



# Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Pelanggan Member Sport Club Meadow Terrace BSD

Mada Faisal Akbar, Aris Ariyanto, Agus Sudarsono\*

Fakultas Ekonpmi, Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: <sup>1</sup>dosen02471@unpam.ac.id, <sup>2</sup>dosen02492@unpam.ac.id, <sup>3,\*</sup>dosen02473@unpam.ac.id

**Abstrak**—Tujuan penelitian untuk mengetahui fasilitas dan kepuasan pelanggan pada Sport Club Meadow Terrace serta pengaruh kepuasan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Sport Club Meadow Terrace. Penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member dari Sport Club Meadow Terrace dari tahun 2018 sampai tahun 2020 yaitu 143 orang, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian menggunakan teknik sampling jenuh yaitu semua populasi dijadikan responden. Tehnik pengumpulan data dengan cara kuesioner, dan Teknik analisis data menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien determinasi, uji t hitung dan uji f hitung. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa variabel Fasilitas (X) yang terdiri dari 10 (sepuluh) instrument menunjukkan bahwa total skor sebesar 6105 dan rata-rata skor sebesar 4,27 dan masuk kedalam interval dengan kategori Baik, maka dapat disimpulkan bahwa, Fasilitas (X) saat ini sudah berjalan dengan Baik. Berdasarkan distribusi jawaban variabel kepuasan (Y) yang terdiri dari 8 (delapan) instrument menunjukkan bahwa total skor sebesar 4597 dan rata-rata skor sebesar 4,02 dan masuk kedalam interval dengan kategori Baik, maka dapat disimpulkan bahwa, Kepuasan (Y) saat ini sudah berjalan dengan Baik. Berdasarkan analisa data menunjukkan bahwa Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan fasilitas (X) Terhadap kepuasan pelanggan (Y) sport club meadow terrace. Persamaan regresi sederhana  $Y = a + b(x)$  adalah  $Y = 15,597 = 0,388x$  persamaan ini dapat disimpulkan Bahwa Terdapat Arah Pengaruh Positif Antara Variabel fasilitas (X) Terhadap Variabel Kepuasan(Y)

**Kata Kunci:** Sport Club; Fasilitas; Kepuasan Pelanggan

**Abstract**—The research objective was to determine the facilities and customer satisfaction at Sport Club Meadow Terrace and the effect of facility satisfaction on customer satisfaction at Sport Club Meadow Terrace. This research is associative with a quantitative approach. The population in this study were all members of the Meadow Terrace Sport Club from 2018 to 2020, namely 143 people, while the sample used in the study used a saturated sampling technique, where all the populations were made respondents. Data collection techniques by means of questionnaires, and data analysis techniques using test instruments, classical assumption tests, regression analysis, coefficient of determination, t-test and f-test. The results showed that the Facility variable (X) which consisted of 10 (ten) instruments showed that the total score was 6105 and the average score was 4.27 and entered into the interval with the Good category, so it can be concluded that, Facility (X) when this is going well. Based on the distribution of the answers to the satisfaction variable (Y) which consists of 8 (eight) instruments, it shows that the total score is 4597 and the average score is 4.02 and it is included in the interval with the Good category, it can be concluded that, at this time, satisfaction (Y) is going well. Based on data analysis, it shows that there is a positive and significant effect of facilities (X) on customer satisfaction (Y) sport club meadow terrace. The simple regression equation  $Y = a + b(x)$  is  $Y = 15,597 = 0,388x$  this equation can be concluded that there is a direction of positive influence between the facility variable (X) on the satisfaction variable (Y)

**Keywords:** Sport Club; Facilities; Customer Satisfaction

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dalam usaha bidang sport center pada saat ini sangat ketat, sehingga menimbulkan banyak persaingan dalam usaha memberikan fasilitas layanan dalam produk – produk yang tersedia. Dampak dari adanya persaingan tersebut mengakibatkan turunnya tingkat penjualan sehingga perusahaan tidak mendapatkan hasil penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan berusaha untuk mencari strategi baru sehingga diharapkan dapat memperoleh pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada untuk meningkatkan hasil penjualannya.

