

**PENGARUH LOKASI DAN FASILITAS SERTA TARIF TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA
PENYEWAAN LAPANGAN FUTSAL**

**(Studi pada Usaha Jasa Penyewaan Lapangan Futsal FreeKick Futsal di
Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang
Kabupaten Kutai Kartanegara)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata I**

Oleh

SHELY INTAN FATMASARI

NIM. 1502095172



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PARIWISATA DAN BISNIS HOSPITALITY
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Fasilitas serta Tarif terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Studi pada Usaha Jasa Penyewaan Lapangan Futsal FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara)

Nama : Shely Intan Fatmasari

NIM : 1502095172

Program Studi : Administrasi Bisnis Konsentrasi Pariwisata dan Bisnis Hospitality

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui:

Pembimbing,



Arwin Sanjava, S.Pd., M.AB
NIP. 19901027 201803 1 002

Mengesahkan:

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman



Dr. Muhammad Noor, M.Si.
NIP. 19600817 198601 1 001

Dinyatakan lulus pada : Rabu, 29 Juni 2022

HALAMAN PENGUJI

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS PADA

Hari : Rabu
Tanggal : 29 Juni 2022
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Fasilitas serta Tarif terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Studi pada Jasa Penyewaan Lapangan Futsal FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara)
Nama : Shely Intan Fatmasari
NIM : 1502095172
Program Studi : Administrasi Bisnis Konsentrasi Pariwisata dan Bisnis Hospitality
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

1. Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB 
2. Fareis Althalets, S.Par., M.M 
3. Muhammad Tommy Fimi Putera., SE., M.Si 

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah orisinal, merupakan hasil karya saya sendiri, tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam skripsi ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustakanya.

Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dalam naskah ini dapat dibuktikan adanya unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 29 Juni 2022

Penulis,



Shely Intan Fatmasari

NIM. 1502095172

**PENGARUH LOKASI DAN FASILITAS SERTA TARIF TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENYEWAAN
LAPANGAN FUTSAL**
(Studi pada Usaha Jasa Penyewaan Lapangan Futsal FreeKick Futsal di Desa Manunggal
Jaya Kecamatan Tenggaraong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara)

**Oleh:
Shely Intan Fatmasari**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis pengaruh yang diakibatkan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal, 2) menganalisis pengaruh yang diakibatkan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada Freekick Futsal, 3) menganalisis pengaruh yang diakibatkan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal, 4) menganalisis pengaruh yang diakibatkan lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal.

Populasi penelitian adalah konsumen FreeKick Futsal sedangkan sampel penelitian berjumlah 40 responden yang diambil melalui teknik *non probability sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner skala *Likert*. Dan teknik analisis meliputi analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier ganda, analisis korelasi sederhana, analisis korelasi ganda, uji *t*, dan uji *F*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick futsal, 2) terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick futsal, 3) terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick futsal, 4) terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi, fasilitas dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal.

Disarankan kepada pengelola FreeKick Futsal untuk meningkatkan kebersihan kelengkapan, dan fungsi fasilitas serta mendesain tarif jasa penyewaan yang disesuaikan dengan fasilitas sehingga dapat meningkatkan pemilihan dan penggunaan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal.

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Tarif, Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

THE EFFECTS OF LOCATION AND FACILITIES WITH PRICE ON CONSUMER DECISION IN USING FUTSAL FIELD RENTAL SERVICE

(Study on Futsal Field Rental Service Busines of FreeKick Futsal at Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara)

**By:
Shely Intan Fatmasari**

ABSTRACT

This study aims to: 1) analyze the influence of location on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal, 2) analyze the influence of facilities on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal, 3) analyze the influence of price on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal, 4) analyze the influence of location, facilities, and price simultaneously on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal.

The population of this study is FreeKick Futsal consumer while the samples are 40 respondents were taken by non probability sampling technique. The data was collected by Likert scale questionnaire. And the data was analyzed by descriptive analysis, simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, simple correlation analysis, multiple correlation analysis, *t* test, and *F* test.

The results of analysis showed that: 1) there is a significant influence of location on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal, 2) there is a significant influence of facilities on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal, 3) there is a significant influence of price on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal, 4) there is a significant influence of location, facilities, and price simultaneously on consumer decision in using futsal field rental service at FreeKick Futsal.

The recommendation to increase selection and decision to use futsal field rental service at FreeKick Futsal is necessary for FreeKick Futsal managers to improve cleanliness, completeness, and function of the facilities and also design the price of futsal field rental service according to facilities.

Key Word: Location, Facilities, Price, Consumer Decision Using Futsal Field Rental Service

RIWAYAT HIDUP



Shely Intan Fatmasari, lahir di Samarinda, Kalimantan Timur pada tanggal 11 September 1996. Merupakan anak ketiga dari Empat bersaudara oleh pasangan Bapak Dirjam dan Ibu Kasiati.

Memperoleh pendidikan pertama di SD Negeri 009 Tenggarong Seberang, Kutai Kartanegara pada tahun 2003-2009. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Tenggarong Seberang, Kutai Kartanegara pada tahun 2009-2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang, Kutai Kartanegara pada tahun 2012-2015. Pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri pada Program Studi Administrasi Bisnis Konsentrasi Pariwisata dan Bisnis Hospitality Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda melalui Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SMMPTN). Selama menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi, mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Infrastruktur Pemukiman, Program Pendampingan Sanitasi Masyarakat dan TPS 3R di Kelurahan Klandasan Ulu Kecamatan Balikpapan Kota, Balikpapan, Kalimantan Timur pada tanggal 2 Juli sampai 20 Agustus 2018 dan program *On the Job Training (OJT)* pada *Food and Beverage Service* dan *Accounting Department* di Swiss-Belhotel Borneo Samarinda pada tanggal 3 September sampai 12 Desember 2018.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Lokasi dan Fasilitas serta Tarif terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Studi pada Usaha Jasa Penyewaan Lapangan Futsal FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara. Adapun tujuan penulisan ini untuk melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis konsentrasi Pariwisata dan Bisnis Hospitality Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Dalam penulisan skripsi ini jika mengandalkan kemampuan yang ada pada penulis sungguh tidak terlaksana. Oleh karena bantuan dan peran dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat diselesaikan. Sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Masjaya, M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman serta para Wakil Rektor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan di Universitas Mulawarman.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Noor, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman serta para Wakil Dekan yang telah

memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis konsentrasi Pariwisata dan Bisnis Hospitality.

