

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN LAPANGAN FUTSAL INDOOR
KAB. SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

MUHAMMAD KHAERUL
NIM. 170303031

Pembimbing:

1. Dr. Muh. Anis, M.Hum.
2. Dr. Nazaruddin, S.Sy., MHI.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (EKOS)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
MUHAMMADIYAH SINJAI
TAHUN 2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Khaerul

NIM : 170303031

Program Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditujukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 15 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



MUHAMMAD KHAERUL

NIM: 170303031

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lapangan Futsal Indoor Kab. Sinjai yang ditulis oleh Muhammad Khaerul Nomor Induk Mahasiswa 170303031 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis tanggal 5 Agustus 2021 M bertepatan dengan 26 Dzulhijjah 1442 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Ismail, M.Pd.	Sekretaris	(.....)
Dr. Firdaus, M.Ag.	Penguji I	(.....)
Sudirman P, S.Pd.I., M.Pd.I.	Penguji II	(.....)
Dr. Muh. Anis, M.Hum.	Pembimbing I	(.....)
Dr. Nazaruddin, S.Sy., M.H.I	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui,

Dekan FEHI IAIM Sinjai



Rahmatullah, S.Sos.L., M.A.

NPM. 1177781

ABSTRAK

Muhammad Khaerul. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lapangan Futsal Indoor Kab. Sinjai. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Lapangan Futsal Indoor Kab. Sinjai.* Skripsi. Sinjai: Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Tingkat kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lapangan futsal Indoor Kab. Sinjai. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen di Lapangan Futsal Indoor. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan angket dan dokumentasi. Sedangkan analisis datanya menggunakan aplikasi SPSS dengan uji deskriptif, uji hipotesis, dan uji normalitas. Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) hasil output SPSS adalah jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil < dari probabilitas 0,05 mengandung arti bahwa kualitas layanan berpengaruh (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan jika nilai signifikan (Sig.) lebih besar > dari probabilitas 0.05 mengandung arti kepuasan konsumen tidak berpengaruh (X) terhadap kepuasan konsumen (Y), artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka semakin baik kualitas layanan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Lapangan Futsal Indoor

ABSTRACT

Muhammad Khaerul. The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction of the Indoor Futsal Field in Sinjai Regency. Service Quality Towards Consumer Satisfaction at the Indoor Futsal Field, Sinjai Regency. Thesis. Sinjai: Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Law IAI Muhammadiyah Sinjai, 2021. This study aims to determine: The level of service quality affects consumer satisfaction in the indoor futsal field in Sinjai Regency. The population of this study are consumers in the Indoor Futsal Field. The method of data collection is by questionnaires and documentation. Meanwhile, the data analysis used SPSS application with descriptive test, hypothesis test, and normality test. As for the basis for decision making in regression analysis by looking at the significance value (Sig.) of the SPSS output results, if the significance value (Sig.) is less than 0.05, it means that service quality has an effect (X) on customer satisfaction (Y).) and if the significant value (Sig.) is greater than the probability of 0.05, it means that customer satisfaction has no effect (X) on customer satisfaction (Y), meaning that service quality affects consumer satisfaction, the better service quality will affect consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Indoor Futsal Field

المستخلص

محمد خيرل. تأثير جودة الخدمة على رضا المستهلك داخل ملعب كرة الصالات. سنجاي. جودة الخدمة نحو رضا المستهلك في ملعب كرة الصالات الداخلي. سنجاي. مقال. سنجاي: برنامج دراسة اقتصاديات الشريعة ، كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية جامعة الإسلامية المحمدية سنجاى، 2021. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد: مستوى جودة الخدمة يؤثر على رضا العملاء في ملعب كرة الصالات الداخلي منطقة. سنجاى. سكان هذه الدراسة هم مستهلكون في ميدان كرة الصالات الداخلي. طريقة جمع البيانات عن طريق الاستبيانات والتوثيق. وفي الوقت نفسه ، استخدم تحليل البيانات تطبيق SPSS مع الاختبار الوصفي واختبار الفرضية واختبار الحالة الطبيعية. بالنسبة لأساس اتخاذ القرار في تحليل الانحدار من خلال النظر إلى القيمة المعنوية (Sig) لنتائج مخرجات SPSS ، إذا كانت قيمة الأهمية (Sig) أقل من 0.05 ، فهذا يعني أن جودة الخدمة لها تأثير (X) على رضا العملاء (Y) وإذا كانت القيمة الكبيرة (Sig) أكبر من احتمال 0.05 ، فهذا يعني أن رضا العملاء ليس له أي تأثير (X) على رضا العملاء (Y) ، مما يعني أن جودة الخدمة تؤثر على رضا المستهلك ستؤثر جودة الخدمة الأفضل على رضا المستهلك.

الكلمات الأساسية: جودة الخدمة ، رضا المستهلك ، ميدان كرة الصالات الداخلي

KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدًا
وَعَلَى آلِهِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama peneliti studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta yang telah banyak memberikan motivasi dan dukungan terhadap saya selama ini.
2. Bapak Dr. Firdaus, M. Ag., Rektor IAI Muhammadiyah Sinjai selaku pimpinan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
3. Dr. Ismail, M.Pd. WakilRektor I, Dr. HardiantoRahman, M.Pd.WakilRektor II, danMuh. Anis, M.Pd.WakilRektor III, selaku unsur pimpinan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.

4. Bapak Rahmatullah, S.Sos.I.,MA Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, selaku pimpinan pada Tingkat Fakultas.
5. BapakDr.Muh. Anis, M.Hum. dan bapak Dr. Nazaruddin,S.Sy., MHI. Selaku Pembimbing I dan Selaku Pembimbing II.
6. Bapak Salam, S.E.,M.M.selakuKetua Prodi Ekonomi Syariah;
7. Seluruh dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
8. Seluruh pegawai dan Jajaran IAI Muhammadiyah Sinjai yang telah membantu kelancaran Akademik.
9. Kepala dan staff Perpustakaan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
10. Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga Kab. Sinjai dan seluruh staff yang telah membantu kelancara selama penelitian.
11. Teman-teman mahasiswa IAI Muhammadiyah Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan modal sehingga peneliti selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlimpat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Sinjai, 15Juli 2021

MUHAMMAD KHAERUL
NIM. 170303031

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. LatarBelakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. TujuanPenelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka.....	7
B. Hasil Penelitian yang Relevan	42
C. Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	46
B. Definisi Variabel	47
C. Tempat dan Waktu Penelitian	47
D. Populasi dan Sampel	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Instrumen Penelitian	50
G. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
B. Deskripsi Dan Analisis Uji Hipotesis	56
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Batas-Batas Wilayah.....	55
Tabel 1. 2 Statistik Deskriptif	57
Tabel 1. 3 Correlations.....	58
Tabel 1. 4 Variabel Entered/Removed	59
Tabel 1.5 Model Summary.....	62
Tabel 1. 6 Anova.....	62
Tabel 1. 7 Coefficients	64
Tabel 1. 8 Residuals Statistics.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Histogram Dependent Variabel Kepuasan Konsumen	60
Gambar 1. 2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	61
Gambar 1.3 Scatterplot	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi kesuksesan suatu perusahaan. Dilihat dari sudut pandang intern perusahaan, diperlukan strategi yang tepat guna memenangkan persaingan pasar. Maka dari itu diperlukan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui seperti apa yang diinginkan oleh konsumen terhadap suatu produk/jasa tertentu. (Setiyanto, 2016) Salah satu faktor yang menentukan puas tidaknya pelanggan yaitu dengan baik tidaknya pelayanan yang diberikan, dan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan yaitu berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, agar tujuan tersebut tercapai maka perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen.