Salah satu hal penting untuk mengembangkan sebuah sport center adalah melalui fasilitas (kemudahan). Tidak jarang member berkunjung ke sport center, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan progam lembaga yang satu dengan pesaing yang lainnya. Fasilitas olah raga (Wirjasantos: 1984) adalah suatu bentuk yang permanen, bias digunakan didalam ruangan ataupun diluar ruangan. Contoh fasilitas olahraga yaitu kolam renang, lapangan basket, tenis, alat fitness dan permainan lainnya.

Salah satu keputusan yang sulit di hadapi suatu perusahaan adalah menciptakan fasilitas yang baik. Banyak pesaing yang juga memiliki fasilitas yang sama menjadikan perusahaan harus selalu berinovasi dalam memberikan kualitas fasilitas yang lebih baik. Kualitas fasilitas sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas fasilitas menentukan terciptanya kepuasan pelanggan. Karena salah satu faktor yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan cara meningkatkan atau menawarkan fasilitas sesuai apa yang diharapkan pelanggan.

Secara umum, kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas (Kotler & Keller, 2003). Menurut Tjiptono (2008) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan (disconfirmation)



yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah memakainya. Kuswandi (2004) kepuasan pelanggan yaitu perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan. Sedangkan, menurut Soedarmo (2006) kepuasan pelanggan (customer service) adalah suatu kondisi puas, senang atau bangga yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan diatas layanan sejenisnya.

Sport Club Meadow Terrace adalah merupakan salah sport center di Tangerang selatan yang juga menerapkan pentingnya memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya dan selalu berusaha memberikan fasilitas yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggannya. Dengan menawarkan berbagai macam fasilitas diantaranya renang, gym, fitness, lapangan basket, tenis, sauna, Sport Club Meadow Terrace berusaha untuk memuaskan dan memberi kemudahan pada setiap pelanggannya dalam melakukan transaksi penggunaan fasilitas.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang sport center, Sport club meadow terrace perlu meningkatkan kualitas fasilitas guna untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap fasilitas olahraga, karena melihat semakin ketatnya persaingan pada saat ini dari perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fasilitas olahraga pada Sport Club Meadow Terrace, untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Sport Club Meadow Terrace, untuk mengetahui pengaruh fasilitas Sport Club terhadap kepuasanpelanggan member Sport Club Meadow Terrace.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Tempat Penelitian ini dilakukan di Sport Club Meadow Terrace BSD Tangerang Selatan. Penelitian dilakukan mulai dari September 2020 sampai dengan Desember 2020 tentang fasilitas sport club pada sportcenter. Penelitian ini masuk kedalam penelitian asosiatif (gabungan dari jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif). Adapun pengertian penelitian asosiatif menurut Syofian Siregar (2014:14) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, mengontrol suatu gejala dalam penelitian.

Menurut Syofian Siregar (2014:56) Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Berdasarkan tempat penelitian dan tabel data jumlah pengguna fasilitas sport club maka yang menjadi populasi adalah sebanyak 143 pelanggan. Jumlah populasi ini peneliti ambil dari jumlah pengguna fasilitas sport club yang bermember satu tahun 2018 s.d 2020.

Menurut Syofian Siregar (2014:56), Sampel adalah prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. maka sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk dipilih tidak diketahui, Syofian Siregar (2014:56). Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah sampling *convenience* atau *incidental*, menurut Syofian Siregar (2014:56) *convenience* atau *incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih pelanggan yang bermember selama 1 (satu) tahun.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling jenuh dalam menentukan jumlah sampel. Menurut Sugiono (2010:122), sampling jenuh adalah teknik penentuan jumlah sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Berdasarkan jumlah populasi dan teknik sampling yang digunakan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 143 responden.

Dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2010:193), Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut : 1). Wawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Sugiyono (2010 : 194). 2). Kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sugiyono (2010:199). 3). Observasi. Observasi/pengamatan digunakan bila penelitian berkenaan dengan manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responen yang diamati tidak terlalu besar. Sugiyono (2010:203).

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dilakukan dengan cara studi kepustakaan yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku-buku, artikel, literatur, surat kabar, dan sebagainya. Sugiyono (2010:193)

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2010:132) Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, skala likert peneliti gunakan untuk memberikan skor masing-masing jawaban dari instrument kuesioner yang peneliti berikan kepada responden.

