



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Yanitra Futsal Center, Sidoarjo

Muhammad Agil Darmawan¹, Muh. Syarif²

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:
Diterima
Diperbaiki
Disetujui

Keywords:
Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Yanitra Futsal Center

Abstract

Futsal is an indoor football sport with high technical competence, this has an impact on the number of futsal field rental services. Business people must be required to be oriented to consumer satisfaction as the main goal, one of which is the Yanitra Futsal Center. Based on this, an analysis is needed on the effect of service quality and price of Yanitra Futsal Center futsal field rental services themselves on customer satisfaction from users of this service. This study aims to determine the effect of service quality and price on Yanitra Futsal Center customer satisfaction to users of rental services partially or simultaneously. With a Quantitative research method using a questionnaire on Yanitra Futsal Center visitors with independent variables, namely service quality and price, while the dependent variable is Customer Satisfaction. The results of the study are known that visitors to Yanitra Futsal Center there are one hundred people who use Rental Services with an average answer of "Disagree", but the results of SPSS show that simultaneous and partial service quality and price affect customer satisfaction.

✉ Penulis Korespondensi*

Muh Syarif

Email:

Syarif98@yahoo.com

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2797-0167

DOI :

Citation : Darmawan, Muhammad Agil & Muh. Syarif (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Yanitra Futsal Center, Sidoarjo. Jurnal Kajian Ilmu Manajemen, 3 (4), hlm. 604–612

PENDAHULUAN

Olahraga saat ini menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Hal ini disebabkan karena adanya tren gaya hidup sehat yang saat ini sudah mulai berkembang di masyarakat. Tanpa disadari, setiap orang membutuhkan olahraga sebagai kebutuhan hidup sehari-hari. Lapangan yang digunakan lebih kecil dari pada lapangan sepak bola dan dengan pemain yang lebih sedikit (Sigit & Oktafani,

2014). Futsal adalah salah satu cabang olahraga yang sedang populer yang membuat para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing. Ketatnya persaingan dalam industri jasa khususnya jasa penyewaan lapangan futsal saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sekarang ini sudah semakin banyaknya tempat penyewaan lapangan futsal di Sidoarjo membuat para pelaku usaha harus belomba-lomba untuk dapat bersaing.

Yanitra Futsal Center adalah tempat futsal yang berdiri pada tahun 2012 yang beralamatkan di Jalan Raya Sukodono RT. 6 RW. 2, Pademo, Pademonegoro, Kec. Sukodono, Kabupaten Sidoarjo, tempat ini buka dari pukul 09.00-24.00 WIB. Berdasarkan pengalaman yang dialami langsung oleh peneliti ketika menyewa lapangan dan bermain futsal di Yanitra Futsal Center, bahwa jaring-jaring pembatas lapangan sudah ada yang robek di beberapa sudut lapangan dan papan skor yang di lapangan lantai sebagai salah satu fasilitas yang dimiliki Yanitra Futsal Center tidak tersedia. Dan toilet yang mana pintunya sudah rusak namun tidak diperbaiki. Bagi para pelaku usaha futsal, dalam menentukan harga adalah suatu perkara yang sensitif akan menunjang keberlangsungan usaha ini. futsal di Sidoarjo memberikan fasilitas yang cukup memadai dengan memberikan kelebihan tersendiri, seperti yang di lakukan oleh Yanitra Futsal Center dengan adanya Lapangan rumput sintesis membuat berbeda dengan tempat penyewaan lapangan futsal lainnya. Tarif sewa lapangan futsal perjam di daerah Sidoarjo, sebagai berikut:

Tabel 1. Harga Persewaan Lapangan Futsal di Sidoarjo

Tempat Futsal	Senin-Jum'at (09.00-16.00 WIB)	Senin-Jum'at (16.00-24.00 WIB)	Sabtu- Minggu (07.00- 16.00 WIB)	Sabtu- Minggu (16.00-24.00 WIB)
1. Yanitra Futsal Center (Lapangan Sintesis dan Lapangan Lantai)	80.000 (Lapangan Sintesis) 50.000 (Lapangan Lantai)	95.000 (Lapangan Sintesis) 60.000 (Lapangan Lantai)	95.000 (Lapangan Sintesis) 60.000 (Lapangan Lantai)	95.000 (Lapangan Sintesis) 60.000 (Lapangan Lantai)
2. SL Stadium (Lapangan Interlock)	50.000 (Reguler) 150.000 (FIFA Regulation)	95.000 (Reguler) 200.000 (FIFA Regulation)	75.000 (Reguler) 200.000 (FIFA Regulation)	95.000 (Reguler) 200.000 (FIFA Regulation)
3. Bitasa Futsal (Lapangan Lantai)	50.000	50.000	50.000	50.000
4. JC Futsal (Lapangan Intelock)	75.000	90.000	75.000	90.000