Analisis perilaku konsumen diperlukan sebagai acuan perusahaan. Perusahaan memberikan produk/jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan karena keberhasilan perusahaan dibidang jasa khususnya kualitas

layanan terhadap kepuasan konsumen harus melakukan langkah-langkah dalam memberikan pelayanan semaksimal mungkin. Lapangan futsal indoor Sinjai sebagai usaha yang bergerak dibidang jasa tentu tidak luput juga dalam persaingan. Dalam hal ini lapangan futsal indoor Sinjai berusaha menunjukkan kualitas pelayanan demi memuaskan konsumennya.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimumkan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima atau diharapkan. Dalam era globalisasi saat ini perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor konsumen. Dimana konsumen merupakan faktor utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memegang peran cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, untuk mengukur tingkat kepuasan para konsumen sangatlah perlu untuk dilaksanakan. Karena dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang mereka terima. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono, kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja antara produk atau jasa yang dirasakan setelah menggunakannya.

Kepuasan konsumen paling penting bagi pihak perusahaan, karena kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi income suatu perusahaan. Jika perusahaan puas dengan layanan yang diberikan perusahaan maka

konsumen akan menjadi konsumen tetap (loyal) terhadap perusahaan. Dengan konsumen yang puas dan loyal maka akan mengakibatkan income pemasukan perusahaan tersebut akan meningkat, demikian sebaliknya. Baik perusahaan yang bergerak dalam bidang layanan atau jasa yang harus memperhatikan untuk memenuhi kualitas konsumennya.

Terdapat dua lapangan futsal di Kabupaten Sinjai yang disewakan diantaranya lapangan futsal hotel rofina dan lapangan futsal indoor. Tetapi berdasarkan pengamatan peneliti saat melakukan survey lapangan, lapangan futsal indoor menjadi lapangan futsal yang banyak diminati konsumen sebagai sarana olahraga futsal. Sehingga peneliti pun tertarik untuk memilih lapangan futsal indoor sebagai objek penelitiannya.

Melihat latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lapangan Futsal Indoor Kab. Sinjai” karena peneliti ingin mengetahui tingkat kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lapangan futsal Indoor Kab.Sinjai.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan dari latar belakang diatas, maka terdapat rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

Apakah tingkat kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lapangan futsal Indoor Kab.Sinjai?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka penelitian ini memiliki tujuan tertentu. Tujuan yang ingin dicapai penyusun dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Untuk mengetahui tingkat kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lapangan futsal Indoor Kab.Sinjai.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu untuk mengemukakan pernyataan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki nilai guna, baik kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi pembaca atau akademisi serta dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk memenuhi syarat menyusun Skripsi.
- b. Untuk memenuhi syarat menyelesaikan studi pada Program Studi dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
- c. Diharapkan hasil penelitian ini menjadi salah satu referensi untuk penelitian selanjutnya.
- d. Diharapkan hasil penelitian ini menjadi informasi untuk pihak-pihak yang membutuhkan

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian kualitas, layanan dan kualitas layanan

a. Pengertian kualitas

Menurut Fandy Djiptono beberapa defenisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan (Tjiptono, 1997) berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang mebahagiakan pelanggan atau konsumen. “Kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen”. (Yamit, 2005)

Menurut Toni Wijaya kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. (Toni, 2011)

Crosby yang dikutip Zulian Yamit menyatakan kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.

Nurhasyimad menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa, baik keistimewaanlangsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis. (Batinggi & Ahmad, 2014)

yang berpengaruh terhadap produk /jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk/jasa juga harus di sesuaikan, dengan perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen

b. Pelayanan

Fandy Tjiptono jasa (service) merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut kotler yang dikutip Toni Wijaya “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”. (Tjiptono, 1997)

Menurut Swasta pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu. (Swastha & Sukotjo, 2007)

Definisi diatas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai. Sedangkan menurut Kristiadi kebijakan pelayanan umum yang baik terdiri dari: pelayanan yang mencakup indikator-indikator pelayanan yang cepat dan tepat, pelayanan langsung bagi pelayanan yang sifatnya sesaat, memiliki pedoman informasi pelayanan yang transparan, menempatkan petugas yang professional, ada kepastian biaya, menerapkan pola pelayanan terpadu (satu atap) dan melakukan survei atas pelayanan yang di berikan.

Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan yang di kembangkan menjadi suatu pelayanan yang terbaik yang di sebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang di kemukakan oleh Barata adalah “kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya,

agar mereka selalu loyal kepada organisasi /perusahaanya”. (Barata, 2003)

Membuat analisis pelayanan pelanggan merupakan langkah yang vital karena ini akan mendongkrak kinerja dari sebuah perusahaan. Analisis yang di maksud yaitu sebagai berikut:

- 1) Siapa pelanggan anda.
- 2) Bagaimana anda memenuhi atau belum memenuhi pengharapan pelanggan.
- 3) Langkah apa yang dapat anda lakukan untuk memenuhi pengharapan-pengharapan itu.
- 4) Seberapa besar biaya untuk memenuhi pengharapan itu

Menurut Susan M. Gage untuk memenuhi pengharapan para pelanggan mencakup beberapa hal di antaranya, kualitas produk dan jasa, aksesibilitas, serta pelayanan pelanggan yang baik dan efisien. pengharapan pelanggan diatas juga di pengaruhi oleh beberapa faktor, (Gage, 2006) yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor produk

Menurut Kotler dan Armstrong yang di kutip oleh Wisnu Chandra Kristiaji produk adalah

kombinasi barang dan jasa yang di tawarkan oleh perusahaan kepada pasarsasaran. Dalam bidang Spa bidang ini berupa jasa yang di berikan kepada konsumen. (Krisiaji, 2001)

2) Faktor Harga

Harga adalah jumlah uang yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanan. (Swastha & Sukotjo, 2007) Menurut Kotler dan Astrong yang di kutip oleh Wisnu Chandra Kristiaji harga adalah sejumlah uang yang harus di bayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Harga merupakan faktor yang penting dalam sebuah bisnis, karena akan menentukanberhasil atau tidaknya sebuah bisnis tersebut.