Analisis pengujian yang dicari antara lain adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Korelasi Product Moment, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis. Sedangkan perhitungan atau pengujian menggunakan Software SPSS 24.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden terdiri dari 3 (tiga) kategori, yaitu:

##### a. Usia Responden

Usia responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Usia Responden

Usia	Frekuensi	%
a. 20 s/d 30 tahun	13	9%
b. 31 s/d 40 tahun	96	67%
c. 41 s/d 50 tahun	33	23%
d. > 51 tahun	1	1%
Grand Total	143	100%

Sumber: Data Olahan Kuesioner (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa, usia responden dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) rentang usia yaitu, usia  $\leq 25$  Tahun sebanyak 13 responden atau 9%, rentang usia 26 s/d 30 Tahun sebanyak 96 responden atau 67%, rentang usia  $\geq 31$  Tahun sebanyak 33 responden atau 23%. Dan rentang usia 51 Tahun sebanyak 1 responden atau 1%.

##### b. Jenis Kelamin Responden.

Jenis Kelamin responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

**Tabel 2.** Jenis Kelamin Responden

Gender	Frekuensi	%
Perempuan	43	30%
Laki-laki	100	70%
Jumlah	143	100%

Sumber: Data Olahan Kuesioner (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa, jenis kelamin responden dalam penelitian ini yaitu, responden berjenis kelamin Perempuan sebanyak 43 responden atau 30%, dan responden laki-laki sebanyak 100 responden atau 70%.

##### c. Lama Member Responden.

Lama Member responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.** Lama Member Responden

Lama Member	Frekuensi	%
1 Tahun	50	35%
1 s/d 6 Bulan	34	24%
3 Bulan	53	37%
1 bulan	6	4%
Jumlah	143	100%

Sumber: Data Olahan Kuesioner (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa, usia responden dalam penelitian ini terdiri dari 4 (empat) rentang kategori lama member yaitu, lama bekerja dengan rentang 1 Tahun sebanyak 30 responden atau 30%, lama bekerja dengan rentang 1 s/d 6 Bulan sebanyak 32 responden atau 32%, lama member dengan rentang 3 bulan sebanyak 15 responden atau 15% dan lama member dengan rentang 1 bulan sebanyak 23 responden atau 23%.

#### 3.2 Hasil Pengujian.

##### a. Uji Validitas Instrumen.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas dalam penelitian ini mengacu pada table r dengan taraf 5% dengan  $dk = n - 2$

$n$  = 143 jumlah sampel responden.

$\alpha$  = 5% tingkat kesalahan.

$$dk = n - 2 = 143 - 2 = 141$$

$$r \text{ tabel} = 83, 5\% \text{ r tabel} = 0,164$$

Kriteria dalam uji validitas adalah:

Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  0,164 dengan taraf 5% maka butir instrument dinyatakan tidak valid

Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  0,164 dengan taraf 5% maka butir instrument dinyatakan valid

Berikut hasil uji validitas dari masing-masing variabel adalah:

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X) dan Kepuasan (Y)

Validitas Variabel Fasilitas (X)				Validitas Variabel Kepuasan (Y)			
No	r Hitung	r Tabel	Ket	No	r Hitung	r Tabel	Ket
Xi1	0.538	0.164	Valid	Yi1	0.636	0.164	Valid
Xi2	0.697	0.164	Valid	Yi2	0.727	0.164	Valid
Xi3	0.809	0.164	Valid	Yi3	0.738	0.164	Valid
Xi4	0.809	0.164	Valid	Yi4	0.735	0.164	Valid
Xi5	0.854	0.164	Valid	Yi5	0.723	0.164	Valid
Xi6	0.613	0.164	Valid	Yi6	0.793	0.164	Valid
Xi7	0.814	0.164	Valid	Yi7	0.625	0.164	Valid
Xi8	0.854	0.164	Valid	Yi8	0.760	0.164	Valid
Xi9	0.613	0.164	Valid				
Xi10	0.814	0.164	Valid				

Sumber: Data Olahan Kuesioner (2020)

Melihat tabel di atas diketahui bahwa, instrument Fasilitas (X) Yang terdiri dari 10 (sepuluh) Instrument dan Instrument Kepuasan (Y) yang terdiri dari 8 (delapan) instrumen menunjukkan seluruh butir instrumen diketahui nilai  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  0,294 dengan taraf 5% maka butir instrument dinyatakan valid, artinya seluruh butir instrument sudah tepat dalam menjadi alat ukur.

