurang nyaman untuk suasananya dan berisik dari kendaraan karna berdekatan

			dengan jalan raya
5	10 April 2021	Ada 1	Tidak ada ruang untuk orang yang merokok karna banyak tamu yang merokok sehingga ruangan jadi sesak atau pengap

Dari tabel keluhan pada atas, kualitas pelayanan Planet Futsal Batam belum memenuhi persyaratan konsumen, ketika konsumen tidak puas dengan pelayanan yang baik dari pemilik tempat. Hal ini terlihat pada Tabel dan buat pelayanan yang tidak ramah ke konsumen pada Oktober 2020 di atas mengakibatkan konsumen merasa tidak puas ketika memesan atau menyewa lapangan. Lalu jangan hanya penekanan di kualitas pelayanan saja pemilik lapangan kurang optimal dalam memberikan fasilitas seperti yang mampu Anda lihat pada tabel keluhan pada atas, terdapat beberapa penonton kesulitan untuk mendapatkan kursi apabila saat ramai. Karena itu, untuk perusahaan jasa, pemilik usaha perlu memperhatikan apa yang dapat menyenangkan konsumen saat menyewa lapangan pada Planet Futsal Batam.

Konsumen mengalami apa yang dianggap kepuasan, jika dihasilkan dari kegiatan apapun yang disediakan penyewa tempat sesuai dari keinginan konsumen. Kepuasan konsumen artinya yang berhubungan ke penilaian atau perbandingan fitur produk, layanan atau fasilitas yg disediakan oleh perusahaan atau pemilik bisnis dengan tujuan menaikkan kepuasan konsumen. Konsumen merasa puas dengan kinerja perusahaan atau pemilik usaha, memungkinkan konsumen mempertahankan loyalitasnya pada perusahaan (Siregar, 2021: 6-7)

Terdapat data jumlah pengunjung yang menyewa tempat dari tahun 2020-2021 di Planet Futsal, dari table 1.3.

Tabel 1. 3 Data yang menyewa pada Planet Futsal Batam tahun 2020-2021

No	Bulan	Jumlah(Per Tim)
1.	Oktober 2020	39
2.	November 2020	48
3.	Desember 2020	43
4.	Januari 2021	20
5.	Februari 2021	8
6.	Maret 2021	16
7.	April 2021	29
8.	Mei 2021	24
9.	Juni 2021	26
10.	Juli 2021	12
11.	Agustus 2021	15
12.	September 2021	50
Total		330

Dari tabel di atas bahwa Planet Futsal Batam ada fenomena dari turun naiknya data pengunjung. Dapat dilihat di bulan Februari 2021 dengan jumlah 8 penyewa serta adanya peningkatan yang terjadi pada bulan Maret 2021 sebanyak 16 yang menyewa dan semakin naik bulan April 2021 sebanyak 29 yang menyewa. Kepuasan konsumen juga berperan dalam meningkatkan kemajuan suatu usaha, dengan adanya pencatatan data pengunjung, data keluhan dapat mengembangkan usaha tersebut menjadi lebih baik dan dapat memenuhi keinginan dari konsumen. Usaha dapat dikatakan maju apabila usaha tersebut mampu memberikan jasa sesuai impian konsumen serta merasa senang akan layanan dan fasilitas yang disediakan *owner*-nya.

Setelah latar belakang di jelaskan, peneliti ingin menelitinya dan mengambil judul **“Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Planet Futsal Batam.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang penelitian ini, peneliti dapat menentukan beberapa masalah yang ada, yaitu:

1. Parkiran yang sempit ketika ramai
2. Kurangnya pencahayaan
3. Lobby yang kurang nyaman
4. Kurang ramah kepada konsumen
5. Ada fasilitas yang tidak terawat.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah guna lebih fokus dalam penelitian ini karena luasnya permasalahan dan menyesuaikan waktu yang diberikan. Batasan masalah yang telah ditentukan penganalisis:

1. Objek penelitian dilakukan di Planet Futsal Batam.
2. Sampel diambil dari orang yang bermain futsal di Planet Futsal

1.4 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah dari penelitian yang akan diteliti :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam?

3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari penelitian ini bertujuan untuk :

1. Guna mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam
2. Guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Planet futsal Batam
3. Guna mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam.

1.6 Manfaat penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dengan riset ini dapat meningkatkan guna untuk pengetahuan, dan pemahaman untuk pengembangan fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat praktis

1. Bagi Peneliti

Agar mendapatkan hasil dari penelitian serta meluaskan pemahaman.