3) Faktor Promosi

Promosi adalah informasi satu arah yang di buat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakanpertukaran dalam pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong yang di kutip oleh Wisnu Chandra Kristiaji promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan

keunggulan produk serta membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi merupakan suatu sarana untuk menghubungkan antara penjualan dengan pembeli yang bertujuan untuk mempermudah sampainya suatu informasi dari produsen kepada konsumen.

4) Faktor Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana seseorang dapat membeli barang atau jasa yang diinginkan. (Peter & Olson, 2013) Menurut Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh Wisnu Chandra Kristiaji lokasi atau tempat meliputi aktivitas perusahaan agar produk mudah di dapatkan konsumen. (Krisiaji, 2001) Dari pemamparan deskripsi di atas maka kualitas pelayanan yang baik maka ditentukan oleh beberapa faktor di atas, sehingga apabila suatu usaha ingin mengalami kesuksesan yang baik maka hendaknya mem-pertimbangkan hal-hal di atas.

c. Kualitas Pelayanan

1) Pengertian Kualitas Pelayanan

Nasution menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan

pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof yang dikutip oleh Nasution kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. (Nasution, 2005)

Yamit menyatakan ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu:

- a) Excellenta adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
- b) Customer adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem).

- c) Service adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d) Quality adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e) Level adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- f) Consistent adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
- g) Delivery adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat. (Yamit, 2005)

Aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan pelayanan member adalah kualitas pelayanan. Menurut Nasution. (Nasution, 2005) "Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara

memuaskan”. Secara garis besar menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik, menurut menyatakan; Apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan.

Parasuraman dalam Nasution menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

a) Perceived Service

Perceived serviceterjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

b) Expected service

Expected Serviceterjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka

kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. (Nasution, 2005)

Tjiptono menyimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan. Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen. (Tjiptono, 1997)

2) Konsep kualitas pelayanan

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang

manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan prosesdinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori "Quality" yang di kemukakan oleh Marcel bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan.

Stemvelt menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi), agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Teori "tujuan" yang di kembangkan oleh Samuelson bahwa tujuan adalah asumsi kepuasan yang disesuaikan dengan tingkat kualitas layanan.

Konsep kualitas layanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang bersifat mengada-ngada. Hal ini sesuai yang dikemukakan Yong dan Loh bahwa kualitas pelayanan harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (international standardization organization), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan. (Yong, n.d.)

Tinjauan mengenai konsep kualitas layanan sangat ditentukan oleh berapa besar kesenjangan (gap) antara persepsi pelanggan atas kenyataan pelayanan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang harus diterima.

Menurut Parasuraman bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. (Berry et al., 1994) Kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Selain itu, pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masalah dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan (E_p = Expectation) dan pelayanan yang dirasakan (P_p = Perception) yang membentuk adanya konsep kualitas layanan.

Parasuraman menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). (Berry et al., 1994) Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi

harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Peter menyatakan bahwa untuk mengukur konsep kualitas pelayanan, maka dilihat dari enam tinjauan yang menjadi satu penilaian dalam mengetahui konsep kualitas layanan yang diadopsi dari temuan-temuan hasil penelitian antara lain sebagai berikut:

- a) *Gronross perceived service quality model* yang dibuat oleh Gronross. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan mengukur harapan kualitas layanan (expected quality) dengan pengalaman kualitas layanan yang diterima (experienced quality) dan antara kualitas teknis (technical quality) dengan kualitas fungsi (fungsional quality). Titik fokus dalam perbandingan itu menggunakan citra organisasi jasa (corporate image) pemberi

jasa. Citra organisasi jasa menurut Gronroos sangat memengaruhi harapan dan pengalaman pelanggan, sehingga dari keduanya akan melahirkan konsep kualitas layanan secara total.

- b) *Heskett's Service Provit Chain Model*. Model ini di kembangkan oleh Heskett's dengan membuat rantai nilai profit. Dalam rantai nilai tersebut dijelaskan bahwa kualitas layanan internal (internal quality service) lahir dari karyawan yang puas (employee satisfaction). Karyawan yang puas akan memberidampak pada ketahanan karyawan (employye retention) dan produktifitas karyawan (employee produktifity), yang pada gilirannya akan melahirkan kualitas layanan eksternal yang baik, kualitas layanan eksternal yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan (customer satisfaction), loyalitas pelanggan (customer loyalty), dan pada akhirnya meningkatkan penjualan dan profitabilitas.

c) *Normann's Service Management Sistem.*

Model ini dikembangkan oleh Normann's yang menyatakan bahwa sesungguhnya jasa itu ditentukan oleh partisipasi dari pelanggan, dan evaluasi terhadap kualitas layanan tergantung pada interaksi dengan pelanggan. sistem manajemen pelayanan bertitik tolak pada budaya dan filosofi yang ada dalam suatu organisasi jasa.

d) *European Foundation for Quality Management Model (EFQM model).*

Model ini dikembangkan oleh yayasan eropa untuk menejemen mutu dan telah diterima secara internasional. Model ini ditemukan setelah lembaga tersebut melakukan survei terhadap organisasi jasa yang sukses di Eropa. Organisasi dan hasil (organization and results) merupakan titik tolak model ini, dimana kualitas layanan ditentukan oleh faktor kepemimpinan (leadership) dan mengelola sumber daya manusia, strategi dan

kebijakan, dan sumberdaya lain yang dimiliki organisasi.

e) *Service Performance Model (SERPERF Model)*. Model ini dikembangkan oleh Cranin dan Taylor yang mengukur tingkat kualitas layanan berdasarkan apa yang diharapkan oleh pelanggan (*expectation*) dibandingkan dengan ukuran kerja (*performance*) yang diberikan oleh organisasi jasa dan derajat kepentingan (*importance*) yang dikehendaki oleh pelanggan (Tjiptono, 1999: 99).

f) *Service Quality Model (SERVQUAL Model)*. Model ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Pengukuran dalam model ini menggunakan skala perbandingan multidimensional antara harapan (*expectation*) dengan persepsi tentang kinerja (*performance*). (Peter & Olson, 2013)

Menurut Gaspersz pengertian dasar dan kualitas menunjukkan bahwa kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang

lebih strategis. (Gaspersz, 2002) Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu jasa seperti performansi (performace), keandalan (reliability), mudah dalam penggunaan (ease of use), estetika (esthetics) dan sebagainya, seperti kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil.

3) Unsur Kualitas Layanan

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya. Parasuraman mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability). Konsep

kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.(Berry et al., 1994)

Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya. Menurut (*empathy*) orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan. Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman sebagai berikut:

a) Daya tanggap (*responsiveness*)

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.

b) Jaminan (*assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan,

sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

c) Bukti fisik (*tangibility*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

d) Empati (*empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang

berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (empathy) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.

e) Kendalan (reliability)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

d. Indikator Kualitas Layanan

- 1) *Reliability*. Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam

arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga.