#### b. Uji Reabilitas Instrument.

Suatu instrumen dikatakan reliabel jika dapat dipercaya untuk mengumpulkan data penelitian. Perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*, kriteria suatu instrumen dikata reliabel dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, bila *koefisien reliabilitas* ( $r_{11}$ )  $> 0,600$

Jika  $r_{11} \leq 0,600$  maka butir instrument dinyatakan tidak reliabel

Jika  $r_{11} > 0,600$  maka butir instrument dinyatakan reliabel

Berikut hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel dengan menggunakan *software* SPSS versi 24. Hasil uji reliabilitas instrumen Fasilitas (X) adalah:

**Tabel 5.** Output Uji Reliabilitas Fasilitas (X)  
*Reliability Statistics*

Cronbach's	N of
.907	

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24 (2020)

Melihat tabel di atas diketahui bahwa, instrument Fasilitas (X) yang terdiri dari 10 (sepuluh) instrumen menunjukkan *koefisien reliabilitas* ( $r_{11}$ ) sebesar 0,907  $> 0,600$  maka butir instrument dinyatakan reliabel, artinya instrumen dapat dipercaya untuk mengumpulkan data penelitian. Sedangkan hasil uji reliabilitas instrumen Kepuasan (Y) adalah:

**Tabel 6.** Output Uji Reliabilitas Kepuasan (Y)  
*Reliability Statistics*

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	8

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24 (2020)

Melihat tabel di atas diketahui bahwa, instrument Kepuasan (Y) yang terdiri dari 8 (delapan) instrumen menunjukkan *koefisien reliabilitas* ( $r_{11}$ ) sebesar 0,860  $> 0,600$  maka butir instrument dinyatakan reliabel, artinya instrumen dapat dipercaya untuk mengumpulkan data penelitian.

### c. Uji Korelasi Product Moment

Uji korelasi product moment adalah untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan korelasi antar variabel adalah dengan menggunakan rumus *product moment* (Pearson). Selanjutnya hasil dari korelasi tersebut diinterpretasikan dengan tabel pedoman korelasi untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel.

**Tabel 7.** Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Tingkat Hubungan	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015:250)

Berikut hasil output uji korelasi product moment menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24 adalah sebagai berikut :

**Tabel 8.** Output Uji Korelasi Product Moment

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 <sup>a</sup>	.216	.211	3.314

- a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X)  
 b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24 (2020)

Berdasarkan tabel *model summary*<sup>b</sup> di atas menunjukkan, nilai korelasi R sebesar 0,465 nilai ini masuk ke dalam rentang antara 0,400 - 0,599 dengan tingkat hubungan sedang, maka dapat disimpulkan bahwa, variabel Fasilitas (X) memiliki tingkat hubungan Sedang terhadap variabel Kepuasan (Y)

### d. Uji Regresi Linier Sederhana.

Regresi sederhana adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Persamaan regresi linier sederhana adalah  $Y = a + b(x)$ . Berikut hasil output uji regresi linear sederhana menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24 adalah sebagai berikut:

**Tabel 9.** Output Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.597	2.666		5.850	.000		
Fasilitas (X)	.388	.062	.465	6.242	.000	1.000	1.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24 (2020)

Berdasarkan tabel *Coefficients*<sup>a</sup> di atas persamaan  $Y = a + b(x)$  adalah  $Y = 15,597 + 0,388x$  persamaan ini dapat disimpulkan bahwa terdapat arah Pengaruh Positif antara Variabel Fasilitas (X) terhadap Variabel Kepuasan (Y). Constanta a = 15,597 bermakna, jika tidak ada perubahan pada variabel Fasilitas (X) atau variabel bebas bernilai tetap, maka nilai variabel kepuasan (Y) sebesar 15,597

Koefisien regresi b = 0,388 bermakna, jika terjadi kenaikan satu-satuan pada variabel Fasilitas (X) maka nilai Variabel Kepuasan (Y) akan bertambah sebesar 0,388.

