

The Influence Of Service, Facilities, Price, And Location Of Gbantama Futsal Kediri On Customer Satisfaction

Pengaruh Layanan, Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Gbantama Futsal Kediri Pada Kepuasan Pelanggan

Fendik Onni Istiyono^{1*}, Djunaidi², Nur Laely³

Universitas Kadiri^{1,2,3}

fendikbro212@gmail.com¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

Service quality, facilities, price and location are several factors that influence customer satisfaction at Gbantama Futsal Kediri. The investigation used quantitative methodology to facilitate deeper understanding. In June 2022, the research population consisted of 960 visitors to Gbantama Futsal Kediri, from which 100 respondents were selected via the convenience sampling method. Data was collected through documentation, observation and literature study. The coefficient of determination, classical assumption test, multiple linear regression, validity, partial significance test (t test), and simultaneous significance test (f test) were used to analyze the data. The results of the investigation show that: (1) Customer satisfaction is greatly influenced by price, location, service quality and facilities. However, the value shows that service quality does not affect customer satisfaction. The investigation results show that: (1) Price, location, service quality, and facilities all significantly influence consumer satisfaction; However, the lower calculated t value, -0.552, indicates that service quality does not significantly influence consumer satisfaction, with a t table value of 0.677 and a significance level of 0.582.

Keywords: Service, facilities, price, location, and customer satisfaction

ABSTRAK

Kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Gbantama Futsal Kediri. Penyelidikan menggunakan metodologi kuantitatif untuk memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam. Pada bulan Juni 2022, populasi penelitian terdiri dari 960 pengunjung Gbantama Futsal Kediri, dari mana 100 responden dipilih melalui metode sampel mudah. Data dikumpulkan melalui dokumentasi, observasi, dan studi pustaka. Koefisien determinasi, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, validitas, uji signifikansi parsial (uji t), dan uji signifikansi simultan (uji f) digunakan untuk menganalisis data. Hasil investigasi menunjukkan bahwa: (1) Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Namun, nilai menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil investigasi menunjukkan bahwa: (1) Harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan fasilitas semuanya memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan; namun, nilai t hitung yang lebih rendah, -0,552, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan, dengan nilai t tabel 0,677 dan tingkat signifikansi 0,582.

Kata Kunci: Layanan, fasilitas, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan

1. Pendahuluan

Perusahaan jasa mengalami pertumbuhan paling pesat di era globalisasi ini. Persaingan diperburuk dengan munculnya banyak perusahaan baru. Pengusaha harus mampu membuat keputusan tepat waktu dan terinformasi untuk memfasilitasi pertumbuhan organisasi mereka dalam kondisi seperti ini. Penting untuk dapat mempertahankan pangsa pasar dan unggul dalam persaingan. Untuk menang di pasar, organisasi harus memahami kebutuhan klien mereka. Memahami preferensi konsumen sangat penting untuk pengembangan strategi pemasaran yang efektif, yang memungkinkan bisnis memenuhi kebutuhan pelanggan dan mempertahankan

keunggulan kompetitif di pasar. Kualitas layanan merupakan strategi penting untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada, menarik konsumen baru, dan menawarkan manfaat yang berbeda.

Sangat penting untuk memuaskan pelanggan; kepuasan mereka akan ditingkatkan dengan layanan yang memenuhi harapan mereka. Harapan pelanggan akan terlampaui seiring dengan peningkatan kualitas layanan. Pelanggan akan puas dengan barang atau jasa jika karyawan melayani dengan sopan, nyaman, dan efisien. Selain kualitas pelayanan, lokasi yang strategis juga merupakan hal yang terpenting. Pelanggan lebih menyukai lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan fasilitas transportasi. Persepsi konsumen dipengaruhi oleh harga produk, dan kombinasi harga dan kualitas memengaruhi kepuasan pelanggan (Mukti dan Kristanti, 2022).

Meskipun bukti empiris mengenai hubungan antara harga dan kepuasan konsumen masih kurang, namun penetapan harga yang tidak tepat dapat mengakibatkan suatu usaha bangkrut. Pelanggan akan menahan diri untuk tidak membeli atau menggunakan produk atau layanan jika mereka merasa tidak puas. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus memilih dengan hati-hati lokasi operasionalnya. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mendorong penjualan. Fasilitas juga penting untuk menarik konsumen. Kepuasan pelanggan meningkat dengan adanya fasilitas berkualitas tinggi, sedangkan ketidakpuasan mungkin timbul karena fasilitas yang tidak memadai. Gandama Futsal Kediri yang beroperasi mulai pukul 08.00 hingga 18.00 WIB merupakan gambaran perusahaan yang berkembang pesat dan menyediakan layanan pendukung yang memadai, termasuk kantin dan ruang ganti. Nilai layanan dan kepuasan pelanggan ditingkatkan dengan lokasi yang strategis dan fasilitas yang memadai.