3. Bapak Dr. Muhammad Zaini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman yang telah memberikan motivasi, nasihat, dan saran kepada penulis.
4. Bapak Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan nasihat kepada penulis.
5. Bapak Fareis Althalets, S.Par., MM selaku Dosen Penguji I dan Bapak Muhammad Tommy Fimi Putera, SE., M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, khususnya Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah mendidik penulis.
7. Bapak dan Ibu Staf Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, khususnya Bapak dan Ibu Staf Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis dalam kelancaran perkuliahan.
8. Bapak Sukemi, S.Pd. selaku Kepala Desa Manunggal Jaya dan Staf

Administrasi yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

9. Bapak Abduh selaku pemilik dan pengelola FreeKick Futsal yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian di FreeKick Futsal.
10. Orang tua dan saudara-saudara penulis yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
11. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman khususnya Prodi Administrasi Bisnis angkatan 2015 yang tidak dapat disebut satu per satu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah disebutkan maupun tidak disebutkan mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih memerlukan kritik serta saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini dan penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Samarinda, 29 Juni 2022

Shely Intan Fatmasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Teori dan Konsep	12
2.3 Hipotesis	20
2.4 Definisi Konseptual	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Definisi Operasional.....	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	35
4.2 Karakteristik Responden	38
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	42

4.4 Hasil Penelitian.....	53
4.5 Analisis dan Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Rekomendasi	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Tarif Jasa Penyewaan Lapangan Futsal pada FreeKick Fusal dan Kompetitor	5
3.1	Definisi Operasional	24
3.2	Kuesioner Penelitian	27
3.3	Skala Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Instrumen Pengukur Variabel	29
3.4	Skala dan Tingkat Korelasi Variabel Independen dengan Variabel Dependen	33
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	41
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	42
4.6	Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Lokasi Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	43
4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Lokasi	44
4.8	Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Fasilitas Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	45
4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel	45

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
	Fasilitas	
4.10	Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Tarif Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	46
4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Tarif	47
4.12	Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui IBM <i>Software</i> 25	48
4.13	Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	49
4.14	Hasil Analisis Nilai Cronbach Alpha Instrumen Pengukur Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	50
4.15	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pengukur Variabel Lokasi, Fasilitas, Tarif, dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	52
4.16	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal Mudah Dijangkau	53
4.17	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal Nyaman	54
4.18	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tersedia Area Parkir yang Memadai di FreeKick Futsal”	55
4.19	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Fasilitas di FreeKick Futsal Lengkap”	56
4.20	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Fasilitas di FreeKick Futsal Berfungsi dengan Baik”	57

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.21	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Toilet di FreeKick Futsal Bersih”	58
4.22	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tarif yang Ditawarkan Sebanding dengan Fasilitas yang Disediakan”	59
4.23	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tarif yang Ditawarkan Terjangkau”	60
4.24	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tarif yang Ditawarkan Dapat Bersaing dengan Tarif yang Ditawarkan pada Usaha Sejenis”	61
4.25	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Saya Yakin Memilih FreeKick Futsal”	63
4.26	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Saya Sering Menggunakan FreeKick Futsal”	64
4.27	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Saya Menyarankan Rekan Saya untuk Menggunakan FreeKick Futsal”	65
4.28	Hasil Analisis Nilai Sig.(2-tiled) Shapiro-Wilk Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	66
4.29	Hasil Uji Normalitas Variabel Lokasi, Fasilitas, tarif dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	67
4.30	Hasil Analisis Nilai <i>Varian Inflation Factor</i> (VIF) Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	68
4.31	Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif	68
4.32	Hasil Analisis Nilai Signifikansi (Sig.) Variabel	69

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
	Lokasi, Fasilitas, dan Tarif Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	
4.33	Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif	70
4.34	Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Lokasi sebagai Variabel Independen Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	71
3.35	Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Fasilitas sebagai Variabel Independen Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	72
4.36	Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Tarif sebagai Variabel Independen Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	73
4.37	Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif sebagai Variabel Independen Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	75
4.38	Hasil Analisis Nilai Korelasi Lokasi dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	76
4.39	Hasil Analisis Nilai Korelasi Fasilitas dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	77
4.40	Hasil Analisis Nilai Korelasi Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	78
4.41	Hasil Analisis Nilai Korelasi Lokasi, Fasilitas, dan Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam	79

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
	Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	
4.42	Hasil Analisis Nilai <i>Sig.t</i> Korelasi Lokasi dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	80
4.43	Hasil Analisis Nilai <i>Sig.t</i> Korelasi Fasilitas dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	81
4.44	Hasil Analisis Nilai <i>Sig.t</i> Korelasi Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	82
4.45	Hasil Analisis Nilai <i>Sig.F</i> Korelasi Lokasi, Fasilitas, dan Tarif Secara Simultan dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui <i>Software</i> IBM SPSS 25	83