### e. Uji Koefisien Determinasi.

Koefisien determinasi adalah kadar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dilambangkan  $r^2$ . Rumus koefisien determinasi adalah  $KD = r^2 \times 100\%$ . Berikut hasil output uji koefisien determinasi menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24 adalah sebagai berikut:

**Tabel 10.** Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.465 <sup>a</sup>	.216	.211	3.314	

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS versi 24 (2020)

Berdasarkan tabel *model summary*<sup>b</sup> di atas menunjukkan, *RSquare* sebesar 0,216 ( $0,216 \times 100\% = 21,6\%$ ) maka dapat disimpulkan bahwa, Fasilitas (X) memiliki Kontribusi atau sumbangan terhadap Kepuasan (Y) sebesar 21,6% dan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

#### f. Uji Hipotesis.

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara yang harus di uji kebenarannya. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yaitu Fasilitas (X) dan Kepuasan (Y), dan uji dikarenakan terdapat 2 (dua) variabel maka uji hipotesis yang digunakan adalah uji Hipotesis Parsial (t-test). Adapun hipotesis yang akan di uji kebenarannya adalah :

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sport club meadow terrace.

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sport club meadow terrace.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji hipotesis parsial adalah Menentukan t tabel dengan ketentuan :

Taraf error ( $\alpha$ )	= 5%
Taraf nyata	= 95 %
n	= 143 Jumlah sampel responden
dk	= n – 2 Derajat kebebasan
dk	= 143 – 2 = 141
t tabel ( $\alpha$ , n-2)	= 5%, 141
t tabel (5%, 141)	= 1,977

Prosedur pengujian sebagai berikut:

Jika t hitung  $\leq$  t tabel 1,977 dengan taraf 5% maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak

Jika t hitung  $>$  t tabel 1,977 dengan taraf 5% maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak

Berikut hasil output uji hipotesis parsial menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24 adalah sebagai berikut:

**Tabel 11.** Output Uji Hipotesis Parsial

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized		Standardized		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.597	2.666		5.850	.000		
	Fasilitas (X)	.388	.062	.465	6.242	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS versi 24 (2020)

Berdasarkan tabel *Coefficients*<sup>a</sup> di atas menunjukkan nilai t<sub>hitung</sub> 6,242  $>$  t<sub>tabel</sub> 1,977 dengan taraf 5% maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak maka dalam penelitian ini menetapkan Bahwa Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara Fasilitas (X) Terhadap Kepuasan (Y) Pada Sport Club Meadow Terrace.

Berdasarkan hasil pengujian maka pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Berdasarkan distribusi jawaban variabel Fasilitas (X) yang terdiri dari 10 (sepuluh) instrument menunjukkan bahwa total skor sebesar 6105 dan rata-rata skor sebesar 4,27 dan masuk kedalam interval dengan kategori Baik, maka dapat disimpulkan bahwa, Fasilitas (X) saat ini sudah berjalan dengan Baik. Baiknya Fasilitas ini juga di lihat dari persentase skor jawaban yang menjawab Sangat Setuju (SS) sebesar 8,12% skor jawaban Setuju (S) sebesar 13,86%, skor jawaban Ragu-Ragu (RR) sebesar 1,06%, skor jawaban Tidak Setuju (TS) sebesar 0,38% dan skor Jawaban Sangat tidak Setuju (STS) sebesar 0,00%.
- Berdasarkan distribusi jawaban variabel kepuasan (Y) yang terdiri dari 8 (delapan) instrument menunjukkan bahwa total skor sebesar 4597 dan rata-rata skor sebesar 4,02 dan masuk kedalam interval dengan kategori Baik, maka dapat disimpulkan bahwa, Kepuasan (Y) saat ini sudah berjalan dengan Baik. Baiknya Kepuasan pelanggan ini juga di lihat dari persentase skor jawaban yang menjawab Sangat Setuju (SS) sebesar 4,83% skor jawaban Setuju (S) sebesar 16,73%, skor jawaban Ragu-Ragu (RR) sebesar 2,33%, skor jawaban Tidak Setuju (TS) sebesar 0,96% dan skor Jawaban Sangat tidak Setuju (STS) sebesar 0,04%.