2. Bagi Universitas

Untuk menjadi sumber referensi pembelajaran bagi pembaca seperti mahasiswa/i Universitas Putera Batam

3. Bagi Perusahaan

Untuk menyampaikan sebuah solusi untuk perkembangan dari usahanya dan dapat dipertimbangkan sebagai inovasi perusahaan agar usahanya semakin maju,



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Fasilitas

2.1.1.1 Pengertian Fasilitas

Kusuma (2018:38) fasilitas merupakan sebuah aspek dalam memaksimalkan bisnis yang bergerak di bidang jasa dan perlu diutamakan dengan apa yang dirasakan konsumen. Fasilitas merupakan sebuah peralatan dengan ada bentuk fisiknya yang diberikan pemilik jasa demi kenyamanan pelanggan

Sebuah sarana yang terbukti dengan adanya bentuk fisiknya yang diberikan penjual dan pembeli (Efendi & Zaini, 2018: 86).

Perusahaan jasa yang menyediakan fasilitas yang sesuai dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen, karna adanya keterkaitan dengan keinginan konsumen (Irfan, 2019).

Dari penjelasan para ahli di atas bisa ditarik asumsi yaitu fasilitas ialah dengan adanya alat-alat yang tersedia dari perusahaan atau usaha demi kenyamanan serta kepuasan pelanggan.

2.1.1.2 Karakteristik fasilitas

Menurut pernyataan (N. Arianto & Muhammad, 2018), karakteristik dari fasilitas adalah:

1. Lahan Parkiran
2. Tampilan
3. *Air Conditioner*
4. Alat transaksi serta pamflet

2.1.1.3 Unsur-unsur fasilitas

Saputra dalam (Siregar, 2021: 16) mengatakan unsur untuk fasilitas, ialah:

Dimensi seperti ide, terutama perbandingan, warna, serta lainnya diperhitungkan, disatukan, dan diperluas guna membangkitkan emosi pelaku bahkan pemirsa.

Perencanaan tata ruang, termasuk desain interior dan rangan bangunan, dengan menentukan peralatan dalam ruang dan mendisain aliran siklus.

Perangkat ini berguna sebagai rekomendasi untuk perlindungan barang berharga dan sebagai tanda selamat datang bagi pelanggan.

Pencahayaan adalah kondisi yang perlu dan perlu di dalam ruangan.

Cat dipakai sebagai efisiensi, untuk menciptakan pandangan nyaman dan mengantisipasi dari bahaya. Corak yang dipergunakan dalam interior furnitur ada keterkaitan dengan dampak perasaan dari warna yang ditentukan.

Perishability berarti bahwa layanan terputus-putus dan tidak dapat di stok.

2.1.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas

Faktor untuk fasilitas yang dapat ditemukan menurut Suyitno dalam (Siregar, 2021: 17) sebagai berikut :

1. Ketersediaan, kebersihan serta penataan fasilitas sesuai yang rekomendasi

2. Keadaam serta kegunaan fasilitas sesuai yang direkomendasi
3. Akses yang mudah dalam pemakaian sarana yang dianjurkan.
4. ketersediaan peralatan yang dipakai.

2.1.1.5 Indikator fasilitas

Menurut Tjiptono dalam (Krisdayanto et al., 2018) terdapat 6 Indikator dari fasilitas diantaranya:

1. Perencanaan spasial.

Aspek yang menjadi pertimbangan, dapat digabungkan, dan di inovasi dengan tujuan menjadi daya tarik yang intelektual ataupun secara emosional, serta mendapat respon dari pengguna ataupun yang menyaksikannya yaitu dari proporsi, tekstur, warna, dan lainnya.

2. Perancangan ruangan.

Dalam merancang suatu interior serta arsitektur guna mendapat kesan yang menarik perlu adanya seperti penempatan perabotan dan perlengkapan pada setiap ruang, saluran udara, dan serta perancangan lainnya.

3. Kelengkapan dari perabotan.

Guna untuk menjadi sebuah pajangan ataupun infrastruktur pendukung dalam penambah rasa nyaman bagi pelanggan.

4. Tata cahaya.

Penataan pencahayaan sesuai sifat kegiatan yang dilakukan pada ruangan serta suasana yang diinginkan.

5. Warna.

Yang dimaksud adalah jenis pewarnaan ruangan.

6. Pesan yang disampaikan secara grafis.

Aspek krusial serta saling terkait dalam unsur ini ialah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan rona, pencahayaan serta pemilihan bentuk lambang atau pertanda yang dipergunakan buat maksud eksklusif.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Aktivitas sebagai fungsi untuk (Maramis, Sepang, & Soegoto, 2018) pemenuhan kebutuhan dari pelanggan yang dimana menjadi perspektif dan fokus utama dari perusahaan merupakan penjelasan kualitas layanan (Nuridin, 2018: 22).

Dari penelitian (Maramis et al., 2018) yang menjadi suatu bentuk acuan untuk penilaian pelanggan terhadap pelayanan dengan didasari pelayanan yang sudah diharapkan konsumen pengertian dari kualitas pelayanan.

Sedangkan pengertian kualitas pelayanan Menurut (Septian & Saputra, 2020), yaitu tingkat kesempurnaan yang diharapkan dari konsumen untuk memenuhi kebutuhan sesuai kesukaan konsumen.