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Diagram Pencapaian Tingkat Okupansi Penyewaan Lapangan Futsal pada Freekick Futsal di Bulan Januari - Maret Tahun 2022	2
1.2	Infrastruktur Jalan Menuju Lokasi FreeKick Futsal	4
1.3	Kondisi Papan Skor dan Penampungan Air di Toilet FreeKick Futsal	5
2.1	<i>Model of Buyer Behaviour</i> (Kotler dan Amstrong)	13
2.2	Tahap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli atau Menggunakan Jasa	18
2.3	Model Hipotesis	21
4.1	Fasilitas Utama di FreeKick Futsal	35
4.2	Area Parkir (<i>Oudoor</i> dan <i>Indoor</i>) di FreeKick Futsal	36
4.3	Tempat Duduk dan Toilet di FreeKick Futsal	36
4.4	Struktur Kepengelolaan FreeKick Futsal	37

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Permohonan Pengajuan Judul Skripsi	98
2	Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi	99
3	Surat Izin Penelitian	100
4	Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	101
5	Kartu Revisi Proposal Penelitian	104
6	Kartu Revisi Hasil Penelitian	105
7	Kuesioner Penelitian	106
8	Dokumentasi Penelitian	108
9	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	111
10	Rekapitulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	112
11	Rekapitulasi Data Penelitian	113

BAB I

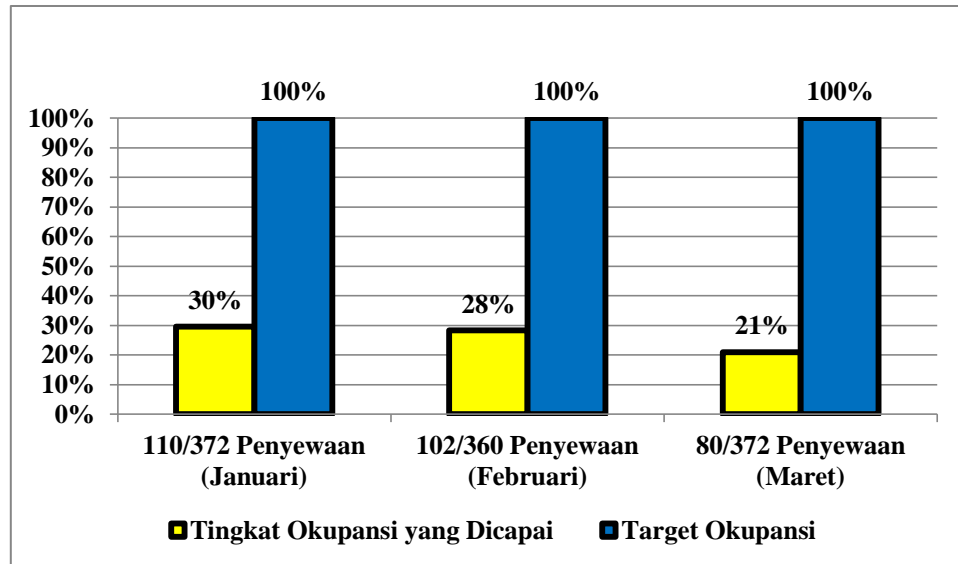
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, jumlah fasilitas penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi khususnya lapangan olahraga futsal mengalami peningkatan (www.bps.go.id diakses 10 April 2022). Fenomena tersebut berbanding lurus dengan kompetisi antar penyedia jasa penyewaan lapangan futsal dalam menstimulasi konsumen untuk menggunakan jasanya (persaingan pasar). Lazimnya kesuksesan penyedia jasa penyewaan lapangan futsal dalam persaingan pasar yang kompetitif terindikasi melalui keberhasilannya dalam mencapai target penjualannya. Namun, tidak semua penyedia usaha jasa penyewaan lapangan futsal selalu mampu mencapai target penjualannya sebagaimana yang terjadi pada jasa penyewaan lapangan Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegaran yaitu FreeKick Futsal.

Hasil olah data terhadap penjualan jasa penyewaan lapangan futsal pada Freekick Futsal di periode kuartal awal tahun 2022 yaitu pada bulan Januari, Februari, dan Maret merepresentasikan temuan yang menunjukkan bahwa tingkat okupansi penyewaan lapangan futsal di Freekick Futsal pada rentang waktu tersebut belum mencapai tingkat okupansi penyewaan yang ditargetkan bahkan mengalami penurunan.

Adapun hasil olah data tersebut terepresentasi dalam diagram batang sebagaimana terdapat pada gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1 Diagram Pencapaian Tingkat Okupansi Penyewaan Lapangan Futsal pada Freekick Futsal di Bulan Januari - Maret Tahun 2022

Sumber: Data Diolah (2022)

Dari gambar 1.1 diketahui bahwa tingkat okupansi penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di bulan Januari tahun 2022 adalah 30%, yaitu sebanyak 110 penyewaan dari 372 penyewaan yang ditargetkan. Sementara itu, tingkat okupansi penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di bulan Februari tahun 2022 adalah 28%, yaitu sebanyak 102 penyewaan dari 360 penyewaan yang ditargetkan. Dan tingkat okupansi penyewaan lapangan futsal pada Freekick Futsal di bulan Maret tahun 2022 adalah 21%, yaitu sebanyak 80 penyewaan dari 372 penyewaan yang ditargetkan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal masih belum maksimal sehingga perlu ditingkatkan. Oleh

karena itu, apa yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada Freekick Futsal menjadi urgensi yang menarik untuk diketahui.

Keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal merupakan pemecahan masalah yang dilakukan konsumen dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhannya akan jasa penyewaan lapangan futsal dimana konsumen menjalani tahap prapembelian, pembelian dan konsumsi, serta evaluasi purnabeli (Rossanty, dkk 2018:17 dan Tjiptono 2019:58). Kajian empiris membuktikan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dipengaruhi oleh lokasi, fasilitas, dan tarif. Fakta tersebut didukung penelitian yang dilakukan Firiyanto pada tahun 2019 yang menghasilkan temuan bahwa lokasi, fasilitas, dan tarif berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa lapangan futsal (Fitriyanto 2019:71). Selain itu, penelitian yang dilakukan Somphong, dkk pada tahun 2019 menghasilkan temuan bahwa fasilitas merupakan faktor dari *marketing mix* yaitu *physical environments* yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa olahraga dan pusat latihan di Thailand. Adapun penelitian yang dilakukan Amphonmaha dan Jarinto pada tahun 2018 menghasilkan temuan bahwa tarif merupakan faktor yang memotivasi konsumen untuk menggunakan jasa lapangan sepak bola rumput sintetis di Choeng Noen District, Provinsi Rayong (Amphonmaha dan Jarinto 2018:20).