3. Berdasarkan analisa data menunjukkan bahwa Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan fasilitas (X) Terhadap kepuasan pelanggan (Y) sport club meadow terrace. Persamaan regresi sederhana  $Y = a + b(x)$  adalah  $Y = 15,597 = 0,388x$  persamaan ini dapat disimpulkan Bahwa Terdapat Arah Pengaruh Positif Antara Variabel fasilitas (X) Terhadap Variabel Kepuasan(Y). Constanta  $a = 15,597$  bermakna, jika tidak ada perubahan pada variabel fasilitas (X) atau variabel bebas bernilai tetap, maka nilai variabel Kepuasan (Y) sebesar 15,597. Koefisien regresi  $b = 0,388$  bermakna, jika terjadi kenaikan satu-satuan pada variabel fasilitas (X) maka nilai Variabel Kepuasan (Y) akan bertambah sebesar 0,388. Koefisien korelasi R sebesar 0,465 nilai ini masuk ke dalam rentang antara 0,400 - 0,599 dengan tingkat hubungan sedang, maka dapat disimpulkan bahwa, variabel fasilitas (X) memiliki tingkat hubungan Sedang terhadap variabel Kepuasan (Y). Koefisien determinasi R *Square* sebesar 0,216 ( $0,216 \times 100\% = 21,6\%$ ) maka dapat disimpulkan bahwa, fasilitas (X) memiliki Kontribusi atau sumbangan terhadap Kepuasan (Y) sebesar 21,% dan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dan uji hipotesis parsial menunjukkan nilai  $t_{hitung} 6,242 > t_{tabel} 1,977$  dengan taraf 5% maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak maka dalam penelitian ini menetapkan bahwa terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara fasilitas (X) TerhadapKepuasan (Y) Pada Sport Club Meadow Terrace.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah : Berdasarkan distribusi jawaban variabel Fasilitas (X) yang terdiri dari 10 (sepuluh) instrument menunjukkan bahwa total skor sebesar 6105 dan rata-rata skor sebesar 4,27 dan masuk kedalam interval dengan kategori Baik, maka dapat disimpulkan bahwa, Fasilitas (X) saat ini sudah berjalan dengan Baik. Baiknya Fasilitas ini juga di lihat dari persentase skor jawaban yang menjawab Sangat Setuju (SS) sebesar 8,12% skor jawaban Setuju (S) sebesar 13,86%, skor jawaban Ragu-Ragu (RR) sebesar 1,06%, skor jawaban Tidak Setuju (TS) sebesar 0,38% dan skor Jawaban Sangat tidak Setuju (STS) sebesar 0,00%. Berdasarkan distribusi jawaban variabel kepuasan (Y) yang terdiri dari 8 (delapan) instrument menunjukkan bahwa total skor sebesar 4597 dan rata-rata skor sebesar 4,02 dan masuk kedalam interval dengan kategori Baik, maka dapat disimpulkan bahwa, Kepuasan (Y) saat ini sudah berjalan dengan Baik. Baiknya Kepuasan pelanggan ini juga di lihat dari persentase skor jawaban yang menjawab Sangat Setuju (SS) sebesar 4,83% skor jawaban Setuju (S) sebesar 16,73%, skor jawaban Ragu-Ragu (RR) sebesar 2,33%, skor jawaban Tidak Setuju (TS) sebesar 0,96% dan skor Jawaban Sangat tidak Setuju (STS) sebesar 0,04%. Berdasarkan analisa data menunjukkan bahwa Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan fasilitas (X) Terhadap kepuasan pelanggan (Y) sport club meadow terrace. Persamaan regresi sederhana  $Y = a + b(x)$  adalah  $Y = 15,597 = 0,388x$  persamaan ini dapat disimpulkan Bahwa Terdapat Arah Pengaruh Positif Antara Variabel fasilitas (X) Terhadap Variabel Kepuasan (Y). Constanta  $a = 15,597$  bermakna, jika tidak ada perubahan pada variabel fasilitas (X) atau variabel bebas bernilai tetap, maka nilai variabel Kepuasan (Y) sebesar 15,597. Koefisien regresi  $b = 0,388$  bermakna, jika terjadi kenaikan satu-satuan pada variabel fasilitas (X) maka nilai Variabel Kepuasan (Y) akan bertambah sebesar 0,388. Koefisien korelasi R sebesar 0,465 nilai ini masuk ke dalam rentang antara 0,400 - 0,599 dengan tingkat hubungan sedang, maka dapat disimpulkan bahwa, variabel fasilitas (X) memiliki tingkat hubungan Sedang terhadap variabel Kepuasan (Y). Koefisien determinasi R *Square* sebesar 0,216 ( $0,216 \times 100\% = 21,6\%$ ) maka dapat disimpulkan bahwa, fasilitas (X) memiliki Kontribusi atau sumbangan terhadap Kepuasan (Y) sebesar 21,% dan sisanya 78,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dan uji hipotesis parsial menunjukkan nilai  $t_{hitung} 6,242 > t_{tabel} 1,977$  dengan taraf 5% maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak maka dalam penelitian ini menetapkan bahwa Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara fasilitas (X) Terhadap Kepuasan (Y) Pada sport club meadow terrace”