5.	3 Arena Futsal (Lapangan Sintetis, Lapangan Lantai dan Lapangan Interlock)	60.000 (Lapangan Sintetis) 50.000 (Lapangan Lantai) 80.000 (Lapangan Interlock)	105.000 (Lapangan Sintetis) 90.000 (Lapangan Lantai) 105000 (Lapangan Interlock)	80.000 (Lapangan Sintetis) 60.000 (Lapangan Lantai) 100.000 (Lapangan Interlock)	120.000 (Lapangan Sintetis) 105.000 (Lapangan Lantai) 135.000 (Lapangan Interlock)
6.	LUT Futsal & Coffe (Lapangan Interlock)	80.000	80.000	85.000	85.000
7.	Panji Futsal (Lapangan Interlock)	80.000	100.000	80.000	100.000
8.	Zuper Futsal Buduran (Lapangan Sintetis)	80.000	120.000	90.000	130.000
9.	Fatkhi Futsal Center (Lapangan Interlock)	75.000 (Reguler) 150.000 (FIFA Regulation)	100.000 (Reguler) 200.000 (FIFA Regulation)	75.000 (Reguler) 150.000 (FIFA Regulation)	100.000 (Reguler) 200.000 (FIFA Regulation)
10.	Flaminio Futsal (Lapangan Interlock)	100.000	100.000	110.000	110.000

Berdasarkan tabel diatas bahwa persaingan dalam industri jasa lapangan futsal sangat bersaing dari tarif harga yang di berikan oleh setiap jasa penyewaan lapangan futsal. Harga harus dipertimbangkan oleh pengelola dalam menjaga para konsumennya. Jadi dapat diperkirakan, kompetisi selanjutnya tidak hanya persaingan pada kualitas layanan saja, namun juga pada variabel lainnya yaitu harga dan fasilitas. Karena dengan meningkatkan keinginan konsumen, maka dalam mengambil keputusan para konsumen akan berbedabeda dalam memilih lapangan yang ada. Kualitas pelayanan, harga dan fasilitas memiliki faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan jasa seperti ini. Untuk itu perusahaan sebagai produsen harus memberikan layanan yang terbaik kepada setiap konsumennya, harga yang terjangkau, serta fasilitas yang memadai dan melakukan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Karena salah satu persoalan dalam dunia bisnis yang perlu diperhatikan adalah semua hal yang mendorong konsumen agar menyewa lapangan futsal yang ditawarkan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitain kuantitatif dengan sumber data primer berupa kuesioner dan sumber data sekunder berasal dari jurnal, buku dan referensi lain. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar dengan jumlah sampel 100 orang sebagai pelanggan di Yanitra Futsal Center. Teknik Analisis Data menggunakan aplikasi SPSS dengan jumlah variabel

bebas 2 yaitu Harga dan Kualitas Layanan, sedangkan variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan.

HASIL

Hasil yang didapatkan berdasarkan hasil pengujian meliputi Uji Linieritas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji T, dan Uji F yang telah didapatkan berdasarkan hasil penelitian kepada 100 responden dengan 2 (dua) variabel bebas Harga dan Kualitas Layanan, serta variabel terikat Kepuasan Pelanggan diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2. Uji Normalitas

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Pelanggan
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	14.66	9.78	14.63
	Std. Deviation	6.989	4.494	6.941
Most Extreme Differences	Absolute	.214	.180	.233
	Positive	.214	.180	.233
	Negative	-.159	-.140	-.149
Test Statistic		.214	.180	.233
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132 ^c	.242 ^c	.332 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel diatas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi diperoleh sebesar lebih dari 0.05, sehingga data dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Linieritas

Tabel hasil uji linieritas diketahui nilai sig. deviation from linearity 0,066 > 0,05 yang artinya terdapat hubungan yang linear antara Pelanggan Konsumen dengan Kualitas.