(Siswanto & Heryenzus, 2020: 252) menjelaskan faktor terpenting untuk menciptakan rasa puas dari pelanggan melalui pelayanan yang baik karna memiliki efek yang dimana konsumen untuk menggunakan kembali atau mengkonsumsi barang yang sama dan tempat yang sama.

Berdasarkan interpretasi penulis menyimpulkan kualitas pelayanan, ialah sebuah bentuk penilaian kinerja suatu penyedia jasa sesuai dengan selera serta terpenuhinya kebutuhan pelanggan.

2.1.2.2 Karakteristik layanan

Menurut Tjiptono dalam (Armaniah, Marthanti, & Yusuf, 2019: 64) mengatakan terdapat 4 karakteristik unik yang membedakannya memiliki dampak untuk seni manajemen dalam pengelolaan pemasaran, diantaranya ialah:

1. *intangibility*

Jasa tidak berwujud, yang berarti tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar, atau disentuh sebelum di beli serta dipakai.

2. *Variability*

Layanan sangat bervariasi karena tidak terstandarisasi; dengan maksud bentuk, kualitas dan jenisnya berbeda-beda tergantung siapa yang memberikan jasa, kapan dan dimana.

3. *Inseparability*

Barang biasanya pertama kali diproduksi, kemudian dijual dan dipakai. Mereka biasanya pertama kali dijual, setelah diproduksi serta dikonsumsi secara bersamaan.

4. *Perishability*

Jasa yang sifatnya sementara dan tidak dapat ditabung, dijual kembali atau dikembalikan untuk penggunaan di masa mendatang.

2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada 10 dimensi kualitas pelayanan yang perlu diterapkan menurut (Salim, Rahayu, & Sudjatno, 2019: 524) sebagai berikut:

1. Keandalan, termasuk kesesuaian pekerjaan serta keandalan. Bahwa perusahaan menepati apa yang sudah dijanjikan seperti memberikan pelayanan diharapkan.
2. Perspektif adalah kesediaan staf dalam memberikan pelayanan ke pelanggan.
3. Kompetensi, hal ini mengacu pada pemahaman serta *skill* pegawai melayani pelanggan.
4. Tata krama, yaitu keramatahman staf yang melakukan pelayanan ke pelanggan.
5. Kejujuran dan kepercayaan mempengaruhi karakteristik pribadi konsumen.
6. Keamanan yang terjangkau sekaligus aman bagi konsumen.
7. Akses, yaitu pertemuan dan komunikasi yang mudah, akses yang mudah ke lokasi dan fasilitas pelayanan, tidak perlu menunggu lama, dan tersedia jaringan yang dapat diakses.
8. Komunikasi, ialah membagikan data akurat dan mudah dimengerti pelanggan dan selalu merespon pengaduan dari pelanggan.
9. Memahami pelanggan, khususnya pemilik usaha untuk memahami apa yang menjadi keinginan pelanggannya.
10. Setiap bukti fisik seperti fasilitas, seperti personel dan peralatan.

2.1.2.4 Ciri-ciri Kualitas Pelayanan

Menurut Rifauddin (Septian & Saputra, 2020: 16) ciri yang dianggap baik yaitu :

1. Ada komitmen untuk setiap pelanggan dari awal sampai akhir
2. Dapat menjawab secara cepat dan akurat
3. Adanya hubungan yang baik
4. Semua transaksi dapat diamankan
5. Memiliki wawasan dan kemampuan
6. Mencoba mencari tahu apa yang diinginkan konsumen
7. Dapat membawa kepercayaan pelanggan

2.1.2.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam mengoptimalkan layanan, pemilik usaha perlu mengukur apa menjadi tingkat keinginan konsumen. Menurut Aswada (Nababan, 2021:12) ada 5 indikator kualitas pelayanan:

1. Memiliki bentuk fisik (tangible) adalah kualitas keberadaan suatu perusahaan kepada pihak eksternal.
2. Keandalan adalah keahlian dalam melayani sesuai yang telah disepakati secara langsung, yang benar serta dapat merasa puas.
3. Responsiveness adalah keahlian dalam melayani pelanggan dengan efisien dan konsisten terhadap deskripsi informasi yang jelas.
4. Jaminan adalah jaminan atas kebijaksanaan, kesopanan, kompensasi, dan kekuatan staf yang di perusahaan dalam menciptakan kepercayaan di antara konsumen atas layanan perusahaan.
5. Empati berarti memberi pelanggan fokus yang tulus dan pribadi untuk memahami keinginan pembeli.

2.1.3 Kepuasan Konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut riset (Erlinda & Kurniawan, 2020: 5), menjelaskan bahwa sebuah sistem intelektual mendasar yang memiliki peran untuk membantu dalam memutuskan pembeliannya disebut kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan titik temu dari penyedia layanan dalam memenuhi atau tidak terpenuhinya keinginan pelanggan dari performa dan aspek lainnya (Ajizah & Nurlaela, 2018: 38).