Peningkatan kualitas pelayanan di seluruh lini produksi merupakan hal yang penting guna mempertahankan dan mengembangkan usaha. Ghantama Futsal Kediri juga menonjol dengan adanya studio band, kolam renang, dan tempat rekreasi. Layanan pelanggan yang efektif sangat diperlukan untuk retensi pelanggan. Pelanggan merumuskan ekspektasi mereka dengan memanfaatkan data dari berbagai sumber. Apabila barang atau jasa yang mereka terima tidak sesuai dengan kualitas yang diiklankan, pelanggan akan merasa tidak puas. Akibatnya, persaingan akan lebih terfokus pada kualitas layanan daripada hanya pada harga, lokasi, dan fasilitas. Sangat penting bagi bisnis untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan menawarkan layanan terbaik, harga yang kompetitif, lokasi yang tepat, sarana yang memadai, dan pendekatan pemasaran yang efektif

Salah satu elemen yang sangat penting dari upaya ini adalah daya tarik klien untuk menyewa lapangan futsal. Penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Ghantama Futsal Kediri" menjadi relevan dalam konteks tersebut. Perusahaan jasa mengalami pertumbuhan paling pesat di era globalisasi ini. Persaingan diperburuk dengan munculnya banyak perusahaan baru. Pengusaha harus mampu membuat keputusan tepat waktu dan terinformasi untuk memfasilitasi pertumbuhan organisasi mereka dalam kondisi seperti ini.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas layanan

Kualitas Pelayanan Kotler (2022) mendefinisikan kualitas layanan sebagai seluruh atribut produk dan layanan yang mempengaruhi kapasitasnya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik eksplisit maupun implisit. Dalam dunia usaha, kualitas layanan sangat penting karena dapat menarik klien baru dan mencegah klien lama berpindah ke perusahaan lain. Menurut Andarini, Laely, dkk (2020), kualitas pelayanan adalah standar keunggulan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mengatur standar keunggulan tersebut guna memuaskan

kebutuhan klien. Kotler (2020) dalam Buchari Alma (2022) mencantumkan lima indikator TERRA (kependekan dari indikator kualitas layanan).

1. Berwujud, Bagian luar bangunan, peralatan, dan korespondensi yang menarik dan terawat baik.
2. Empati, Kesiapan seorang pekerja untuk memberikan perhatian individual kepada klien.
3. Daya tanggap. Kesiapan anggota staf untuk membantu klien, memberikan layanan dengan segera, dan mengatasi permasalahan.
4. Keandalan, Kapasitas untuk memberikan layanan secara andal dan akurat seperti yang dijanjikan.
5. Assurance, Kapasitas seorang pekerja untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan pada klien.

Fasilitas

Menurut Lupiyoadi (2021), fasilitas dapat dimodifikasi untuk membedakan program dari pesaing tanpa mempengaruhi belanja modal atau kualitas layanan. Lingkungan atau bangunan sebenarnya, perkakas, perlengkapan, logo, warna, dan lain-lain merupakan contoh komponen fasilitas fisik. Nirwana (2020) menyebutkan faktor-faktor berikut sebagai Faktor-faktor yang berdampak pada fasilitas:

1. Desain fasilitas
2. Nilai-nilai fungsi
3. Daya Tarik Visual
4. Lingkungan yang kondusif
5. Perangkat pendamping

Harga

Harga adalah elemen strategi pemasaran yang paling mudah untuk dimodifikasi, dan harga menunjukkan posisi nilai produk atau merek bisnis di pasar. Sustiyani, dkk (2019) mendefinisikan harga dalam bentuk uang dan elemen lain yang memiliki tujuan tertentu dalam perolehan suatu produk. Triwidiyati, dkk (2021) mengidentifikasi faktor-faktor berikut yang mempengaruhi harga layanan:

1. Elastisitas permintaan
2. Struktur pengeluaran
3. Bersaing
4. Penempatan layanan
5. Tujuan perusahaan
6. Siklus kinerja layanan
7. Sumber daya yang digunakan

Keadaan ekonomi Stanton (dalam Rosvita, 2020) mengidentifikasi indikator harga sebagai berikut:

1. Keterjangkauan
2. Kualitas produk dan keselarasan harga harus tercapai.
3. Daya saing harga
4. Menyelaraskan harga dengan keunggulan produk

Lokasi

Lokasi suatu usaha dan karakteristiknya merupakan faktor penting dalam proses pengambilan keputusan. Lokasi sangat menentukan keberhasilan suatu produk atau jasa karena berkaitan dengan potensi pasar, menurut Sustiyani (2019). Menurut Tjiptono (2020), berikut indikator lokasinya:

1. Aksesibilitas: Alat transportasi umum mudah diakses.

2. Visibilitas: Terlihat dari jarak pandang standar.
3. Lalu Lintas: Lalu lintas dan jumlah pejalan kaki.
4. Tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman.
5. Perluasan: Ada potensi pertumbuhan bisnis.
6. Lingkungan Hidup : Wilayah yang memberikan dukungan terhadap pelayanan.
7. Kompetisi: Di mana pesaing berada.
8. Peraturan Pemerintah: Persyaratan yang mengatur mengenai tempat usaha.