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penelitian ini peneliti tidak lupa mengucapkan erima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini, terutama segenap jajaran Pengelola Sport Club Meadow Terrace BSD, Tangerang Selatan.

#### REFERENCES

- Alma, Buchori, 2014, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.  
Amos Neolaka, 2014, Metode Penelitian dan Statistik, Remaja Rosdakarya, Bandung.  
Basu Swastha dan Irawan, 2013, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.  
Daryanto, 2011, Manajemen Pemasaran, Sari Kuliah, Satu Nusa, Bandung.  
Dharmmesta dan Handoko, 2011, Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen, BPFE, Yogyakarta.  
Djaslim Saladin, 2015, Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran. cetakan keempat, Linda Karya, Bandung.  
Djaslim Saladin, 2011, Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Lima, Linda Karya, Bandung  
Fandy Tjiptono, 2014, Manajemen Pemasaran, Edisi Ke empat, Andi Offset, Yogyakarta  
Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4), Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.  
Handi, Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima, Elex Media Komputindo, Jakarta.  
Hasibuan, 2009, Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah. Cetakan keenam, PT Bumi Aksar, Jakarta.  
Hendra dan Ronny A Rusly, 2012, Manajemen Pemasaran, edisi millenium, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.  
Henry, Simamora, 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Kedua. STIE YKPN: Yogyakarta.



- Husein Umar, 2005. Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. PT Gramedia, Jakarta
- J. Shultz, Philip William. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan 7. dalam buku Prof. Dr. H. Buchari Alma. J. Supranto. (2009). Statistik, Teori dan Aplikasi, Erlangga, Jakarta
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. Tersedia di [kbbi.kemdikbud.go.id/entri/religious](http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/religious), Diakses 11 Agustus 2017.
- Kotler, Philip dan Keller, 2016, Marketing Management, Edisi 14, Global Edition. USA: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2016. Principle of marketing, Global Edition. 14 Edition, USA: Prentice-Hall.
- M. Manullang, 2012. Dasar-dasar Manajemen Bagi Pimpinan Perusahaan. Gajah Mada Press, Jakarta.
- Mohammad Imam Syafi'ih, Pengaruh Penyediaan Fasilitas Belajar Dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mata Pelajaran Ekonomi (Studi Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 1 Pademawu Kabupaten Pamekasan). Jurnal Penelitian dan Pendidikan IPS (JPPI) Volume 10 No 1 (2016). ISSN: 1858-4985 7.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal, 2012, Perilaku Konsumen, dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Erlangga. Jakarta
- Nirwana, 2004, Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa, Penerbit Dioma, Malang
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2010. Manajemen, Edisi Kesepuluh. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Samsudin, Salidi (2010) Manajemen Sumber Daya Manusia. Penerbit Pustaka Setia. Bandung.
- Schiffman & Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen (edisi 7). Prentice Hall. Jakarta.
- Siregar, Syofian. 2014. Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS. Kencana. Jakarta.
- Siswanto. 2012. Pengantar Manajemen: PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Soedarmo H. 2006. Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua, Kawan Pustaka, Jakarta,
- Stanton, William J, 2002. Prinsip Pemasaran, Edisi 7, Alih Bahasa: Y. Lamarto dan Sadu Sundaya, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Suryosubroto. 2010. Manajemen Pendidikan Di Sekolah. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta
- Wijoyo, H., & Sunarsi, D. (2020). Manajemen internasional. CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Yonata, H., & Handoko, A. L. (2020). Panduan Pembelajaran New Normal Dan Transformasi Digital.
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). Digital economy dan pemasaran era new normal. Insan Cendekia Mandiri.
- Zakiah Daradjat. 2012. Fasilitas Transportasi Konsumen. CV Alfabeta. Bandung.