Menurut Herlambang di penelitiannya, menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan ukuran emosi yang terjadi pada pelanggan ketika jadi pertimbangan di antara kinerja dan keinginan pelanggan (Khairani, Siregar, Hutabalian, & Karolina, 2019: 131).

Dari pengertian sebelumnya, peneliti menyimpulkan tingkat terakhir dari penyedia jasa, terlepas dari apakah kinerja penyedia jasa tersebut sudah memenuhi keinginan, harapan konsumen atau tidaknya ialah kepuasan konsumen.

2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Dari penelitian (Nuridin, 2018: 22) mengatakan terdapat lima faktor yang memiliki dampak ke kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Kualitas produk adalah terpenuhinya keinginan konsumen apabila barang dan jasa bisa dapat diterima pelanggan sesuai dan memenuhi harapan. Pelanggan selalu ingin produk dengan kualitas tinggi karna dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

2. Kualitas layanan ketika konsumen menerima dan puas dengan kualitas layanan atau hasil yang diharapkan
3. Secara emosional, konsumen bangga memiliki produk atau layanan yang bernilai sosial tinggi dan karena itu ada rasa percaya.
4. Harga, produk sejenis namun terjangkau akan menambah nilai bagi konsumen.
5. Anggaran, konsumen akan puas dengan produk dan layanan tanpa perlu menambah biaya lebih.

2.1.3.3 Pengukuran kepuasan konsumen

Menurut Atmadjati dalam (Nababan, 2021: 23) ada cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem pengaduan dan usulan, beberapa usaha yang menyediakan kotak surat konsultasi serta menerima keberatan dari pelanggan.
2. Survei Kepuasan Pelanggan adalah perusahaan menggunakan metode survei demi mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen secara langsung atau tidak langsung.
3. *Ghost Shopping* adalah perusahaan yang memesan orang tertentu kepada perusahaan lain atau perusahaan mereka sendiri sebagai pembeli yang memberikan keuntungan dan kerugian dari layanan pembeli.
4. *Missing Customer Analysis* adalah pelanggan yang kehilangan kontak dengan mereka, adanya sikap dimana perusahaan untuk mencari tau alasan

dari perubahan dari pelanggan seperti persoalan yang terjadi dan apa bisa ditangani atau sudah terlambat untuk ditangani.

2.1.3.4 Manfaat kepuasan konsumen

Berdasarkan pernyataan Chulaifi (Septian & Saputra, 2020:19-20) Kehadiran pelanggan yang puas dapat membawa sejumlah manfaat, antara lain :

- a. Perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan pelanggannya.
- b. Berikan aturan pembelian yang tepat.
- c. Untuk mempromosikan loyalitas konsumen.
- d. Membuat rekomendasi di antara konsumen bermanfaat bagi reputasi perusahaan dari pandangan pelanggan.

2.1.3.5 Indikator Kepuasan Konsumen

Kotler & Keller dalam (Hermayani, 2021), mengemukakan bahwa kepuasan konsumen memiliki 3 indikator sebagai berikut :

1. Kemauan membeli lagi
2. Minta referensi
3. Sesuai ekspektasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk penelitian, perlu ada penelitian dari para ahli terdahulu untuk referensi dan perbandingan. Tujuan dari penelitian sebelumnya adalah untuk menemukan hasil riset sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Di bawah ini ialah rangkuman yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Ajizah, E., & Nurlaela, S. (2018) ISSN : 2407-6325 (DOAJ)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Mutiara Di Rangkasbitung	Regresi Linear Berganda	kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel mutiara di Rangkasbitung dan pengaruhnya adalah positif.
2	Arianto, Nurmin., & Muhammad, Jeffry (2018) ISSN : 2615-6849 (SINTA)	Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa	Regresi Linear Berganda	Fasilitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada ssshotel Dharawangsa dan pengaruhnya positif
3	Krisdayanto, Iqbal., Haryono, Andi Tri, S.E.,M.M., & PT, Edward Gagah, S.E., M.M.	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra	Regresi Linear Berganda	harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan

	(2018) ISSN : 2502 – 7689 (Google Scholar)	Net Bandungan		terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya positif.
4	Butarbutar N., Syah T.Y.R., Anindita R. (2019) ISSN 2226-1184 (DOAJ)	<i>The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction At Pt Multi Rentalindo: A Case Study Of Employees In Kawan Lama West Jakarta</i>	Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan berpengaruh positif
5	Nilashi, Waseso., Abumalloh, Rabab A., Alghamdi, A., Bidgoli, Behrouz M., Alsulami, Abdulaziz A., Thanoon, M., Asadi, S., Samad, S. (2021) (Science Direct)	<i>What Is The Impact Of Service Quality On Customers’ Satisfaction During COVID-19 Outbreak? New Findings From Online Reviews Analysis</i>	Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan berpengaruh positif
6	Ahmad Zaenudin,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan	Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan dan

	Tiurniari Purba ISSN : 2621-9441 (Google Scholar)	Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Multi Prima Daya Perkasa		fasilitas berpengaruh signifikan dan pengaruhnya positif
7	Irfan, Andi M. (2018) ISSN : 2087-2178 (SINTA)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

2.3 Kerangka Pemikiran

Dikatakan suatu rancangan dan keterlibatan diantara faktor yang dikatakan dan telah dinyatakan adanya masalah yang berhubungan dan perlu diperhatikan. (Sugiyono, 2019).