Kepuasan Konsumen

Kotler (2022) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai sentimen yang dialami pelanggan ketika mereka diberitahu bahwa kinerja perusahaan telah sesuai dengan harapan mereka. Pelanggan yang puas cenderung lebih setia, melakukan lebih banyak pembelian, dan tidak terlalu rentan terhadap fluktuasi harga. Lupiyoadi (2021) mengidentifikasi faktor-faktor berikut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1. Kualitas barang
 2. Kualitas perkhidmatan atau pelayanan
 3. Perasaan: Kebanggaan dalam menggunakan produk tertentu
 4. Biaya: Produk dengan kualitas unggul dengan harga yang wajar
 5. Biaya: Produk atau layanan tidak dikenakan biaya tambahan atau persyaratan waktu apa pun.
- Menurut Hasan (2020), berikut indikator kepuasan konsumen:
1. Verifikasi harapan
 2. Minat pembelian ulang
 3. Kesiediaan menyarankan
 4. Ketidakpuasan pelanggan

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Studi ini menerapkan metodologi kuantitatif yang memberikan analisis menyeluruh terhadap objek penelitian,. Penerapan statistik pada akumulasi dan analisis data numerik adalah inti dari pendekatan kuantitatif ini. Responden disurvei untuk mengumpulkan data. Metodologi ini didasarkan pada positivisme dan menilai populasi atau sampel tertentu. Untuk mengumpulkan data dari lingkungan alami atau non-buatan, berbagai teknik diterapkan, seperti kuesioner, wawancara terstruktur, dan tes.

Lokasi dan Periode Penelitian

Investigasi dilakukan di Ghantama Futsal Kediri, yang terletak di Desa Bakalan, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi adalah beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dan penelitian ini berkonsentrasi pada hal-hal ini. Investigasi dimulai pada Oktober 2023 dan berakhir pada Desember 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kategori komprehensif objek atau subjek yang dicirikan oleh jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Objek atau subjek yang diselidiki mempunyai seluruh ciri-ciri atau sifat-sifat yang dicakup oleh populasi. Sampel yang berjumlah 100 responden digunakan untuk mewakili populasi dalam penyelidikan ini. Populasi adalah suatu kategori menyeluruh dari objek atau subjek yang dicirikan oleh jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Objek atau subjek yang diselidiki mempunyai seluruh ciri-ciri

atau sifat-sifat yang dicakup oleh populasi. Sampel sebanyak 100 responden digunakan untuk mewakili populasi dalam penyelidikan ini.

Teknik Penentuan Besarnya Sampel

Menurut Umar (2022), sampel mewakili sebagian kecil dari populasi. Arikunto (2020) juga menyatakan bahwa disarankan untuk mendaftar semua mata pelajaran jika jumlah mata pelajaran kurang dari atau sama dengan 100. Boleh menyetujui 10–15 persen atau 20–25 persen atau lebih jika jumlahnya melebihi 100. Sampel yang dianggap representatif dalam penyelidikan ini terdiri dari 100 responden. Sesuai dengan rumus Slovin, jumlah sampel ditingkatkan menjadi 100 responden dari 90,56. Menurut Umar (2022), sampel mewakili sebagian kecil dari populasi. Arikunto (2020) juga menyatakan bahwa disarankan untuk mendaftar semua mata pelajaran jika jumlah mata pelajaran kurang dari atau sama dengan 100. Boleh menyetujui 10–15 persen atau 20–25 persen atau lebih jika jumlahnya melebihi 100. Sampel yang dianggap representatif dalam penyelidikan ini terdiri dari 100 responden., Sesuai dengan rumus Slovin, jumlah sampel ditingkatkan menjadi 100 responden dari 90,56.

Sumber Data

Sebagai wujud fundamental dari realitas, data merupakan gambaran suatu peristiwa yang memerlukan pengolahan tambahan untuk menghasilkan informasi (Sutabri, 2022). Investigasi ini menggunakan data primer dan sekunder :

- 1.) Data Primer, Data diperoleh dari tanggapan kuesioner yang disampaikan oleh pengguna lapangan Ghantama Futsal Kediri. Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2020).
- 2.) Data Sekunder, Data yang dikuatkan oleh literatur, artikel, dan sumber lain yang relevan. Data sekunder diperoleh dari media internet dan penelitian kepustakaan di perpustakaan dan instansi terkait.

Metode Pengumpulan Informasi

1. Kuesioner: Metode untuk mengumpulkan data di mana peserta diminta untuk menulis pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab. Menurut Sugiyono (2020), kuesioner pilihan menggunakan skala Likert checklist yang memiliki lima pilihan jawaban untuk setiap item.
2. Observasi: Proses mencatat dan mengamati subjek penelitian untuk mendapatkan data yang mendukung hasil kuesioner.
3. Dokumentasi: Catatan sejarah dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya besar, seperti catatan harian, foto, gambar diam, dan karya seni.
4. Tinjauan Pustaka: Tinjauan literatur, buku, catatan kuliah, artikel, jurnal, dan data internet termasuk teori dan referensi yang terkait dengan standar situasi sosial, nilai, dan budaya yang diteliti dan standar situasi sosial yang diteliti.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Metode Analisis Korelasi Sederhana Validitas penelitian ini diuji dengan korelasi bivariat Pearson Product Moment. Metode ini digunakan untuk menentukan bagaimana dua variabel berhubungan satu sama lain dan arah hubungan mereka. Metode analisis ini menghitung hubungan antara skor masing-masing item dan skor total, yang merupakan skor total dari semua item. Pertanyaan dianggap valid jika nilai signifikansinya kurang dari atau sama dengan 0,05.