Sementara itu, observasi di lapangan terkait lokasi, fasilitas, dan tarif di FreeKick Futsal menghasilkan temuan yang mengindikasikan adanya kesesuaian maupun ketidaksesuaian pada tiga entitas tersebut sebagai alat pemasaran yang diharapkan dapat menstimulasi respons konsumen untuk menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada Freekick Futsal. Kesesuaian lokasi FreeKick Futsal sebagai alat pemasaran terindikasi dari lokasinya yang mudah dijangkau karena infrastruktur jalan menuju lokasi FreeKick Futsal berupa jalan aspal dan jalan semenisasi.



Gambar 1.2 Infrastruktur Jalan Menuju Lokasi FreeKick Futsal

Sumber: Dokumentasi Observasi di Lapangan (2022)

Ketidaksesuaian fasilitas di FreeKick Futsal sebagai alat pemasaran terindikasi dari adanya fasilitas yang kurang berfungsi dengan baik dan fasilitas yang kurang bersih. Adanya fasilitas yang kurang berfungsi dengan baik terdeskripsi dari kondisi papan skor yang sudah tidak berfungsi namun tidak diperbaiki atau diganti oleh pihak pengelola

FreeKick Futsal. Sedangkan fasilitas yang kurang bersih terdeskripsi dari adanya endapan kotoran pada penampungan air di toilet FreeKick Futsal.



Gambar 1.3 Kondisi Papan Skor dan Penampungan Air di Toilet FreeKick Futsal

Sumber: Dokumentasi Observasi di Lapangan (2022)

Adapun kesesuaian tarif di FreeKick Futsal sebagai alat pemasaran terindikasi dari diferensiasi nilai tarif yang ditawarkan FreeKick Futsal dibandingkan dengan nilai tarif yang ditawarkan oleh kompetitor sebagaimana dapat diamati pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Tarif Jasa Penyewaan Lapangan Futsal pada FreeKick Futsal dan Kompetitor

Jam	Tarif pada Freekick Futsal	Tarif pada Kompetitor I	Tarif pada Kompetitor II
08.00 - 17.00	Rp. 90.000 / Jam	Rp. 60.000 / Jam	Rp. 80.000 / Jam
20.00 - 24.00	Rp. 160.000 / Jam	Rp. 140.000 / Jam	Rp. 140.000 / Jam

Sumber: Data Diolah (2022)

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa tarif jasa penyewaan lapangan futsal yang ditawarkan FreeKick Futsal pada jam 08.00-17.00 adalah Rp.90.000/jam

sedangkan tarif yang ditawarkan kompetitor I dan II pada jam yang sama adalah Rp.60.000/jam dan Rp.80.000/ jam. Adapun tarif jasa penyewaan lapangan futsal yang ditawarkan FreeKick Futsal pada jam 20.00-24.00 adalah Rp.160.000/jam sedangkan tarif yang ditawarkan kompetitor I dan II pada jam yang sama adalah Rp.140.000/jam. Walaupun nilai tarif jasa penyewaan lapangan futsal yang ditawarkan FreeKick Futsal lebih tinggi dibandingkan dengan nilai tarif jasa penyewaan lapangan futsal yang ditawarkan pada usaha kompetitor namun nilai tarif tersebut dipersepsikan sebanding dengan fasilitas yang disediakan, terjangkau, dan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis oleh empat dari sepuluh konsumen FreeKick Futsal yang peneliti wawancarai (wawancara prapenelitian pada 9 Januari 2022). Oleh karena itu peneliti bermaksud untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara, pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara, pengaruh tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara, serta pengaruh lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan

lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

Berdasarkan fenomena, bukti empiris, temuan di lapangan dan maksud yang telah disebutkan, peneliti mengusulkan penelitian dengan judul Pengaruh Lokasi dan Fasilitas serta Tarif terhadap Keputusan Konsumen FreeKick Futsal dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Studi pada Usaha Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Freekick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Adakah pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara?
- b. Adakah pengaruh signifikan yang diakibatkan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara?
- c. Adakah pengaruh signifikan yang diakibatkan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada

FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara
Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara?

- d. Adakah pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh yang diakibatkan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.
- b. Menganalisis pengaruh yang diakibatkan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.
- c. Menganalisis pengaruh yang diakibatkan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

- d. Menganalisis pengaruh yang diakibatkan lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dikemukakan maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan di bidang pemasaran, yaitu tentang pengaruh yang diakibatkan lokasi, fasilitas, dan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi untuk pengelola FreeKick Futsal dalam memasarkan jasa penyewaan lapangan futsal.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang digunakan sebagai landasan empiris penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dilakukan Fitriyanto dengan judul Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Harga terhadap Keputusan Sewa Lapangan Tunjang Futsal Stadium. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa pada Lapangan Tunjang Futsal Stadium (Fitriyanto 2019:71). Persamaan penelitian yang dilakukan Fitriyanto dengan penelitian ini adalah variabel penelitian, yaitu lokasi dan fasilitas (variabel independen). Perbedaan Penelitian yang dilakukan Fitriyanto dengan penelitian ini adalah subjek penelitian. Subjek penelitian pada penelitian Fitriyanto adalah konsumen Tunjang Futsal, sementara subjek penelitian pada penelitian ini adalah konsumen FreeKick Futsal.
- b. Penelitian yang dilakukan Somphong, dkk dengan judul *The Marketing Factors Influencing Consumer Decision to Use The Services of Sports and Exercise Centers in Thailand*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang bersih merupakan faktor dari *marketing mix* yaitu *physical environments* yang paling signifikan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa olahraga

dan pusat latihan di Thailand (Somphong 2019:4). Persamaan penelitian yang dilakukan Somphong dengan penelitian ini adalah variabel penelitian, yaitu fasilitas (variabel independen) dan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa (variabel dependen). Perbedaan penelitian yang dilakukan Somphong, dkk dengan penelitian ini adalah subjek penelitian. Subjek penelitian pada penelitian yang dilakukan Somphong, dkk adalah konsumen jasa olahraga dan pusat latihan di Thailand, sementara subjek penelitian pada penelitian ini adalah konsumen jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