- 2) *Responsiviness*. Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap disebuah asuransi, bisa dilihat dari kemampuan *agent* asuransi yang cepat memberikan pelayanan.
- 3) *Assurance*. Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi.
- 4) *Emphaty*. Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan

itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi.

- 5) *Tangible*. Berupa penampila fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen.

2. Pengertian Konsumen dan Kepuasan Konsumen

a. Kepuasan

Menurut oliver yang dikutip oleh J Supranto kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerjaatau hasil yang dirasakandengan harapannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. (Supranto, 2006)

Jadi tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang

sensitiv terhadap harga dan member komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya

b. Konsumen

Konsumen adalah orang atau seseorang yang menggunakan atau memakai hasil produksi baik barang atau jasa. Menurut kamus pelajar konsumen adalah pemakai barang hasil industri atau produksi. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia konsumen adalah pemakai barang atau jasa. Jadi dapat diartikan konsumen ialah seseorang atau kelompok yang menggunakan jasa layanan di SPA Club Arenadengan tujuan agar memperoleh tingkat kebugaran yang lebih baik dan mendapatkan tingkat kepuasan yang diinginkan.

c. Kepuasan konsumen

Eksistensi dan kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam

memuaskan kebutuhan konsumen, hal yang sering diistilahkan dengan konsep pemasaran. dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan, perusahaan memang di tuntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan yang setiap saat berubah. pembelian akan bergerak setelah membentuk persepsi nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja dari penawaran di bandingkan dengan harapannya. Menurut Danang Sunyoto definisi kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Danang, 2013) Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira.

Sedangkan menurut Danang Sunyoto harapan pelanggan ialah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan, dengan demikian harapan konsumen/pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya.

1) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Rambat Lupiyoadi, dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu

a) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan

pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepadapelanggannya

e) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

2) Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat

member umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode. Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Djiptono, perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a) Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikansaran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi .

b) Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya: Menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi pelanggan, saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

c) Belanja Siluman (*gost shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negative (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli bayangan (*gost shopper*) ini dapat juga berpura-pura membuat masalah tertentu untuk

menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

d) Analisis Kehilangan Pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya. (Tjiptono, 1997)

Fandy Tjiptono menyatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen adalah metode bertanya. Metode bertanya kepuasan konsumen dapat menggunakan teknik pengukuran sebagai berikut:

- a) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT Chnadra paa skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas , sangat puas” (*directly reported satisfaction*).

- b) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- c) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- d) Responden dapat diminta untuk meranking beberapa elemen atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance performance analysis*). (Tjiptono, 1997)

d. Indikator Kepuasan Konsumen

1) Kualitas produk yang dijual

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas dari produk yang dijual. Tentu saja pelanggan mengharapkan kualitas

produk seperti yang diharapkan yaitu yang sesuai dengan iklan atau sampel yang diberikan.

2) Kualitas pelayanan yang diberikan

Indikator kepuasan konsumen berikutnya adalah kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa nyaman apabila pelayanan yang diberikan perusahaan bisa memenuhi harapannya. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pelayanan meliputi kecepatan, ketepatan, kebersihan dan keramahan *customer service* dalam melayani mereka.

3) Harga produk

Harga produk juga merupakan indikator kepuasan konsumen. Harga yang sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan lebih disukai oleh konsumen dan menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

B. Penelitian Relevan

1. Jurnal Penelitian yang dilakukan oleh Rin Yuniana “*Tingkat Kepuasan Members Terhadap Strategi Pemasaran Di Lembah Fitness Center Universitas Gajah Mada*” Teknik pengumpulan data menggunakan angket tertutup. Dengan menggunakan metode nonprobability sampling menggunakan teknik accidental sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 orang. Hasil penelitian tingkat kepuasan members terhadap strategi pemasaran di lembah fitness center universitas gajah mada sebagian besar pada kategori cukup puas dengan persentase sebesar 52,8 %, pada ketegori puas sebesar 19,4 %, pada kategori kurang puas sebesar 11,1%, pada kategori sangat puas sebesar 8,3% dan kategori sangat tidak puas sebesar 8,3%.
2. Jurnal Penelitian oleh Tri Ulfa Wardani dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek*” Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel tangibel, variabel reliability, variabel responsiveness, variabel assurance dan variabel emphaty. Pada variabel

tangible dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,104 lebih kecil dari t_{tabel} dengan nilai 1,99 dan nilai signifikan sebesar 0,273 lebih besar dari 0,05 ($0,273 > 0,05$) H1 di tolak sedangkan pada variabel reliability nilai t_{hitung} sebesar 3,752 lebih besar dari t_{tabel} 1,99 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$) H2 di terima.

3. Jurnal Penelitian oleh Muhammad Yusri dengan judul *“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gool Futsal Mangga Dua Surabaya”* Penelitian ini menggunakan Metode pengolahan analisis Linier sederhana dan analisis koefisien determinasi. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan pada nilai koefisien regresi sebesar 0,983. Dari hasil analisis koefisien determinasi (R_2) diketahui besarnya R_2 adalah 0,966 yang berarti variasi kualitas layanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan Gool Futsal Mangga Dua Surabaya sebesar 96,6 %. Sedangkan sisanya sebesar 3,4 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak teramati. Dari hasil pengujian hipotesis melalui uji t diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai signifikan jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05

sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima pada tingkat signifikansi 5%.

Adapun Persamaan penelitian Rin Yuniana, Tri Ulfa Wardani dan muhammad Yusri, yaitu sama sama membahas tentang tingkat kepuasan pelanggan/konsumen. Adapun perbedaannya Rin Yuniana menggunakan metode pengumpulan data angket tertutup dan Muhammad Yusri menggunakan metode pengolahan analisis Linear sederhana dan analisis koefisien determenasi dan Tri Ulfa Wardani menggunakan uji linear berganda Sedangkan penelitian yang akan disusun oleh penulis adalah kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis nol (H_0)/ hipotesis statistik yaitu hipotesis yang diuji dengan statistik. Hipotesis ini mempunyai bentuk dasar atau memiliki statement yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y yang akan diteliti, atau variabel independen (X) tidak mempengaruhi variabel dependen (Y). Hipotesis

alternatif (H_a) menyatakan ada hubungan, yang berarti ada signifikansi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan baik sebagai objek pengujian maupun dalam pengumpulan data.

H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

H_a : Ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *Ex Post facto*. Penelitian *Ex Post facto* atau observasional adalah penelitian yang tidak memungkinkan peneliti memberikan perlakuan atau intervensi kepada subjek penelitian, tetapi peneliti hanya dapat mengamati atau meneliti kejadian-kejadian atau fenomena yang telah ada dan diduga ada hubungan sebab akibat. (Zainuddin, 2014)

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner.

B. Defenisi Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus perhatian yang memberikan pengaruh dan mempunyai nilai (value).