2.3.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

fasilitas ialah bermacam-macam jenis peralatan yang ada dari pemilik usaha untuk pengisi keinginan pelanggannya agar dapat memaksimalkan kepuasan konsumen.

(Baiti et al., 2020) ISSN: 2302-7150 Berdasarkan Penelitiannya berjudul Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Prima, Harga Diskon Terhadap Kepuasan

Konsumen (Studi Kasus Pada Fajar Musik Studio Jl. Hasanudin No. 223A Kota Batu). Dikatakan adanya signifikan pada fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan mempunyai keistimewaan, menonjol dan menarik perhatian semua orang dan memberikan respons yang baik kepada pelanggan, karena mereka tidak menginginkannya terlalu lama. Jenis layanan inilah yang membawa kesenangan khusus bagi pelanggan.

Dari hasil riset (Ajizah & Nurlaela, 2018) yang berjudul tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Mutiara Rangkasbitung dengan nomor ISSN: 2407-6325. Membuktikan kalau kualitas pelayanan berefek positif terhadap kepuasan pelanggan.

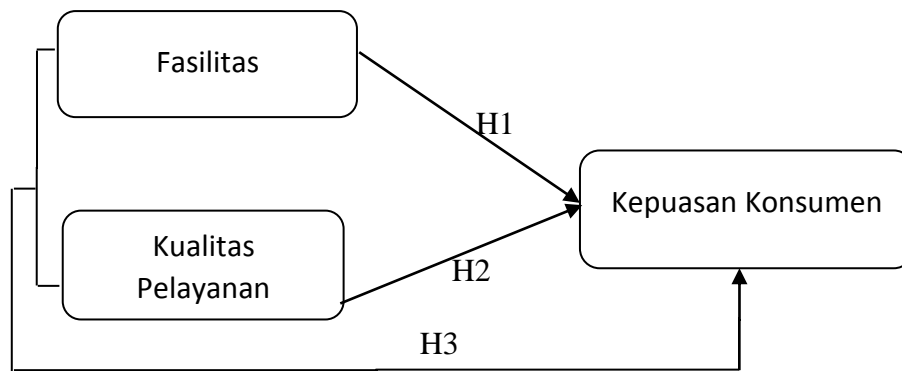
2.3.3 Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Konsumen

Konsumen akan senang dan terpuaskan apabila apa yang diharapkannya sesuai. Karna, dapat dikatakan apabila perasaan yang senang akan *result* yang dicapai setelah menerima layanan yang baik serta memuaskan dikarenakan kinerja dari pihak yang berkontribusi di usaha itu sesuai dengan yang di harapkan pelanggannya yang dimaksud kepuasan pelanggan.

Dari kesimpulan penelitian (N. Arianto & Muhammad, 2018) ISSN: 2615-6849, dengan judul penelitian Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada hotel Dharmawangsa..

Kerangka pemikiran dapat diambil dari penelitian ini yaitu :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Sugiyono mengemukakan dalam (Syaifullah & Mira, 2018: 88), jawaban yang bersifat kotemporer dalam perumusan masalah sebuah penelitian, dari yang telah dikemukakan berupa pertanyaan. Dari landasan teori serta kerangka pemikiran penelitian ini, terdapat hipotesis penelitian ialah :

H1 : Fasilitas berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam

H2 : Kualitas Pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam

H3 : Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif significant terhadap kepuasan konsumen di Planet Futsal Batam



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti memakai bentuk kuantitatif saat melakukan penelitiannya. Metode penelitian ini supaya dipahami sebagai metode penelitian dengan landasan pada filosofi positiv, berfungsi sebagai teknik penelitian ini pada sampel tertentu, serta menampung data dengan memakai alat penelitian, menganalisis data kuantitatif/statistik, digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Struktur penelitian yang dipakai ialah teknik analisis kuantitatif untuk memberikan penjelasan variabel yang diamati. Peneliti mengambil data dari metode kuesioner ataupun survei. Menggunakan analisis linear berganda, yang dimana melihat data dalam bentuk tabel, grafik, ataupun gambar untuk menambah pembelajaran. Di Planet Futsal Batam akan dilakukan penelitiannya.