- c. Penelitian yang dilakukan Amphonmaha dan Jarinto dengan judul *A Study on Consumer Behavior and Their Decision on Choosing an Artificial Turf Football Field Service in Choeng Noen District, Rayong Province*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tarif merupakan faktor yang memotivasi konsumen untuk menggunakan jasa lapangan sepak bola rumput sintetis di daerah Choeng Noen, Provinsi Rayong (Amphonmaha dan Jarinto 2018:20). Persamaan penelitian yang dilakukan Amphonmaha dan Jarinto dengan penelitian ini adalah variabel penelitian, yaitu tarif. Perbedaan penelitian yang dilakukan Amphonmaha dan Jarinto dengan penelitian ini adalah subjek penelitian. Subjek penelitian pada penelitian yang dilakukan Amphonmaha dan Jarinto adalah konsumen jasa lapangan sepak bola

(*outdoor*), sementara subjek penelitian pada penelitian ini adalah konsumen jasa penyewaan lapangan futsal (*indoor*).

2.2 Teori dan Konsep

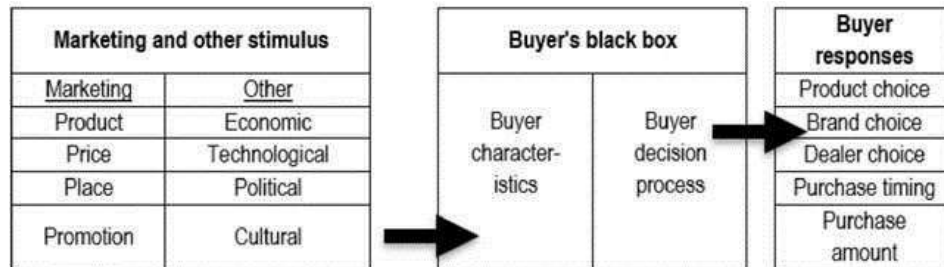
2.2.1 Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Brech dalam Alma (2014:2) yaitu “Proses dalam menentukan permintaan kosumen akan barang dan jasa, memotivasi penjualan, mendistribusikan ke konsumen akhir, dengan keuntungan sebagai imbalannya”. Adapun tujuan pemasaran menurut Dimiyati (2018:113) adalah “Untuk meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan hasil penjualan, serta dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan atau stakeholdernya”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses dalam menentukan permintaan kosumen akan barang dan jasa, memotivasi penjualan serta mendistribusikan ke konsumen akhir untuk meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan hasil penjualan, serta dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan atau stakeholdernya.

2.2.2 Model of Buyer Behaviour

Model of buyer behaviour merupakan model perilaku pada pembeli atau konsumen yang terstimulasi untuk mengambil keputusan mengenai pilihan produk atau jasa, pilihan merk, pilihan saluran distribusi atau tempat pembelian, waktu dan jumlah pembelian atau penggunaan (Kotler

dan Armstrong dalam Alma 2014:96). Adapun model tersebut terdapat pada gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1 Model of Buyer Behaviour (Kotler dan Armstrong)

Sumber: Zsigmond, dkk (2020:224)

Mengacu pada model perilaku pembeli atau konsumen menurut Kotler dan Armstrong pada gambar 2.1 dapat diketahui bahwa untuk membentuk suatu pilihan produk atau jasa yang dibeli atau digunakan oleh konsumen, konsumen mengalami proses pengambilan keputusan yang distimulasi oleh stimulus yang berasal dari pemasar (*marketing stimuli*) dan stimulus yang berasal dari bukan pemasar (*other stimuli*).

2.2.3 Hospitality Marketing Mix

Marketing mix adalah alat pemasaran yang dikendalikan perusahaan untuk memengaruhi respon pasar sasaran (Musfar 2020:9-10). Sementara itu, *Hospitality marketing mix* merupakan alternatif bauran pemasaran untuk industri atau bisnis *hospitality* (Bojanic 2008:81). Renaghan dalam Bojanic (2008:81) menghadirkan alternatif *hospitality marketing mix* berupa tiga komponen, yaitu sebagai berikut:

a. Product-service Mix

Product-service mix adalah kombinasi dari produk fisik (barang) dan jasa (layanan) yang dikemas dalam bentuk penawaran dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan pasar sasaran. Pada industri *hospitality* komoditi yang ditawarkan berupa kombinasi produk fisik (barang) dan jasa (layanan) yang proporsinya dirancang berdasarkan karakteristik penawaran yang ditawarkan kepada pasar sasaran. Sehubungan dengan hal tersebut, Tjiptono dalam Dimiyati (2018:147-148) mengategorikan penawaran dalam Lima kategori, yaitu sebagai berikut:

1. Produk fisik murni, yaitu penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik tanpa adanya jasa atau layanan yang menyertai produk tersebut.
2. Produk fisik dengan jasa pendukung, yaitu penawaran yang terdiri atas suatu produk fisik disertai dengan satu atau beberapa jenis jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumennya.
3. Produk *Hybrid*, yaitu penawaran yang terdiri dari barang dan jasa yang kurang lebih sama besar porsinya.
4. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor, yaitu penawaran terdiri dari satu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan/atau barang-barang pendukung.
5. Jasa murni, yaitu penawaran yang hampir seluruhnya berupa jasa (layanan).