Pengertian variabel bebas atau variabel independen menurut Sugiyono adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Adapun yang menjadi variabel bebas adalah kualitas layanan. Menurut Sugiyono, Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun yang menjadi Variabel terikat yaitu Kepuasan konsumen.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lapangan Futsal Indoor Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai dengan mengambil informan yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya. Alasan pemilihan lokasi penelitian tersebut, karena lokasi tersebut kerap menjadi pilihan salah satu tempat atau wadah yang banyak diminati konsumen sebagai sarana olahraga futsal. Adapun waktu penelitian dimulai Mei 2021.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi disebut juga universum yaitu generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Lapangan Futsal Indoor berjumlah 56 Orang.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Menurut Sugiyono sampel merupakan sebagian dari populasi atau dalam istilah matematika dapat disebut sebagai himpunan bagian populasi. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 36 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis, dan proses pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung (primer) dan tidak langsung (sekunder). Data merupakan

salah satu unsure atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian, artinya, tanpa data tidak ada penelitian dan data dipergunakan dalam suatu penelitian merupakan data yang harus benar.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam rencana penelitian ini berupa wawancara dan observasi dan dokumentasi.

1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Angket merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang diri pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.

F. Instrumen Penelitian

Sugiyono menyatakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.(Sugiyono, 2013) Adapun instrument digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Angket atau kuesioner adalah instrumen berupa daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus dijawab atau diisi (dipilih) oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisiannya.
2. Pedoman Dokumen/ Arsip
Pedoman dokumen adalah pedoman yang digunakan oleh peneliti dalam bentuk arsip yang diperoleh dari instansi atau tempat penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dengan Analisis Statistik Inferensial. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Analisis

inferensial digunakan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antara variable kualitas layanan sarana dan prasarana terhadap kepuasanpelanggan. Untuk menyatakan ada atau tidaknya digunakan Analisis regresi sederhana dengan rumus: Persamaan regresi sederhana: $Y= a+bX...$ peneliti menggunakan analisis komponen yang diolah dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

1. Uji Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data dari variabel-variabel yang ada berupa kemudahan pengguna, manfaat, risiko, kemampuan akses, keamanan dan privasi, sikap dan minat.

Uji deskriptif mendeskripsikan suatu data yang terdiri dari rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum dan minimum dari masing-masing variabel. Dengan mengetahui data tersebut peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai data penelitian yang ditunjukkan dengan bentuk tabel statistik deskriptif yang mencantumkan rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum.

2. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. (Ghozali, 2018) Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

1) Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ statistic} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

2) Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $t \text{ statistik} > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan Chi Kuadrat yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_j^k \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan:

- χ^2 = koefisien Chi Kuadrat
 f_o = frekuensi yang diobservasi
 f_h = frekuensi yang diharapkan

Apabila harga chi kuadrat yang diperoleh melalui hitungan lebih kecil dari harga chi kuadrat tabel dengan taraf signifikan 5 % pada derajat kebebasan jumlah kelas interval dikurangi satu ($k-1$) maka data dari variabel tersebut berdistribusi normal. sebaliknya jika harga chi kuadrat melalui hitungan atau observasi lebih besar dari harga chi kuadrat tabel maka data tersebut berdistribusi tidak normal. kriteria pengujian ini dapat dinyatakan sebagai berikut: H_0 ditolak jika : chi hitung $(0,05 (k-1)) > \text{chi tabel } (0, 05 (k-1))$ H_0 diterima jika : chi hitung $(0,05 (k-1)) < \text{chi tabel } (0, 05) (k-1)$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Sinjai adalah salah satu daerah tingkat II di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibukota Kabupaten ini terletak di Balangnipa atau kota Sinjai yang berjarak sekitar ± 220 km dari Kota Makassar. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 819,96 km² dan berpenduduk sebanyak kurang lebih 236.497 jiwa.

a) Geografis

Secara geografis Kabupaten Sinjai terletak pada titik 5°2'56" - 5°21'16" Lintang Selatan dan 119°56'30" - 120°25'33" Bujur Timur. Kabupaten Sinjai terletak di bagian pantai timur Provinsi Sulawesi Selatan yang berjarak sekitar 223 km dari kota Makassar. Luas wilayahnya berdasarkan data yang ada sekitar 819,96 km² (81.996 ha).

Tabel 1.1 Batas-Batas Wilayah

Utara	Kabupaten Bone
Selatan	Kabupaten Jeneponto dan Kabupaten Bantaeng
Barat	Kabupaten Gowa
Timur	Teluk Bone

Di Kabupaten sinjai terdapat beberapa lapangan futsal yang disewakan salah satunya yaitu Lapangan Futsal Indoor Sinjai yang Merupakan salah satu lapangan futsal yang terletak di jalan stadion mini sinjai. Tempat ini menyediakan lapangan dengan standar mengikuti aturan futsal rules, mulai dari garis lapangan, luas lapangan futsal dan lainnya.

Lapangan futsal semi indoor sinjai kita dapat bermain sepak bola mini dengan harga murah dan terjangkau. lapangan tersedia dengan kualitas terbaik, dilengkapi pula bola futsal hingga kantin. Sewa lapangan futsal indoor Sinjai dapat dilakukan perjam atau bulanan dan lapangan futsal indoor tersebut merupakan hak milik dari pemerintah sinjai yang dikelola oleh dinas pemuda dan olahraga kab. Sinjai lebih tepatnya pada bidang prestasi dan olahraga yang saat ini mempunyai 6 staff pengelola.

B. Hasil dan pembahasan penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas Data Penelitian

Data penelitian dikatakan valid jika memiliki faktor loading $> 0,4$.

Variabel X (kualitas layanan)

Tabel 1.2

Communalities

	Initial	Extraction
Pertanyaan1	1,000	,636
Pertanyaan2	1,000	,599
Pertanyaan3	1,000	,744
Pertanyaan4	1,000	,644
Pertanyaan5	1,000	,688
Pertanyaan6	1,000	,691

Extraction Method: Principal Component
Analysis.

Sumber: olah data spss

Untuk instrumen variabel X (kualitas layanan) dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut valid berdasarkan hasil pengukuran kevalidan tentang rata-rata nilai setiap butir variabel $X > 0,04$.

Variabel Y (Kepuasan konsumen)

Tabel 1.3

Component Matrix^a

	Component
	1
Pertanyaan1	,797
Pertanyaan2	,774
Pertanyaan3	,863
Pertanyaan4	,803
Pertanyaan5	,829
Pertanyaan6	,831

Extraction Method: Principal
Component Analysis.^a

a. 1 components extracted.