ANOVA Table							
			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	3947.322	20	197.366	18.969	.000
		Deviation from Linearity	3174.652	1	3174.652	305.111	.000
		Within Groups	772.670	19	40.667	3.908	.066
		Total	821.988	79	10.405		
			4769.310	99			

ANOVA Table							
			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined) Linearity	4098.912	15	273.261	34.239	.000
		Deviation from Linearity	3727.633	1	3727.633	467.068	.000
		Within Groups	371.279	14	26.520	3.323	.087
		Total	670.398	84	7.981		
			4769.310	99			

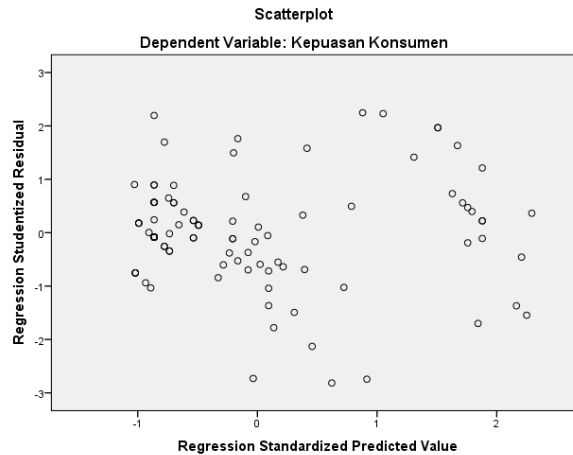
Pelayanan.

Hasil uji linieritas diketahui nilai sig. deviation from linearity 0,087 > 0,05 yang artinya terdapat hubungan yang linear antara Pelanggan konsumen dengan Harga.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,317	3.153
Harga	0,317	3.153

Tidak terjadi Multikolinieritas jika jika nilai tolerance > 0,1 atau nilai VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolonieritas yang berarti bahwa tidak adanya hubungan antara variabel bebas.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Koefisien dari masing-masing variabel independen tidak ada yang signifikan (taraf signifikansi > 0,05) atau distribusi data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, serta menyebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga tidak menjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 6. Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi

Variabel	Koef Regresi	t Hitung(> 0,1966)	Sig
Kualitas Pelayanan	0,269	3,375	0,001
Harga	0,662	8,302	0,000
Konstanta	0,939		
		F hitung : 199,628	
		Sig : 0,000	

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.897 ^a	.805	.801	3.100	1.011

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari perhitungan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap kepuasan konsumen.

Dapat diketahui bahwa nilai koefisien derterminasi (R^2) sebesar 0,801 atau 80,1% yang artinya variasi dari kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel bebas kualitas pelayanan dan harga sebesar 80,1%.

a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Yanitra

Hasil penelitian diperoleh t_{hitung} sebesar 3,375 dan t_{tabel} ($n-k-1: 100-3-1=96$) : 1,966 sehingga dapat diketahui $t_{hitung} = 3.375 < t_{tabel} 48,830$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima pada level of signifikan sebesar 0,025. Sehingga variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Yanitra (Y) sehingga hipotesa yang diajukan terbukti kebenarannya.

b. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Yanitra

Hasil penelitian diperoleh t_{hitung} sebesar 8,302 dan t_{tabel} ($n-k-1: 100-3-1=96$) : 1,966 Hasil penelitian diperoleh t_{hitung} sebesar 8,302 dan t_{tabel} ($n-k-1: 100-3-1=96$) : 1,966 sehingga dapat diketahui $t_{hitung} = 8,302 < t_{tabel} 48,830$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima pada level of signifikan sebesar 0,025. Sehingga variabel harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Yanitra (Y) sehingga hipotesa yang diajukan terbukti kebenarannya.

Cara menentukan F_{tabel} adalah dengan menentukan derajat bebas pembilang atau df_1 yang berjumlah 2 variabel bebas, setelah itu menentukan derajat bebas pembaginya atau df_2 , dengan rumus $n-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96$, berarti nilai F_{tabel} terletak antara persilangan df_1 , df_2 , (2 : 96), sehingga diperoleh Nilai F_{tabel} sebesar 0,020.

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh F_{hitung} sebesar 199,628 yang berarti $F_{hitung} (199,628) > F_{tabel} (0,020)$ jadi H_0 di tolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

PEMBAHASAN

a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dibuktikan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$. hasil penelitian didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratria P. Budiendra, and Harimukti Wandebori (2012) dengan judul penelitian *Influence of Facility and Service Quality on Faculty of Pharmacy Student Satisfaction*. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan responden.

Menurut Kotler dan Keller menyebutkan bahwa kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain (Kotler & Amstrong, 2015).