3.2 Sifat Penelitian

Kegiatan yang memodifikasi sebuah penelitian orang lain dinamakan penelitian replikasi. Dari penelitian ini peneliti menggunakan peneliti terdahulu dengan tujuan untuk memberikan ide serta gagasan baru untuk mengelola data, variabel mupun pengukurannya.(Armansyah, Azis, & Rossanty, 2020: 239).

3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian ini ialah di Planet Futsal Batam yang bertempat di Jalan Suprpto, Kelurahan Buliang, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam, Kepri (Kode pos: 29425).

3.3.2 Periode Penelitian

Periode yang diperlukan untuk meneliti dapat dilihat pada tabel berikut.:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Keterangan	Sept 2021	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022
Mengajukan Judul					
Pendahuluan					
Tinjauan Pustaka					
Metode Penelitian					
Kuesioner					
Mengolah Data					
Hasil dan Pembahasan					
Kesimpulan dan Saran					
Abstrak					
Penyerahan Skripsi					

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Semua subjek yang ada akan di jadikan tolak ukur dan di teliti dalam penelitian disebut populasi (Sugiyono, 2019: 126). Populasi bisa didapat bukan dari objek atau subjek saja bahkan semua karakteristik yang mempunyai kuantitas

serta bersifat tertentu. Maka dari itu terdapat Populasi yang diambil dari jumlah penyewa di tahun 2020-2021 dengan total 330 di Planet Futsal Batam.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Untuk mewakili sampel, ukuran sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N.a^2)} \quad \text{Rumus 3. 1 Rumus Slovin}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

n = total sampel

N = total populasi adalah 330

a^2 = tingkat kesalahan 5%;

1 = konstanta

Sesuai dari data total dari populasi pada Tahun 2020-2021 berjumlah 330 penyewa di Planet Futsal Batam, toleransi tingkat kesalahan adalah 5%. Hasil akan didapatkan dengan menggunakan rumus slovin dibawah ini:

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

$$n = \frac{330}{1 + 330(5\%)^2}$$

$$n = \frac{330}{1 + 330(0.0025)}$$

$$n = \frac{330}{1 + 0.825}$$

$$n = \frac{330}{1.825}$$

$$n = 180,82$$

$$n = 181$$

setelah dilakukan perhitungan, sampel yang didapati ialah 180.82 orang yang digenapkan jadi 181 orang. Maka sampel yang akan dipakai untuk penelitian ini ialah 181 responden.

3.4.3 Sampel

Sampel ialah komponen dari jumlah yang diteliti dari kekhususan yang terdapat di populasi sebuah penelitian (Sugiyono, 2019: 127). Teknik pengujian yang digunakan adalah *Accidental Sampling* dikarenakan terlalu banyak dan sulit dalam mengidentifikasi setiap penyewa serta survey membutuhkan yang tidak singkat.

3.5 Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan teknologi pengumpulan data berupa survei kuesioner, berupa pengiriman serangkaian laporan dalam bentuk tertulis kepada partisipan Data primer merupakan data hasil penelitian yang dilakukan secara langsung pada konsumen yang menggunakan Planet Futsal Batam dengan menyebarkan kuisisioner..

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangat dibutuhkan dalam meneliti. Cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview, dan kuesioner (Sugiyono, 2019: 296). Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat utama dalam mendapatkan data. Guna memudahkan mengambil data yang dibutuhkan untuk pengujian.

3.7 Definisi Teoritis Variabel Penelitian

Didefinisikan sebagai objek yang berbeda, atribut ataupun seseorang, dimana memiliki berbagai jenis diantara satu objek dengan objek lainnya disebut variabel

menurut Hatch dan Farhady (Sugiyono, 2019: 67). Terdapat macam-macam variabel dalam penelitian yaitu *variable independen* dan *variable dependen*.

3.7.1 Variabel Independen

Variabel ini biasanya dianggap *stimulus* atau *prediktor*, dimana sifatnya yang mempengaruhi atau alasan terjadinya perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2019: 69). Di penelitian ini yang menjadi X1 ialah fasilitas dan X2 kualitas pelayanan.

3.7.1.1 Fasilitas

Sebuah sarana yang terbukti dengan adanya bentuk fisiknya yang diberikan penjual dan pembeli (Efendi & Zaini, 2018: 86). Menurut Tjiptono dalam (Krisdayanto et al., 2018) terdapat 6 Indikator dari fasilitas diantaranya:

1. Perencanaan spasial.
2. Perancangan ruangan.
3. Kelengkapan dari perabotan.
4. Tata cahaya.
5. Warna.
6. Pesan yang disampaikan secara grafis.