Untuk instrumen variabel Y (Kepuasan konsumen) dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut valid berdasarkan hasil pengukuran

kevalidan tentang rata-rata nilai setiap butir variabel
 $Y > 0,04$

b. Uji Reliabilitas Data Penelitian

Data penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach
 $\alpha > 0,7$

Tabel 1.4

Reliability Statistics

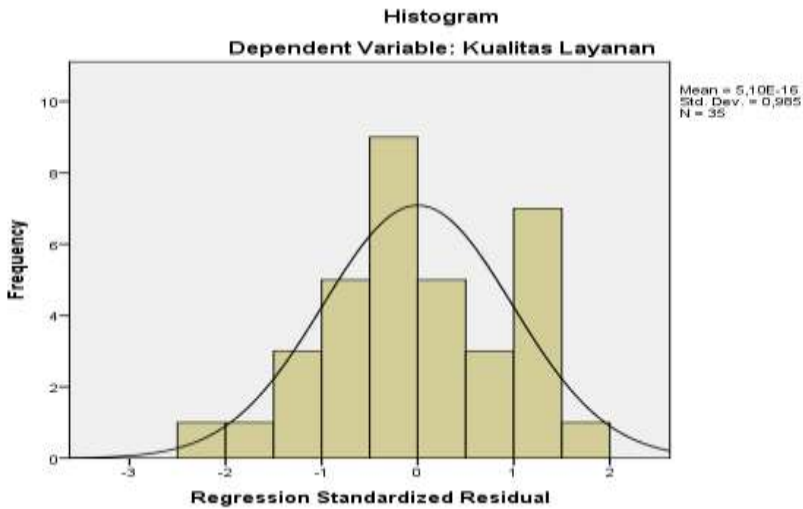
Cronbach's Alpha	N of Items
,899	6

Dari tabel diatas menunjukkan nilai
 Cronbach's Alpha sebesar $.889 > 0,7$, maka artinya
 instrumen penelitian dikatakan reliabel

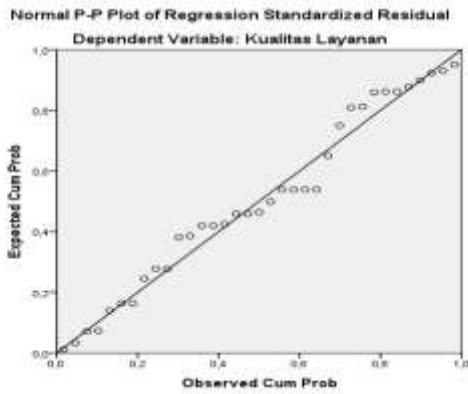
2. Uji Normalitas Data Penelitian

Deskripsi histogram uji normalitas pada dasarnya
 sebuah data yang dapat dikenali atau dapat dideteksi
 dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu
 diagonal dari grafik histogram dari residualnya.

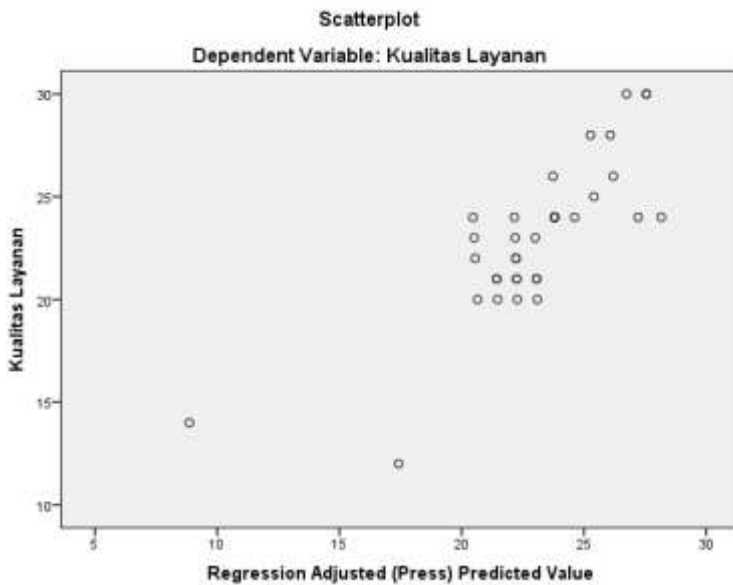
- 1) Data berdistribusi normal, dapat dikatakan jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
- 2) Sebaliknya data dapat dikatakan tidak berdistribusi normal, apabila data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya



Gambar 1.1



Gambar 1.2



Gambar 1.3

3. Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1.5

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kualitas Layanan	23,03	3,808	35
Kepuasan Konsumen	23,03	4,062	35

Tabel Descriptive Statistics untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul.

4. Uji Hipotesis

Tabel 1.6

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 ^a	,719	,711	2,048

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

b. Dependent Variable: Kualitas Layanan

Jika nilai Sig < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel X (kualitas layanan) berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) dan jika nilai Sig > 0,05 maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pada tabel model Summary dapat dilihat atau ditemukan nilai Sig sebesar 0,000 pada kolom Sig, karena nilai Sig 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, artinya kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen, maka semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen

Tabel 1.7

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	354,547	1	354,547	84,523	,000 ^b
Residual	138,425	33	4,195		
Total	492,971	34			

a. Dependent Variable: Kualitas Layanan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Tabel Anova digunakan untuk memprediksi apakah model regresi linear dapat digunakan untuk menguji apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dilapangan futsal indoor kab.Sinjai sebagai berikut:

H_a :Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

H_0 :Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Kaidah pengujian table anova:

- a) Jika $F\text{-hitung} \geq$ dari $F\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $F\text{-hitung} <$ dari $F\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai F Hitung= 84,523. Adapun F Tabel yang dilihat dari distribusi F dengan 36 responden dan 2 (dua) variabel ditemukan F Tabel sebesar 5,14 artinya, F Hitung $84,523 \geq F$ Tabel 5,14, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dilapangan futsal indoor kab.sinjai

Tabel 1.8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,721	2,021		2,336	,026
Kepuasan Konsumen	,795	,086	,848	9,194	,000

a. Dependent Variable: Kualitas Layanan

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen lapangan futsal indoor kab. Sinjai.

Pengaruh kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di lapangan futsal indoor. Hal ini diperoleh berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SPSS 25, dimana variabel X (kualitas layanan) berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen), artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka semakin baik kualitas layanan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

B. SARAN

1. Mengingat kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, maka hendaknya pengelola lebih mempertahankan dan meningkatkan layanan kepada konsumen lapangan futsal indoor kab. Sinjai.