b. *Presentation Mix*

Presentation mix adalah kombinasi dari elemen-elemen yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan keberwujudan *Product-service mix* dan membedakan penawaran yang ditawarkan dari penawaran perusahaan lain pada persepsi pasar sasaran. Elemen-elemen tersebut meliputi bangunan fisik, lokasi atau tempat, fasilitas, suasana, harga, dan pegawai.

c. *Communication Mix*

Communication mix adalah kombinasi dari berbagai macam komunikasi antara perusahaan dengan pasar sasaran untuk membuat dan memonitor ekspektasi konsumen sekaligus memersuasi tindakan pembelian pada konsumen. Bentuk-bentuk komunikasi antara perusahaan dengan pasar sasaran yang dapat dikombinasikan meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, publisitas, *event sponsorship*, penjualan langsung, bahkan *employee services*.

2.2.4 Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana suatu produk atau jasa ditawarkan kepada konsumen (Andayani 2014:41). Oleh karena itu, ketepatan pemilihan lokasi menjadi faktor penting dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis. Faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan untuk memilih lokasi bisnis meliputi kedekatan dengan pasar, fasilitas dan biaya transportasi, lingkungan masyarakat, sumber daya alam, tenaga

kerja, tanah untuk ekspansi, dan pembangkit tenaga listrik (Harding dalam Kumalasari 2017). Sehubungan dengan hal tersebut Somphong, dkk (2019:5) berpendapat bahwa alih-alih memperlumahkan jarak dan waktu yang ditempuh untuk menuju lokasi atau tempat suatu produk atau jasa, konsumen lebih mempertimbangkan kemudahan dalam mengakses lokasi atau tempat yang menyediakan produk atau jasa yang konsumen butuhkan dan kenyamanan yang konsumen peroleh saat berada di lokasi atau tempat produk atau jasa ditawarkan sehingga konsumen lebih setuju apabila pemasar dapat menawarkan lokasi atau tempat jasa yang mudah ditemui, mudah dalam mengakses moda transportasi, serta menyediakan area parkir yang nyaman, memadai, dan aman. Dengan demikian, peneliti mengusulkan lokasi mudah dijangkau, lokasi nyaman, dan area parkir memadai sebagai indikator dalam mengukur lokasi pada penelitian ini.

2.2.5 Fasilitas

Fasilitas merupakan penampilan serta kemampuan (performa) sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal melalui fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan (Lupiyoadi dalam Fitriyanto 2019:19). Oleh karena itu, fasilitas berperan penting dalam menunjang keberwujudan (*tangibility*) suatu jasa atau layanan. Fitriyanto (2019:69) berpendapat bahwa penting bagi pemasar untuk mempertimbangkan kelengkapan fasilitas, kondisi fasilitas, dan kebersihannya karena dapat membentuk persepsi konsumen.

Bahkan Somphong, dkk (2019:7) berhasil membuktikan bahwa kebersihan fasilitas merupakan faktor pertama dalam membentuk lingkungan fisik pada penyedia jasa atau layanan. Dengan demikian, peneliti mengusulkan fasilitas lengkap, fasilitas berfungsi dengan baik, dan fasilitas bersih sebagai indikator dalam mengukur fasilitas pada penelitian ini.

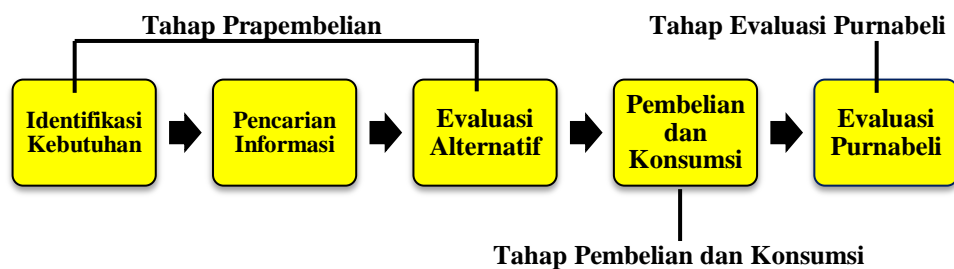
2.2.6 Tarif

Tarif atau harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan hak menggunakan jasa (Rossanty, dkk 2018:28). Tingkat tarif ditentukan dan ditawarkan oleh penyedia jasa melalui pertimbangan terhadap biaya produksi jasa, daya beli pengguna jasa, dan permintaan pasar (Andayani 2014:41). Dengan demikian, peneliti mengusulkan tarif sebanding dengan fasilitas, tarif terjangkau, dan tarif dapat bersaing dengan tarif pada usaha sejenis sebagai indikator dalam mengukur tarif pada penelitian ini.

2.2.7 Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa

Keputusan konsumen dalam menggunakan jasa merupakan pemecahan masalah yang dilakukan konsumen dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhannya akan suatu jasa (Rossanty, dkk 2018:17). Dalam memutuskan untuk menggunakan suatu jasa konsumen mengalami serangkaian proses. Menurut Tjiptono (2019:58) proses pengambilan keputusan konsumen tersebut dikelompokkan dalam Tiga

tahap utama, yaitu tahap prapembelian yang terdiri dari proses identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif, kemudian berlanjut ke tahap konsumsi yaitu berupa proses pembelian dan konsumsi, kemudian berakhir pada tahap evaluasi purnabeli. Lebih rincinya proses yang dilalui konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan suatu jasa sebagaimana terdapat pada gambar 2.2 berikut:



Gambar 2.2 Tahap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli atau Menggunakan Jasa

Sumber: Tjiptono (2019:58)

Dari gambar 2.2 diketahui bahwa proses pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa, yaitu meliputi:

- a. Identifikasi kebutuhan, yaitu tahap awal pada proses pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa. Pada tahap ini konsumen mendapatkan stimulus (promosi, referensi kelompok, dan isyarat fisik) yang mendorong konsumen untuk mencari informasi dan mempertimbangkan jasa (Tjiptono, 2019:59).
- b. Pencarian informasi, yaitu tahap dimana konsumen mencari informasi tentang jasa yang dapat menjadi alternatif untuk memenuhi kebutuhannya (Tjiptono, 2019:64). Sumber informasi tentang suatu

jasa dapat diklasifikasikan dalam Dua jenis, yaitu sumber pemasar dan sumber non-pemasar (Sheth dan Mittal dalam Tjiptono 2019:66). Sumber pemasar (*marketer sources*) meliputi iklan, wiraniaga, brosur produk atau jasa, penampilan toko atau lokasi (tempat) jasa, dan website perusahaan. Sementara itu, sumber non pemasar (*non marketer sources*) meliputi sumber personal (teman, rekan kerja, saudara, serta pengalaman masa lalu) dan sumber independen (informasi publik di media massa serta pakar produk atau jasa).

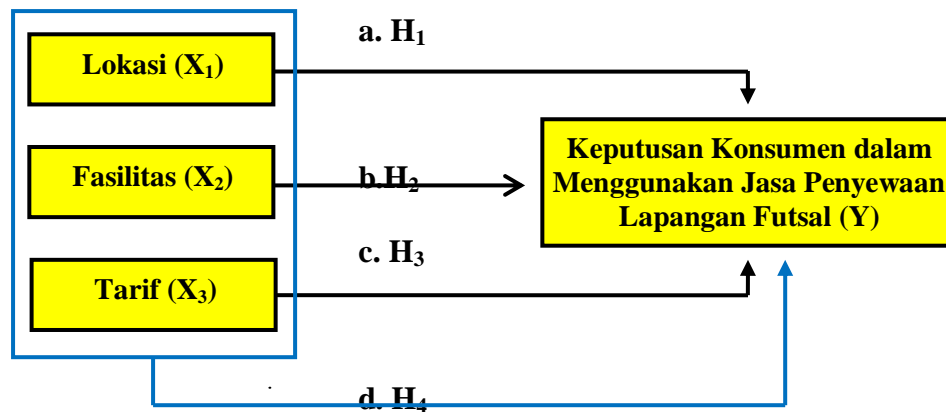
- c. Evaluasi alternatif, yaitu tahap dimana konsumen mengevaluasi dan menyeleksi alternatif jasa untuk menentukan pilihan akhir dengan mempertimbangkan atribut biaya, atribut kinerja, atribut sosial, dan atribut ketersediaan (Tjiptono 2019:72).
- d. Pembelian dan konsumsi, yaitu tahap dimana konsumen menentukan sikap dengan mengambil keputusan membeli dan mengonsumsi jasa yang sudah dipilih (Rossanty, dkk 2018:19).
- e. Evaluasi purnabeli, yaitu tahap akhir pada proses pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa. Pada tahap ini, konsumen mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli dan menggunakan jasa. Jika konsumen merasa puas maka akan timbul probabilitas untuk membeli dan menggunakan kembali jasa tersebut, bahkan menginformasikan jasa tersebut sebagai rekomendasi yang baik kepada orang lain. Namun sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas maka akan timbul probabilitas untuk

melakukan keluhan dan menginformasikan jasa tersebut sebagai rekomendasi yang tidak baik kepada orang lain (Setiadi 2019:15-16).

Berdasarkan proses yang dilalui konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan menggunakan jasa yang telah disebutkan maka peneliti mengusulkan keyakinan memilih jasa, intensitas menggunakan jasa, dan merekomendasikan jasa kepada orang lain sebagai indikator untuk mengukur keputusan konsumen dalam menggunakan jasa. Adapun indikator yang diusulkan oleh peneliti dimaksudkan fokus pada tiga proses akhir pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa yaitu proses transisi dari mengevaluasi alternatif menuju tindakan pembelian dan konsumsi, pembelian dan konsumsi, serta evaluasi purnabeli.

2.3 Hipotesis

Terdapat Empat variabel pada penelitian ini, yaitu lokasi (X_1), fasilitas (X_2), dan tarif (X_3) sebagai variabel independen dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal (Y) sebagai variabel dependen. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka model hipotesisnya adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3 Model Hipotesis

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan model hipotesis pada gambar 2.3 maka perincian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- a. H_1 : Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.
- b. H_2 : Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.
- c. H_3 : Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

- d. H₄: Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

2.4 Definisi Konseptual

Definisi konseptual variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut berikut:

- a. Lokasi adalah tempat dimana suatu jasa ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen jasa (mengacu pada pendapat Andayani 2014:41).
- b. Fasilitas adalah penampilan serta kemampuan (performa) sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan (mengacu pada pendapat Lupiyoadi dalam Fitriyanto 2019:19).
- c. Tarif adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan hak menggunakan jasa yang mana jumlahnya ditentukan dengan mempertimbangkan biaya produksi jasa, permintaan pasar, dan daya beli pengguna jasa (mengacu pada pendapat Rossanty, dkk 2018:28 dipadukan dengan Andayani 2014:4).
- d. Keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah pemecahan masalah yang dilakukan konsumen dalam

rangka memenuhi keinginan atau kebutuhannya akan jasa penyewaan lapangan futsal dimana konsumen menjalani tahap prapembelian, pembelian dan konsumsi, serta evaluasi purnabeli (Rossanty, dkk 2018:17 dan Tjiptono 2019:58).

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif (kausal) kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat antara dua variabel atau lebih, yaitu variabel independen (prediktor) dan variabel dependen (kriteria) dengan jenis data kuantitatif dan analisis data menggunakan statistik. (Sugiyono 2013:13-4).