3.7.1.2 Kualitas Pelayanan

Dari bermacam-macam usaha yang dikerjakan perusahaan demi mendapatkan rasa senang karna terpenuhinya keinginan dari pelanggan disebut kualitas pelayanan (Hermayani, 2021). Menurut Aswada (Nababan, 2021: 12) ada 5 indikator kualitas pelayanan:

1. Memiliki bentuk fisik (tangible) adalah kualitas keberadaan suatu perusahaan kepada pihak eksternal.

2. Keandalan adalah keahlian dalam melayani sesuai yang telah disepakati secara langsung, yang benar serta dapat merasa puas.
3. Responsiveness adalah keahlian dalam melayani pelanggan dengan efisien dan konsisten terhadap deskripsi informasi yang jelas.
4. Jaminan adalah jaminan atas kebijaksanaan, kesopanan, kompensasi, dan kekuatan staf yang di perusahaan dalam menciptakan kepercayaan di antara konsumen atas layanan perusahaan.
5. Empati berarti memberi pelanggan fokus yang tulus dan pribadi untuk memahami keinginan pembeli.

3.7.2 Variabel Dependen

Biasanya dianggap ialah output, imbas ataupun akibat. dimana variabel ini dipengaruhi oleh atau imbasnya dikarenakan ada variabel bebas disebut variabel dependen (Sugiyono, 2019: 69). Untuk variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Kotler & Keller dalam (Hermayani, 2021). mengemukakan bahwa kepuasan konsumen memiliki 3 indikator sebagai berikut :

1. Kemauan membeli lagi
2. Minta referensi
3. Sesuai ekspektasi.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Fasilitas (X1)	Fasilitas yaitu sarana untuk meningkatkan nilai tambah dalam persaingan dengan	6 Indikator fasilitas yaitu: 1. Perencanaan spasial. 2. Perancangan	Skala Likert

	para pesaing lainnya.	<p>ruangan.</p> <p>3. Peralatan ataupun perkakas.</p> <p>4. Tata cahaya.</p> <p>5. Warna.</p> <p>6. Pesan yang disampaikan secara grafis.</p>	
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang dimana pemilik usaha melakukan segala cara dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya.	<p>kualitas pelayanan ada 5 Indikator yaitu :</p> <p>1. (Berwujud)</p> <p>2. (Keandalan)</p> <p>3. (<i>Responsiveness</i>)</p> <p>4. (Jaminan)</p> <p>5. (Empati)</p>	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen yaitu suatu tujuan pemilik usaha demi mencapai kenaikan profit dengan memberikan konsumen apa yang diinginkan nya dan terpenuhi.	<p>Ada 3 indikator dari kepuasan konsumen yaitu:</p> <p>1. Kemauan membeli kembali</p> <p>2. Minta rekomendasi</p> <p>3. Sesuai ekspektasi</p>	Skala Likert

3.8 Metode Analisis Data

Guna melengkapi analisis kuantitatif perlu menggunakan teknik analisis data yaitu SPSS versi 25 berguna saat menguji.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Berfungsi untuk menganalisis data dengan menggambarkan ataupun mendeskripsikan data yang sudah terkumpulkan dengan tujuan dapat menyimpulkan dan diperuntukkan untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019: 206). Pembahasan mengenai informasi atau data tentang variabel bebas yang dimana X1-nya fasilitas dan X2-nya kualitas pelayanan dan untuk variabel terikatnya dimana Y ialah kepuasan konsumen biasanya terdapat dalam analisis deskriptif.

Untuk menentukan kriteria dari analisis deskriptif dapat menggunakan rumus rentang skala. (Peneliti, 2021).

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3. 2 Rumus Rentang Skala}$$

$$= \frac{181(5-1)}{5}$$

$$= 144,8$$

Keterangan:

n = total populasi

m = total setiap jawaban

Tabel 3. 3 Rentang Skor Kriteria Pernyataan

Rentang Skala	Kriteria Pernyataan
181 – 327,6	Sangat Tidak Baik

327,7 – 473,2	Tidak Baik
473,3 – 618,8	Netral
618,9 – 764,4	Baik
764,5 - 910	Sangat Baik

Sumber : (Peneliti, 2021)

3.8.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.2.1 Uji Validitas

Dimana suatu hasil dapat dinyatakan valid ketika data tersebut memiliki kesamaan antara data yang didapat dengan data sebenarnya terjadi pada objek tersebut (Sugiyono, 2019: 175).

Nilai dari koefisien bisa didapatkan dengan memakai rumus *korelasi product moment*:

$$\frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad \text{Rumus 3. 3 Korelasi Product Moment}$$

Sumber : Sanusi (Hermayani, 2021)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien dari korelasi

i = Score item

x = Score x

n = Total dari subjek

Untuk membuktikan apa data dapat diterima atau tidaknya perlu menggunakan 2 cara yang tingkat signifikannya 0.05. dengan kriterianya yaitu:

1. Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item tersebut ada hubungan dan dinyatakan valid ,

2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item tersebut tidak ada hubungan maka dinyatakan tidak valid .