2. Bagi peneliti selanjutnya, apabila ingin melakukan penelitian yang hampir sama dengan tema penelitian ini, diharapkan untuk menambah variabel baru untuk mengetahui pengaruhnya dalam kualitas layanan dan kepuasan konsumen yang lebih baik dari variabel-variabel yang akan digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo.
- Batinggi, A., & Ahmad, B. (2014). Pengertian pelayanan Umum dan Sistem Manajemen. *Manajemen Pelayanan Umum*, 1–32.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1994). Improving service quality in America: Lessons learned. *Academy of Management Perspectives*, 8(2), 32–45.
- Danang, S. (2013). Teori Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Gage, S. M. (2006). Strategi pelayanan pelanggan. *Argo, Yogyakarta*.
- Gaspersz, V. (2002). *Manajemen kualitas dalam industri jasa*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Krisiaji, W. C. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Nasution, M. N. (2005). Manajemen mutu terpadu. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Setiyanto, D. A. (2016). *Sebuah Catatan Sosial tentang Ilmu, Islam, dan Indonesia*. Deepublish.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

- Supranto, J. (2006). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. *Jakarta: Rineka Cipta*, 299.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2007). *Pengantar Bisnis Modern: Pengantar ekonomi perusahaan modern*.
- Tjiptono, F. (1997). *Prinsip-prinsip total quality service*.
- Toni, W. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. *Jakarta: PT Indeks*, 5(2), 11–19.
- Yamit, Z. (2005). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Ed.
- Yong, C. Z. (n.d.). Yun yw Loh L. *The Quest Of Global Quality*.
- Zainuddin, M. (2014). Metodologi penelitian kefarmasian dan kesehatan (Edisi kedua). *Surabaya: Airlangga University Press (AUP)*.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

NO	Variabel Penelitian	Indikator	Nomor butir pertanyaan	Jumlah
1.	Kualitas Layanan	a) Pelayanan tepat waktu b) Harga dan kualitas sesuai dengan kebutuhan c) Memberikan pelayanan dengan baik.	1, 2, 3, 4, 5, dan 6	6 nomor
2.	Kepuasan Konsumen	d) Pelayanan yang diperoleh sesuai dengan harapan. e) Pelayanan yang diperoleh memuaskan.	7, 8, 9, 10, 11, dan 12	6 nomor

LAMPIRAN II

Berilah tanda (√) pada tanda responden dibawah ini dengan tepat dan sebenar-benarnya.

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. Umur :
 - < 20 Tahun
 - 21-25 Tahun
 - 26-30 Tahun
 - 31-40 Tahun
 - > 40 Tahun
5. Status :
 - Menikah
 - Belum Menikah
 - Janda/ Duda
6. Pendidikan Terakhir :
 - SD
 - SMP
 - SMA/ Sederajat
 - Sarjana
 - Pascasarjana
7. Pekerjaan :
 - Pegawai Negeri
 - Wirausaha/ pengusaha
 - Pegawai Swasta
 - Pelajar/ mahasiswa
 - Buruh/ petani

8. Pendapatan Perbulan :

- < Rp. 1.000.000,-
- Rp. 1.000.000,- -- Rp. 2.000.000,-
- Rp. 2.000.000,- -- Rp. 3.000.000,-
- Rp. 3.000.000,- -- Rp. 4.000.000,-
- Rp. 4.000.000,- -- Rp. 5.000.000,-
- Rp. 5.000.000,-

**9. Dari mana anda mengenal Lapangan Futsal Indoor
Sinjai :**

- Keluarga ○ Iklan ○ Teman
- Brosur/ spanduk

Berilah tanda (√) pada kolom yang sudah tersedia sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan :

- STS = Sangat Tidak Setuju (1)
- TS = Tidak Setuju (2)
- CS = Cukup Setuju (3)
- S = Setuju (4)
- SS = Sangat Setuju (5)

Angket tentang Kualitas Layanan

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Lapangan di lapangan futsal indoor bersih, rapi dan nyaman.					
2.	Karyawan mau mendengarkan keluhan konsumen					
3.	Karyawan cepat tanggap dalam menangani transaksi					
4.	Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen					
5.	Karyawan lapangan futsal indoor memberikan pelayanan dengan cepat dan memuaskan.					
6.	Karyawan sangat sopan dalam melayani konsumen.					

Angket tentang kepuasan konsumen

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
7.	Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumen.					
8.	Merasa puas dengan layanan yang diberikan.					
9.	Konsumen datang kembali ke lapangan futsal indoor karena merasa puas.					
10.	Merekomendasikan lapangan futsal indoor kepada teman atau kerabat.					
11.	Keluhan dan kritik konsumen diterima dengan baik.					
12.	Masukan dan saran konsumen diterima dengan baik.					

LAMPIRAN III

SCHEDULE PENELITIAN

NO	WAKTU	KETERANGAN
1	1 juni 2021	Persiapan Penelitian
2	2 juni 2021	Obervasi
3	3 juni 2021	Penyebaran angket
4	4 juni 2021	Pengambilan Dokumentasi

VARIABEL X (KUALITAS LAYANAN)

NO	NAMA RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	JUMLAH
1	Sofyan	4	3	4	4	3	4	22
2	Rusli	4	3	5	4	4	5	25
3	Ikhwanul multazam	3	3	4	4	4	4	22
4	saiful	4	3	3	3	4	3	20
5	firdaus	4	4	3	3	4	4	22
6	muh. Ardan	4	4	5	4	4	4	25
7	muazzimil hair	3	3	3	3	4	5	21
8	muh. Zahran ilham	3	4	4	3	4	4	22
9	muhammad fadli	4	3	5	4	3	4	23
10	abd. Latif	4	5	3	5	5	5	27
11	achmad arafah	5	4	5	5	5	5	29
12	ridwan	4	4	3	5	5	5	26
13	alimuddin	3	5	4	3	4	4	23
14	andi taufan ashasi	4	4	4	3	3	4	22
15	sofyan anas	4	3	4	4	5	5	25
16	zulkifli	4	4	4	4	4	5	25
17	idris jamal	4	3	3	3	3	3	19
18	waris	4	3	3	3	3	3	19
19	abd.salam	3	3	3	4	3	3	19
20	taufik hidayat	3	4	4	4	4	4	23
21	chaerul hidayat	3	4	4	5	4	3	23
22	aulia firdaus	4	5	3	3	4	4	23
23	jumat ali musabang	4	4	4	4	4	4	24
24	muh. Abdu	4	4	4	4	4	4	24
25	asdar saputra	4	4	4	3	4	3	22

26	fatwa	5	4	3	3	4	4	23
27	farid fadil	3	3	4	3	4	4	21
28	ahmad muhtada	3	3	3	3	3	4	19
29	hermansyah	3	3	3	4	3	4	20
30	herman	3	3	4	3	4	3	20
31	ahmad saenal basri	3	4	3	4	3	3	20
32	abd. Wahab	4	4	4	4	3	4	23
33	muh. Al- kausar	4	3	3	4	4	3	21
34	mamul muttakin	4	4	4	3	3	4	22
35	darmansyah	4	4	4	4	3	3	22
36	yusril ihsan	4	3	3	3	3	3	19

VARIABEL Y (KEPUASAN KONSUMEN)