Keputusan berikut menentukan validitas variabel: a) Variabel valid jika r hitung memiliki nilai positif dan melebihi r tabel; b) Variabel tidak valid jika r hitung tidak positif dan r hitung $< r$ (Tabel).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan reliabilitas alat ukur berbasis kuesioner. Apabila alat ukur digunakan secara berulang-ulang dan memberikan hasil yang relatif konsisten—bukan berbeda nyata—alat tersebut dianggap reliabel. Keakuratan, potensi prediksi, konsistensi, dan stabilitas suatu tes adalah semua faktor yang mempengaruhi keandalannya. Test ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha, yang menilai reliabilitas data dengan menghitung koefisien reliabilitas, atau α yang lebih besar dari 0,6. Variabel dianggap reliabel jika r alfa (Cronbach's Alpha) bernilai positif dan r alfa $\geq r$ tabel; sebaliknya, jika r alfa bernilai negatif dan r alfa $\geq r$ tabel, variabel dianggap tidak reliabel.

Untuk memastikan reliabilitas alat ukur berbasis kuesioner, dilakukan uji reliabilitas. Suatu alat ukur apabila digunakan berulang kali, dianggap dapat diandalkan dan relatif konsisten (tidak berbeda nyata). Keandalan suatu tes dipengaruhi oleh keakuratan, potensi prediksi, konsistensi, dan stabilitasnya. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan teknik Cronbach's Alpha untuk menilai reliabilitas data dengan mengevaluasi koefisien reliabilitas atau $\alpha > 0,6$.

Metode Analisa Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan instrumen yang berharga untuk menentukan apakah kedua variabel (independen dan dependen) dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas diterapkan dalam penyelidikan ini melalui pemanfaatan analisis statistik. Plot probabilitas normal adalah metode grafis berharga yang membedakan distribusi kumulatif dari distribusi normal dengan plot data sisa. Model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas jika distribusi datanya berdekatan dengan garis diagonal. Selain itu, uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji normalitas. Nilai Asymp Sig (2-tailed) dianggap distribusi normal jika lebih besar dari $1/2\alpha$ atau 0,05. Selain hipotesis, penelitian ini menggunakan uji PP Plot dan Kolmogorov-Smirnov (KS) sebagai dasar pengambilan kesimpulan.

- a. H_0 : Jika variabel mempunyai nilai Jika signifikansi P lebih besar dari 0,05, maka variabel ini memiliki distribusi normal.
- b. H_1 : Variabel tidak memiliki distribusi normal jika nilai signifikannya P kurang dari 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi berkorelasi, uji multikolinieritas dilakukan. Dalam model regresi ideal, variabel independen yang tidak berkorelasi satu sama lain dianggap nonortogonal. Nilai toleransi dan VIF, juga dikenal sebagai faktor inflasi variabilitas, dapat diterapkan untuk Sebagai contoh, dalam model regresi ideal menemukan multikolinieritas dalam model regresi. Nilai VIF menunjukkan seberapa baik masing-masing variabel independen dapat menjelaskan variabel independen lainnya, sedangkan nilai toleransi menunjukkan sejauh mana variabilitas Variabel independen lainnya tidak dapat mewakili variabel independen satu. Karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, toleransi biasanya kurang dari 0,10 atau VIF lebih dari 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Homoskedastisitas ditandai dengan variasi residu yang konstan antar observasi dalam model regresi, sedangkan heteroskedastisitas ditandai dengan variasi yang berbeda-beda. Diagram grafik antara nilai prediksi variabel terikat dan residu dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas. Pola dalam plot, seperti pola gelombang, dapat menjadi indikator terjadinya heteroskedastisitas: data dapat dievaluasi dengan uji Glejser. Informasi lebih lanjut mengenai heteroskedastisitas data disajikan dalam pemeriksaan ini. Data menunjukkan heteroskedastisitas yang ditunjukkan dengan hasil uji Glejser yang signifikan ($p < 0,05$). Homoskedastisitas ditandai dengan variasi residu yang konstan antar observasi dalam model regresi, sedangkan heteroskedastisitas ditandai dengan variasi yang berbeda-beda. Diagram grafik antara nilai prediksi variabel terikat dan residu dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas. Pola dalam plot, seperti pola gelombang, dapat menjadi indikator terjadinya heteroskedastisitas: Anda dapat menentukan heteroskedastisitas data dengan menggunakan uji Glejser. Informasi lebih lanjut mengenai heteroskedastisitas data disajikan dalam pemeriksaan ini. Data menunjukkan heteroskedastisitas yang ditunjukkan dengan hasil uji Glejser yang signifikan ($p < 0,05$).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk studi yang melibatkan satu variabel terikat yang dianggap berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas, analisis regresi adalah metode analisis yang cocok (Ghozali, 2021). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana kepuasan konsumen (Y), yang digambarkan sebelumnya, dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4). Persamaan regresi linier berganda berikut adalah:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y	=	kepuasan konsumen
a	=	intercept (konstanta)
β_1	=	koefisien regresi untuk X1
β_2	=	koefisien regresi untuk X2
β_3	=	koefisien regresi untuk X3
β_4	=	koefisien regresi untuk X4
X1	=	kualitas layanan
X2	=	fasilitas
X3	=	harga
X4	=	lokasi
e	=	nilai residu.