3.8.2.2 Reliabilitas Data

Bersifat konsistensi bila ditemukan kesesuaian data dengan waktu berbeda serta data tetap sama walaupun di uji berkali-kali. Tujuan dari pengujian reliabilitas untuk mengetahui bila di ukur beberapa kali akan didapati data yang serupa dapat menggunakan model *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2019).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right] \quad \text{Rumus 3. 4 Conbrach Alpha}$$

Sumber : Agung (I. J. Arianto, 2021)

Keterangan:

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian dalam setiap butirnya

$\sigma^2 t$ = Varians total

k = Jumlah item dalam instrumen

Menggunakan 2 arah dengan nilai signifikan 0.05. data dikatakan reliabel skor $alpha \geq$ skor r_{tabel} . Kriteria sesuai indeks koefisien reliabilitas:

Tabel 3. 4 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
0,80-1,00	Sangat Tinggi
0,60-0,799	Tinggi
0,40-0,599	Cukup
0,20-0,399	Rendah
<0,20	Sangat Rendah

Sumber : Agung (Hermayani, 2021)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam menguji data regresi serta korelasi perlu memakai prinsip dari *BLUE* (*best linear unbiased estimator*). Mendapatkan nilai estimasi yang baik dapat diperoleh dengan model regresi *Ordinary Least Square*. Syarat yang perlu di penuhi setidaknya ada data uji hipotesis maka bisa mendapatkan *BLUE* (Siregar, 2021).

3.8.3.1 Uji Normalitas

Sebuah uji yang digunakan untuk menilai sebaran data pada variabel berdistribusi normal atau tidaknya adalah Uji Normalitas (Faradiba, 2020: 24) Data berdistribusi normal akan membentuk sebuah kurva dengan bentuk lonceng. Tes dapat divisualisasikan menggunakan plot regresi P-plot standar di mana titik-titik dimulai di sekitar garis yang bertujuan untuk data yang tidak normal. Namun, pengujian yang menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal. Uji normalitas yang dapat digunakan (Faradiba, 2020: 72), yaitu :

1. Chi-Square
2. Kolmogorv - Smirnov

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Dimana uji ini digunakan untuk mendapati apakah ada atau tidak-nya sebuah penyimpangan di asumsi klasik. Jika model persamaan mempunyai tanda-tanda multikolinieritas, maka dapat diketahui bahwa variabel independen lain berkorelasi. Dalam pengujian uji multikolinieritas akan menunjukkan jika nilai dari $VIF < 10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas, akan tetapi jika $VIF > 10$ maka dapat dikatakan adanya multikolinearitas (Hermayani, 2021).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini melihat apakah ada terjadinya ketidaksamaan varians dari satu pandangan ke pandangan lainnya di dalam model regresi. Model regresi yang baik, Agung dalam (Hermayani, 2021) menjelaskan yang dapat dikatakan baik dan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila hasil output nilai sig > nilai alphanya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Hermayani, 2021).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Hubungan secara linear antara variabel bebas dengan variabel terikat dimana dapat menghasilkan nilai yang baik dan data nya biasanya berskala interval atau rasio.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda

Sumber : Agung(I. J. Arianto, 2021)

Keterangan:

Y = variabel terikat (kepuasan konsumen)

a = nilai konstan

b = nilai koefisien regresi

x₁= variabel bebas 1 (fasilitas)

x₂ = variabel bebas 2 (kualitas pelayanan)

X_n = variabel ke n

3.8.4.2 Uji R² (Analisis Determinasi)

Menganalisis sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel tak bebas dalam model regresi. Digunakan untuk mengukur pengaruh pada variabel terikat (secara korelasi) yaitu koefisien angka (Hermayani, 2021).

Rumus untuk analisis determinasi ialah:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Rumus 3. 6 Koefisien Determinan

Sumber: (Hermayani, 2021)

Keterangan:

R² = koefisien determinasi

SSR = Sum of squares regression

SST = Sum of squares Total

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Parsial)

Pengujian ini bertujuan untuk menyatakan apa ada signifikan atau pengaruh dari variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk menguji hipotesis di penelitian.

Nilai yang digunakan adalah nilai dari t_{hitung} .

Hipotesis dari Uji t :

H₀ : Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

H_a : Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kriteria untuk Uji t:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_o diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji f (Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Simultan)

Dalam model penamaan lain, sering disebut uji signifikansi simultan dari semua koefisien regresi. Nilai f_{hitung} ditentukan oleh pengujian konkurensi. Saat menjalankan uji-f, nilai f_{hitung} berkaitan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Uji-F menunjukkan seberapa banyak variabel terikat ditampilkan (%) untuk semua variabel bebas secara bersamaan (R^2),

Untuk mengetahui model yang digunakan untuk nilai koefisien determinasi dan uji-f sudah baik atau tidak nya dan kesesuaian tingkat signifikannya. Hipotesis untuk uji F ialah :

H_o : Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

H_a : Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kriteria penilaian Uji F sebagai berikut :

- a. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_o diterima dan H_a ditolak, yang berarti seluruh variabel independen tidak secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen.