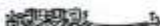
NO	NAMA RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	JUMLAH
1	Sofyan	4	5	5	5	5	5	29
2	Rusli	4	4	4	4	4	4	24
3	Ikhwanul multazam	5	5	4	5	5	4	28
4	saiful	4	4	3	3	4	3	21
5	firdaus	3	4	4	4	3	3	21
6	muh. Ardan	3	4	3	3	4	4	21
7	muazzimil hair	4	4	4	4	3	3	22
8	muh. Zahran ilham	4	4	4	4	4	4	24
9	muhammad fadli	3	4	4	4	3	3	21
10	abd. Latif	5	5	5	5	5	5	30
11	achmad arafah	5	5	4	5	5	5	29
12	ridwan	5	5	5	5	5	5	30
13	alimuddin	5	5	5	5	5	5	30
14	andi taufan ashasi	5	5	5	5	5	5	30
15	sofyan anas	4	4	3	4	4	5	24
16	zulkifli	4	4	4	5	5	4	26
17	idris jamal	4	4	4	4	3	4	23
18	waris	4	4	4	4	4	4	24
19	abd.salam	4	4	5	4	4	5	26
20	taufik hidayat	3	4	4	4	4	4	23
21	chaerul hidayat	5	5	5	5	5	5	30
22	aulia firdaus	5	4	5	4	4	4	26
23	jumat ali musabang	4	3	4	3	3	3	20
24	muh. Abdu	4	4	4	4	4	4	24
25	asdar saputra	4	3	3	3	3	3	19

26	fatwa	5	4	3	3	5	4	24
27	farid fadil	3	4	3	4	3	5	22
28	ahmad muhtada	5	3	4	3	5	4	24
29	hermansyah	3	4	4	4	3	3	21
30	herman	4	3	4	3	3	3	20
31	ahmad saenal basri	4	3	3	3	3	3	19
32	abd. Wahab	4	4	4	3	3	3	21
33	muh. Al- kausar	4	3	3	3	4	3	20
34	mamul muttakin	4	3	4	4	3	3	21
35	darmansyah	4	3	4	4	3	3	21
36	yusril ihsan	3	3	4	3	3	3	19



FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
 KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI TLP/FAX 848221-618. KODE POS 92612
 Email : info@iain-sinjai.ac.id Website : http://www.iain-sinjai.ac.id

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 4806/SK/BAN-PT/AL-PK/P/UK/2019



SURAT KEPUTUSAN
 NOMOR : 521/III/L.J.AU/F/KEP/2020

TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2020-2021

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2020-2021, maka dipandang perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Penyusunan Proposal skripsi dalam Surat Keputusan.
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
- Mengingat** : a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah
 b. Undang-undang No.20 tahun 2003 tentang Sisdiknas
 c. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi
 d. Keputusan Menteri Agama R.I No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai
 e. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
 f. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah
 g. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Memperhatikan** : 1. Kalender Akademik Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2020-2021.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penyusunan proposal skripsi mahasiswa.

- Pertama** : Mengangkat dan menetapkan saudara :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Muh. Anis, M.Hum.	Dr. Nazaruddin, S.Sy., MHL

untuk penulisan skripsi mahasiswa

- Nama : Muhammad Khaerul
 NIM : 17030301
 Prodi : Prodi Ekonomi Syariah (EKOS)
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lapangan Futsal Indoor Kabupaten Sinjai

- Kedua** : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nalifah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.



FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI TLP/FAX 94823418, KODE POS 92612
Email : info@iain-sinjai.ac.id Website : <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NIMOR : 45/SK/RAN-PTAL-PK/PPEK/1019

- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Koempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai
Pada Tanggal : 1 Rabi'ul Akhir 1442 H
: 16 November 2020 M

Dehan

Rahmatullah, S.Sos.L, M.A.
NBM. 1117781

- Tembusan disampaikan kepada Yth:
1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
 2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai.
 3. Ketua Predi EKOS IAIM Sinjai di Sinjai.



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAR. SINJAI, TLEPFAK 84221418, KODE POS 92612

Email : info@iainmuhammad.ac.id Website : <http://www.iainmuhammad.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT NONDOR SK : 088/SK/BAN-PT/akred/PT/2012/208

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Nomor : 553.D3/III.3.AU/F/2021
Lampiran : Satu Berkas
Perihal : Izin Penelitian

Sinjai, 14 Syawal 1442H
26 Mei 2021 M

Kepada Yang Terhormat
Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga
di
Sinjai

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Semoga rahmat Allah SWT senantiasa tercurah kepada kita semua, sehingga kita dimudahkan dalam melaksanakan amanah Nya

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAIM Sinjai, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Muhamad Kherul
NIM : 170303031
Prodi Studi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII

akan mengadakan penelitian dengan judul :

"Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lapangan Futsal Indoor Kab. Sinjai."

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di lapangan futsal Kec. Sinjai Utara Kab. Sinjai.

Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,

Rahmatullah, S.Sos.I., MA
NBM.1177781

Tembusan disampaikan Kepada Yth :
Rektor IAIM Sinjai



**PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI
DINAS PEMUDA DAN OLAHRAGA**

Jalan H. A. Abdul Lathief No. 1 Kabupaten Sinjai Provinsi Sulawesi Selatan Kode Pos 92612

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 800/19.174/DISPORA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitriati Makmur, S.Sos
Jabatan : Kasubag Umum dan Kepegawaian Dinas Pemuda dan Olahraga

Menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Khaerul
Tempat / Tanggal Lahir : Sebatik, 12 Januari 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai
Program Studi : Ekonomi Syariah
NIM : 170303031
Alamat : Jl. Bulo-bulo Timur, Sinjai Utara

Bahwa nama tersebut di atas telah melaksanakan penelitian di Dinas Pemuda dan Olahraga dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lapangan Futsal Indoor Kab. Sinjai".

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan seperfunya, terima kasih.

Sinjai, 26 Juli 2021

An. Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga
Kasubag. Umum dan Kepegawaian



Fitriati Makmur

Fitriati Makmur, S.Sos
NIP. 198001302008012025
Pangkat. Penata III/c

DOKUMENTASI



Dok. Pembagian angket kepada konsumen lapangan futsal indoor kab.sinjai

BIODATA PENULIS



Penulis Lahir Di Sebatik Pada Tanggal 12 Januari 2000 Sebagai Anak Pertama Dari Pasangan Bapak Adinan Said Dan Ibu AndiNurfaidah. Berikut Adalah Biodata Tentang Penulis :

Nama : Muhammad Khaerul
Alamat : Jln. Bulo-Bulo Timur
Tempat/Tanggal Lahir : Sebatik/12 Januari 2000
Agama : Islam
No. HP : 085294658806
Email :
muhammadkhaerul936@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

- SDN 103 Bontompare Sinjai Lulus Pada Tahun 2011
- SMP Negeri 1 Unggulan Sinjai Lulus Pada Tahun 2014
- SMA Negeri 2 Sinjai Lulus Pada Tahun 2017

PAPER NAME
170303031



AUTHOR
Muhammad Khaerul

WORD COUNT
3984 Words

CHARACTER COUNT
25494 Characters

PAGE COUNT
28 Pages

FILE SIZE
175.2KB

SUBMISSION DATE
Apr 19, 2022 1:21 PM GMT+7

REPORT DATE
Apr 19, 2022 1:23 PM GMT+7

● **19% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 16% Submitted Works database

Wahyuni