5. Uji Hipotesis

a. Uji ttest (Uji Parsial)

Uji-t, atau uji parsial, digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen masing-masing terhadap variabel dependen dalam model regresi. Nilai kritis dan nilai t statistik dibandingkan untuk mencapai hal ini. Hasil studi menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk membuat keputusan, nilai t dalam tabel dan nilai t hitung dibandingkan. Hipotesis (H_0) diterima jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel; jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, Hipotesis ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Uji Ftest (Uji Simultan)

Uji F, juga dikenal sebagai uji simultan, dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi.

Nilai F yang ditemukan dalam tabel dibandingkan dengan nilai F yang dihitung untuk membuat keputusan. Hipotesis (H_0) diterima jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, yang berarti bahwa variabel independen tidak mempengaruhi secara signifikan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka hipotesis ditolak, yang berarti bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara keseluruhan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 menunjukkan seberapa baik variabel independen dalam model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen yang semakin tinggi, yang berkisar antara 0 hingga 1. Namun, R^2 memiliki keterbatasan: nilainya cenderung meningkat ketika variabel independen dimasukkan ke dalam model, meskipun ada fakta bahwa signifikansinya terhadap variabel terikat dapat diabaikan. Oleh karena itu, nilai R^2 yang telah dimodifikasi adalah yang paling tepat karena dapat diubah untuk mencerminkan jumlah variabel independen dalam model. Uji Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa baik variabel independen dalam model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 meningkat, berkisar antara 0 dan 1, menunjukkan kemampuan model untuk memperhitungkan variasi variabel dependen. Namun, R^2 memiliki keterbatasan: nilainya cenderung meningkat ketika variabel independen dimasukkan ke dalam model, meskipun ada fakta bahwa signifikansinya terhadap variabel terikat dapat diabaikan. Oleh karena itu, nilai R^2 yang telah dimodifikasi adalah yang paling tepat karena dapat diubah untuk mencerminkan jumlah variabel independen dalam model.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

1. Variabel Kualitas Layanan (X_1)

Tabel berikut menunjukkan uji validitas variabel kualitas pelayanan (X_1), yang dihasilkan dari pengolahan data:

Tabel 1. Hasil Variabel Kualitas Layanan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,582	0,164	Valid
X1.2	0,708	0,164	Valid
X1.3	0,776	0,164	Valid
X1.4	0,607	0,164	Valid
X1.5	0,513	0,164	Valid

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Karena nilai r hitung melebihi r tabel = 0,164, semua pernyataan untuk variabel X_1 valid, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Data kuesioner dianggap valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Variabel Fasilitas (X_2)

Tabel di bawah ini menggambarkan uji validitas variabel kualitas pelayanan (X_2), yang ditentukan dari hasil pengolahan data:

Tabel 2. Hasil Variabel Fasilitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,641	0,164	Valid
X2.2	0,734	0,164	Valid
X2.3	0,786	0,164	Valid
X2.4	0,718	0,164	Valid

X2.5	0,726	0,164	Valid
X2.6	0,586	0,164	Valid

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan valid untuk variabel X2, karena nilai r hitung melebihi r tabel = 0,164. Data kuesioner ditetapkan valid dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya. Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan valid untuk variabel X2, karena nilai r hitung melebihi r tabel = 0,164. Data kuesioner ditentukan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

3. Variabel Harga (X3)

Tabel di bawah ini menggambarkan variabel harga (X3), yang ditentukan berdasarkan hasil pengolahan data:

Tabel 3. Hasil Variabel Harga

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,861	0,164	Valid
X3.2	0,709	0,164	Valid
X3.3	0,848	0,164	Valid
X3.4	0,795	0,164	Valid

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel X3 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan valid karena nilai r hitung melebihi nilai r tabel sebesar 0,164. Data kuesioner ditentukan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

4. Variabel Lokasi (X4)

Tabel di bawah ini menggambarkan uji validitas variabel lokasi (X4), yang ditentukan berdasarkan hasil pengolahan data:

Tabel 4. Hasil Variabel Lokasi

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X4.1	0,721	0,164	valid
X4.2	0,680	0,164	valid
X4.3	0,599	0,164	valid
X4.4	0,700	0,164	valid
X4.5	0,695	0,164	valid
X4.6	0,629	0,164	valid
X4.7	0,626	0,164	valid
X4.8	0,743	0,164	valid

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Pernyataan seluruh pernyataan benar ditunjukkan dengan nilai r taksiran variabel X4 lebih besar dari r tabel = 0,164 seperti terlihat pada tabel sebelumnya. Hasil data kuesioner ditetapkan valid dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

5. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel di bawah ini menggambarkan uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y) sesuai dengan hasil pengolahan data:

Tabel 5. Hasil Variabel Kepuasan Konsumen

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,821	0,164	Valid
Y.2	0,829	0,164	Valid
Y.3	0,797	0,164	Valid
Y.4	0,669	0,164	Valid

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel anteseden, nilai r taksiran variabel Y lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,164 sehingga menunjukkan bahwa model tersebut valid. Oleh karena itu, hasil data kuesioner dianggap sah dan layak digunakan pada penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas layanan (X_1)	0,641	0,6	Reliabel
Fasilitas (X_2)	0,791	0,6	Reliabel
Harga (X_3)	0,817	0,6	Reliabel
Lokasi (X_4)	0,828	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,777	0,6	Reliabel

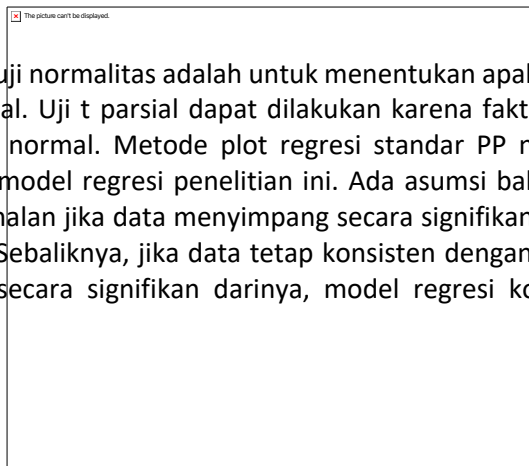
Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024).

Seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas, variabel kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), lokasi (X_4), dan kepuasan konsumen (Y) masing-masing memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Fakta bahwa data tersebut dapat diandalkan membuat penggunaan kuesioner dalam penelitian lebih disukai.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Salah satu tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel pengganggu dan suku kesalahan normal. Uji t parsial dapat dilakukan karena fakta bahwa faktor perancu diasumsikan berdistribusi normal. Metode plot regresi standar PP normal digunakan untuk mengevaluasi normalitas model regresi penelitian ini. Ada asumsi bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi kenormalan jika data menyimpang secara signifikan dari garis diagonal atau tidak mengikuti arahnya. Sebaliknya, jika data tetap konsisten dengan orientasi garis diagonal atau tidak menyimpang secara signifikan darinya, model regresi konsisten dengan asumsi normalitas.



Gambar 1. Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Karena sebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyimpang secara signifikan dari garis diagonal atau mengikuti arahnya, model regresi pada gambar di atas memenuhi asumsi kenormalan. Hasil uji normalitas pada grafik menunjukkan hal itu. Uji statistik, termasuk uji grafis, disertakan. Salah satunya menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorof-Smirnov. Apabila hasil KS memiliki nilai p lebih besar dari 0,05, residual tidak terstandar dianggap normal. Tabel berikut menunjukkan hasil tes:

Tabel 7. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,51575772
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,072
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,014 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Tabel berikut dengan jelas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,014 melebihi signifikansi yang ditentukan, yaitu 0,05, sehingga sebaran datanya normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk memeriksa variabel independen model regresi: kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4). Nilai variasi inflasi faktor (VIF) dan toleransi dapat digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidak multikolinieritas. Jika variasi inflasi faktor (VIF) lebih dari 10 atau nilai toleransi kurang dari 0,1, maka terjadi multikolinieritas; sebaliknya, jika variasi inflasi faktor (VIF) kurang dari 10 dan nilai toleransi melebihi 0,1, maka tidak ada multikolinieritas.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Toleranc e	VIF	
	B	Std. Error	Beta	T			Sig.
1 (Constant)	8,152	3,037		2,684	,009		
Kualitas layanan	-,047	,085	-,054	-,552	,582	,938	1,066
Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000	,909	1,101
Harga	,050	,076	,065	,663	,509	,936	1,069

Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020	,917	1,091
--------	------	------	------	-------	------	------	-------

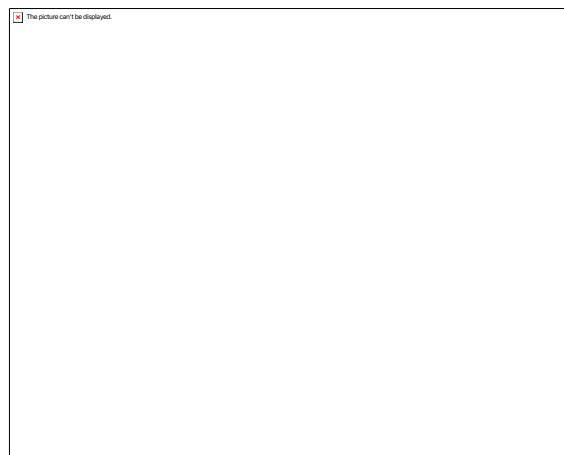
a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Nilai VIF variabel kualitas pelayanan sebesar 1,066 kurang dari 10, nilai VIF variabel fasilitas sebesar 1,101 kurang dari 10, nilai VIF variabel harga sebesar 1,069 kurang dari 10, dan nilai toleransi VIF variabel lokasi sebesar 1,091 kurang dari 10. Data pada bagian ini diperoleh dari tabel di atas. Variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi melebihi toleransi sebesar 0,10 masing-masing sebesar 0,938, 0,909, dan 0,917. Akibatnya, semua variabel memiliki VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih besar dari 0,10. Oleh karena itu, model ini layak digunakan sebagai model regresi berganda karena tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan pengembangan karir (X4) adalah variabel independen dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai relevansi yang berbeda-beda. Dengan menggunakan scatterplot, masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini ditemukan dengan membandingkan prediktor terstandarisasi dan residu model terstandar. Heteroskedastisitas tidak terjadi dalam kasus di mana tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Empat variabel independen dimasukkan ke dalam model regresi: Kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan pengembangan karir (X4) adalah empat variabel independen yang digunakan dalam model regresi. Setiap variabel memiliki nilai khusus. Dengan menggunakan scatterplot, masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini ditemukan dengan membandingkan prediktor terstandarisasi dan residu model terstandar. Heteroskedastisitas tidak terjadi dalam kasus di mana tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil scatterplot yang dihasilkan dari output SPSS disajikan di sini.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024).