Hasil temuan teoritik menunjukkan bahwa tanggapan sebagian besar responden terhadap Kualitas Pelayanan adalah "Tidak Setuju" karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata – rata 2,44. Dari 6 pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan, semuanya memiliki rata – rata 2 dengan rata – rata terendah sebesar 2,17 pada pernyataan "Lapangan Yanitra Futsal Center Bersih, Rapi dan Nyaman" dan rata – rata tertinggi sebesar 2,57 pada pernyataan "Karyawan sangat sopan dalam melayani pelanggan".

Para responden dalam hal ini adalah masyarakat umum yang pernah menggunakan fasilitas lapangan futsal di Yanitra dan termasuk ke dalam orang yang selektif dikarenakan berdasarkan hasil pengisian kuesioner dapat diketahui bahwa para responden sangat memperhatikan kenyamanan, serta kualitas yang didapatkan. Sehingga dalam penelitian ini jawaban yang diberikan yaitu mayoritas Tidak Setuju pada pernyataan bahwa kualitas layanan di yanitra terkategori baik. Hal yang dikarenakan

pengelola Yanitra Futsal Center yang sudah tidak lagi melakukan perbaikan serta perawatan yang ideal pada fasilitas yang disediakan di yanitra.

Hal tersebut berdampak pada tingkat kepuasan pengunjung serta kenyamanan dalam menggunakan lapangan yanitra sebagai rujukan pertama lapangan futsal di Daerah Sidoarjo. Sebab melihat pada segi persaingan usaha, lapangan futsal yang berada di daerah Sidoarjo menyuguhkan kualitas pelayanan yang baik kepada pengunjungnya.

b. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik variabel Harga diperoleh t_{hitung} sebesar 8,302 dan $t_{tabel (n-k-1: 100-3-1=96)}$: 1,966 sehingga dapat diketahui $t_{hitung} = 8,302 < t_{tabel} 48,830$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima pada level of signifikan sebesar 0,025. Sehingga variabel harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Yanitra (Y) sehingga hipotesa yang diajukan terbukti kebenarannya.

Hasil temuan secara teoritik menunjukkan bahwa tanggapan sebagian besar responden terhadap Harga adalah “Tidak Setuju” karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata – rata 2,45. Dari 4 pernyataan mengenai Harga, semuanya memiliki rata – rata 2 dengan rata – rata terendah sebesar 2,32 pada pernyataan “Harga yang ditawarkan terjangkau untuk konsumen” dan rata – rata tertinggi sebesar 2,57 pada pernyataan “Harga yang diberikan Yanitra Futsal Center lebih murah dengan pesaingnya”.

Hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen yaitu harga mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka kepuasan konsumen semakin rendah apabila tidak diimbangi dengan fasilitas yang sepadan, sebaliknya jika harga rendah kepuasan konsumen berubah semakin tinggi. Konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga, bahwa semakin tinggi harga suatu jasa makin tinggi pula fasilitas yang di dapatkan. Hal tersebut terjadi ketika konsumen tidak memiliki petunjuk lain dari perbandingan fasilitas selain harga.

Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa responden merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Merujuk pada penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa konsumen akan memiliki persepsi mengenai harga dan fasilitas yang baik jika tidak memiliki petunjuk lain. Hal ini sesuai dengan hasil dari pengisian kuesioner. Bahwa para responden lebih setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kondisi yang ada. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan para responden sebelum menyewa fasilitas lapangan pembeli tidak hanya melihat berapa harga yang ditawarkan melainkan melihat apakah keuangan yang dimiliki masih memadai dan tidak kekurangan. Sehingga meskipun harga tersebut sedikit lebih mahal dari harga yang sebelumnya tidak memberikan pengaruh kepada responden. Karena patokan utama dari para responden adalah fasilitas berbanding lurus dengan harga.

SIMPULAN

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dan nilai koefisien korelasi menunjukkan hubungan sebesar 80,1%. Variabel harga (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dan nilai koefisien korelasi menunjukkan hubungan sebesar 80,1%.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, & Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prevetice Hall Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Basu, Swastha, & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Freddy, & Rangkuti. (2017). *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: Gramedia.
- Gazali, M., Utomo, S., & Maryono , M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Outdoor Merek Eiger di Kota Banjarmasin (Studi Pada Mahasiswa Pencinta Alam Di Kota Banjarmasin). *Smart Business Journal*, 9-18.
- Kotler , P., & Keller , K. L. (2018). *Marketing Management: an Asian Perspectivr*. Harlow: Pearson.
- Kotler, & Amstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing Global 14th Edition*. New Jersey: Prentice.
- Sigit, R. D., & Oktafani, F. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada Iffi Futsal Bandung). *Jurnal Universitas Telkom*.