Uji heteroskedastisitas yang dilakukan di atas menunjukkan bahwa data tersebar dan tidak menunjukkan pola tertentu yang ditunjukkan oleh gambar scatterplot. Akibatnya, para peneliti telah menentukan bahwa heteroskedastisitas tidak ada dalam model ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan analisis regresi adalah untuk menentukan seberapa kuat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi, yang dilakukan menggunakan SPSS, menghasilkan hasil berikut:

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8,152	3,037		2,684	,009
	Kualitas layanan	-,047	,085	-,054	-,552	,582
	Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000
	Harga	,050	,076	,065	,663	,509
	Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Persamaan regresi dapat dibangun sebagai berikut, berdasarkan hasil yang diperoleh dari koefisien regresi di atas:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

$$= 8,152 - 0,047$$

Hasil uji regresi linier berganda memenuhi persamaan: koefisien regresi kedua variabel independen (X2, X4) bernilai positif, tetapi koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) bernilai negatif (-). Ini menunjukkan bahwa ketika variabel kepuasan karyawan tidak dipengaruhi oleh variabel lain, seperti variabel fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4), nilai alpha 8,152 adalah konstanta atau kondisi. Variabel kepuasan pelanggan tidak berubah jika tidak ada variabel independen. Persamaan berikut dijelaskan:

- Variabel kepuasan konsumen (Y) akan tetap sebesar 8,152 jika nilai variabel kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) bernilai negatif, karena nilai konstanta sebesar 8,152,
- Kepuasan konsumen (Y) tidak berkorelasi positif dengan variabel kualitas pelayanan (X1) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien kualitas pelayanan (X1) sebesar -0,047. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,047 setiap peningkatan 1% pada variabel kualitas pelayanan.
- Ada korelasi positif antara variabel fasilitas (X2) dan kepuasan pelanggan, menurut koefisien fasilitas (X2) sebesar 0,293. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,293 setiap kenaikan variabel fasilitas sebesar 1%,
- Variabel harga (X3) berkorelasi positif terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai koefisien harga (X3) sebesar 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,050 setiap kenaikan variabel harga sebesar 1%,
- Variabel lokasi (X4) berkorelasi positif terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai koefisien lokasi (X4) sebesar 0,135. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,135 setiap peningkatan 1% pada variabel lokasi. Koefisien regresi diwakili oleh persamaan yang diperoleh dari hasil pengujian regresi linier berganda.

Hipotesis

Uji test (Uji Parsial)

Tujuan dari pemeriksaan ini adalah untuk mengidentifikasi apakah ada korelasi yang signifikan antara variabel terikat dan model regresi variabel bebas secara parsial. Nilai t hitung dan nilai t tabel harus dibandingkan untuk mengetahui hasil uji-t. Hipotesis diterima jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, dan ditolak jika nilai t hitung lebih rendah dari t tabel. Dengan menggunakan rumus berikut, hitung t-tabel: $t \text{ tabel} = (0,025; n-k-1 \text{ atau } df \text{ sisa})$ T-tabel setaradengan $(0,025; 100-4-1)$, dan nilai t pada tabel adalah $(0,025; 95)$ Tabel t menunjukkan 0,677,

Tabel 10. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,152	3,037		2,684	,009
Kualitas layanan	-,047	,085	-,054	-,552	,582
Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000
Harga	,050	,076	,065	,663	,509
Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Tabel 4.18 menunjukkan hasil uji t dengan SPSS yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) tidak mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Nilai t tabel sebesar 0,677 lebih rendah dari hasil perhitungan -0,552, dan tingkat signifikansi 0,582 lebih tinggi dari 0,050. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan kecuali secara parsial. Oleh karena itu, hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_a diterima; nilai t hitung untuk variabel fasilitas (X2) sebesar 4,214 lebih besar daripada nilai t hitung sebesar 0,677. Ambang batas signifikansinya adalah 0,050. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki korelasi signifikan secara parsial dengan variabel kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa H_a diterima, sedangkan H_0 ditolak. Tingkat signifikansi variabel harga (X3) adalah 0,509, melebihi ambang batas 0,050. Nilai t tabel adalah 0,677, yang lebih besar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi signifikan antara variabel harga dan variabel kepuasan konsumen secara parsial; H_a ditolak, dan H_0 diterima, dengan nilai t-hitung 1,759 lebih besar dari nilai t-tabel 0,677. Tingkat signifikansi 0,020 melebihi ambang batas 0,050. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa H_a diterima, sedangkan H_0 ditolak.

Uji F (Uji Silmultan)

Nilai F hitung dan F tabel dibandingkan untuk membuat keputusan. Hipotesis diterima jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel, dan hipotesis ditolak jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel. F tabel didefinisikan sebagai $(k; nk)$, di mana "k" adalah jumlah variabel bebas (atau variabel X) dan "n" adalah jumlah responden atau sampel penelitian. F tabel = $(k; nk)$, di mana "k" adalah jumlah variabel bebas (variabel bebas atau X) dan "n" adalah jumlah responden atau sampel penelitian. Hasil uji F simultan dirangkum sebagai berikut: F tabel = $(k; nk)$ F tabel = $(4; 100-4)$ F tabel = $(4; 96)$

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a	
--------------------	--

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	43,135	4	10,784	4,504	,002 ^b
Residual	227,455	95	2,394		
Total	270,590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas layanan, Harga, Fasilitas

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Tabel di atas dengan jelas menunjukkan bahwa variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) secara substansial dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) jika dianalisis secara bersamaan. Hal ini dikuatkan dengan nilai F sebesar 4,504 yang melampaui nilai F tabel sebesar 2,466 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002 yaitu kurang dari 0,05.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Metrik yang dikenal sebagai koefisien determinasi mengukur tingkat korelasi dan hubungan antar variabel dalam model regresi serta sejauh mana garis regresi yang diperkirakan sesuai dengan data sebenarnya. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien R². Pengukuran koefisien determinasi untuk penyelidikan ini digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,399 ^a	,159	,124	1,54734	

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas layanan, Harga, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024).

Hasil data tabel di atas menunjukkan nilai R kuadrat yang disesuaikan sebesar 0,124, atau 12,4%, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi memberikan pengaruh sebesar 12,4% terhadap kepuasan konsumen. Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memberikan pengaruh sebesar 87,6%. Hasil data tabel di atas menunjukkan nilai R square yang disesuaikan sebesar 0,124, atau 12,4%, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi mempunyai pengaruh sebesar 12,4% terhadap kepuasan konsumen. Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memberikan pengaruh sebesar 87,6% terhadap kepuasan konsumen.

5. Penutup Kesimpulan

Hasil penelitian dan diskusi menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga (X3), dan lokasi (X4) berkorelasi dengan kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis menunjukkan bahwa kotak R disesuaikan sebesar 0,124, atau 12,4%. Artinya, variabel harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan fasilitas masing-masing memberikan pengaruh sebesar 12,4% terhadap kepuasan konsumen. Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah variabel lokasi. Nilai t tabel 0,677 lebih besar dari nilai t hitung -0,552, dan tingkat signifikansi 0,582 lebih besar dari 0,050, keduanya mendukung hipotesis tersebut. Akibatnya, hipotesis utama tidak didukung. Meski demikian, kualitas pelayanan Ghantama Futsal Kediri sudah

memadai, hal ini terlihat dari tingginya nilai yang diberikan konsumen melalui kuesioner. Terdapat korelasi yang signifikan antara kepuasan konsumen dan fasilitas. Hipotesis kedua dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 4,214 untuk variabel fasilitas (X2), lebih besar dari nilai tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,000, kurang dari 0,050. Fakta bahwa harga tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan membantah hipotesis ketiga Ghantama Futsal Kediri. Untuk variabel harga (X3), nilai t-tabel sebesar 0,663 lebih rendah dari nilai t-tabel sebesar 0,677. Selain itu, tingkat signifikansi sebesar 0,509 lebih besar daripada 0,050. Konsumen menganggap harga Ghantama Futsal Kediri kompetitif, dan variabel lokasi (X4) berdampak positif pada kepuasan konsumen. Nilai t tabel sebesar 0,677 kurang dari nilai t hitung sebesar 1,759, dan tingkat signifikansi sebesar 0,020 lebih besar dari 0,050. Ini menunjukkan validitas hipotesis keempat. Tempat Ghantama Futsal Kediri sangat strategis karena mudah dijangkau dari berbagai tempat.

Daftar Pustaka

- Andarini, M., Laely, N., Wigati, W., & Laily, N. (2020). Analisis Harga, Inovasi Produk, Promosi dan Proses Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Aci Tata Snack Kediri. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 5 (2), 198–210. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1130>. (Nur Laely)
- Agustin, Azalea. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Vol 7, No 4. *JEE Jurnal Edukasi Ekobis*. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JEE/article/view/18322>
- Alma, Buchari. (2022). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2020). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Utama.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. (2022). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat Dan A. Hamdani. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa – Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat, Jakarta.
- Mukti, RW, Kristanti, D., Putra, YP, & Nursamsu, N. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Kediri. *RISIKO : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 3 (1), 51–63. <https://doi.org/10.30737/risk.v3i1.3775>. (Desi Kristanti)
- Nur, Mutiara. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. Vol 5, No 1. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/10151>
- Riduwan dan Akdon. (2022). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sani, Arianif. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Asuransi Jasa Indonsia Cabang Medan. Vol 5, No 1. *JESYA Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/580>
- Setiawati, Ria. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Jl. Jaks Agung Suprpto No 11 Mojoroto Kediri. Vol 1, No 2. *JIMEK Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/316>
- Sugiyono, 2022. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2020). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2022). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Caps (Center For Academic Publishing Service).

- Tarinda, Resti. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Scissors Barbershop Malang. Vol 4, No 1. Jurnal Aplikasi Bisnis. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/173>
- Sustiyatik, E., & Setiono, BA (2019). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen. JURNAL APLIKASI PELAYARAN DAN KEPELABUHANANAN , 10 (1), 75–84. <https://doi.org/10.30649/jakk.v10i1.25>
- Triwidyati, E., Gustawan, WD, Astuti, MD, & Ani, EP (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Batik Satrio Manah Tulungagung. Jurnal Studi Manajemen dan Kewirausahaan (MSEJ) , 4 (1), 444–454. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1462>