3.2 Definisi Operasional

Variabel penelitian ini adalah lokasi (X_1), fasilitas (X_2) dan tarif (X_3) sebagai variabel independen sedangkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal (Y) sebagai variabel dependen. Sementara itu, untuk mengoperasionalkan teori dan konsep menjadi instrumen pengukur variabel independen dan variabel dependen maka peneliti mengacu pada definisi operasional yang terdapat pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Instrumen Pengukuran	Skala	Sumber
Lokasi (X_1)	Lokasi mudah dijangkau	Lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau	Likert (1-5)	Fitriyanto (2019) dan Shomphong dkk (2019)
	Lokasi nyaman	Lokasi FreeKick Futsal nyaman	Likert (1-5)	

	Area parkir memadai	Tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal	Likert (1-5)	
Fasilitas (X_2)	Fasilitas lengkap	Fasilitas di FreeKick Futsal lengkap	Likert (1-5)	Fitriyanto (2019)
	Fasilitas berfungsi dengan baik	Fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik	Likert (1-5)	
	Fasilitas bersih	Toilet di FreeKick futsal bersih	Likert (1-5)	Shompong, dkk (2019)
Tarif (X_3)	Tarif sebanding dengan fasilitas	Tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan	Likert (1-5)	Fitriyanto (2019)
	Tarif terjangkau	Tarif yang ditawarkan terjangkau	Likert (1-5)	Fitriyanto (2019) Amphonmaha dan Jarinto (2018)
	Tarif dapat bersaing dengan tarif pada usaha sejenis	Tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada perusahaan sejenis	Likert (1-5)	Fitriyanto (2019)
Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Y)	Keyakinan memilih jasa	Saya yakin memilih FreeKick Futsal	Likert (1-5)	Fitriyanto (2019)
	Intensitas menggunakan jasa	Saya sering menggunakan FreeKick Futsal	Likert (1-5)	

	Merekomendasikan jasa kepada orang lain	Saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal	Likert (1-5)	
--	---	---	--------------	--

Sumber: Data Diolah (2022)

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen FreeKick Futsal. Sementara itu, jumlah sampel ditentukan menggunakan kaidah Roscoe yaitu jumlah sampel pada penelitian (analisis multivariat) adalah 10 kali jumlah variabel yang diteliti (Sugiyono 2013:102-103). Oleh karena itu, berdasarkan kaidah tersebut maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 40 responden. Adapun pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu *sampling* kuota dengan kriteria sampel yang ditetapkan sebagai responden penelitian adalah konsumen FreeKick Futsal yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan FreeKick Futsal pada pukul 08.00 – 17.00 atau 20.00 – 24.00.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner skala likert dengan skor 1-5, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju, dan sangat setuju sebagaimana terdapat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2 Kuesioner Penelitian

Pernyataan	Pilihan Jawaban				
	SS	S	CS	TS	STS
Lokasi					
1. Lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau					
2. Lokasi FreeKick Futsal nyaman					
3. Tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal					
Fasilitas					
1. Fasilitas di FreeKick Futsal lengkap					
2. Fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik					
3. Toilet di <i>FreeKick</i> futsal bersih					
Tarif					
1. Tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan					
2. Tarif yang ditawarkan terjangkau					
3. Tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis					
Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal					
1. Saya yakin memilih FreeKick Futsal					
2. Saya sering menggunakan FreeKick Futsal					
3. Saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal					

Sumber: Data Diolah (2022)

Adapun kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh data primer. Sementara itu, data pendukung lainnya diperoleh melalui observasi tidak terstruktur, studi kepustakaan dan wawancara tidak terstruktur.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Pengujian validitas instrumen penelitian pada penelitian ini menggunakan pengujian *construct validity* yaitu dilakukan dengan mengonsultasikan kepada para ahli mengenai aspek-aspek yang akan diukur berdasarkan teori yang relevan dan disesuaikan dengan kondisi objek penelitian kemudian instrumen dicobakan kepada 30 responden. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis faktor melalui *software* SPSS untuk mengetahui nilai koefisien *Pearson correlation* yang kemudian dibandingkan dengan nilai standar validitas (0,30). Menurut Utama (2018:27-31) kriteria instrumen penelitian valid apabila nilai koefisien *Pearson correlation* (r hitung) $\geq 0,30$ (nilai r standar validitas).

Sementara itu, pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada penelitian ini menggunakan pengujian *internal consistency* yaitu dilakukan dengan mencoba instrumen sekali saja pada 30 responden. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis melalui *software* SPSS untuk mengetahui nilai *Cronbach alpha* yang kemudian dibandingkan dengan nilai standar reliabilitas (0,60). Menurut Utama (2018:32) kriteria instrumen penelitian reliabel apabila nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,60$ (nilai standar reliabilitas).

3.5.2 Analisis Deskriptif

Data penelitian dianalisis menggunakan statistik deskriptif melalui *Software* Microsoft Office Excel untuk memperoleh nilai rata-rata tanggapan responden terhadap pernyataan instrumen pengukur variabel yang diteliti. Sementara itu, untuk menginterpretasikan hasil analisis nilai rata-rata menjadi suatu deskripsi atau gambaran yang informatif dilakukan dengan mengacu pada interval skala yang terdapat pada Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3 Skala Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Instrumen Pengukur Variabel

Interval Skala	Kategori
1,01 - 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 - 2,60	Tidak Setuju
2,61 - 3,40	Cukup Setuju
3,41 - 4,20	Setuju
4,21 - 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Fitriyanto (2019:38)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik merupakan asumsi atau persyaratan yang sebaiknya dipenuhi dalam melakukan analisis regresi linear ganda. Adapun pengujian yang dilakukan untuk dapat memenuhi asumsi klasik yaitu meliputi pengujian normalitas, pengujian multikolinearitas, dan pengujian heteroskedastisitas (Utama 2018:47).

A. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil analisis nilai Sig.(2-tailed) Shapiro-Wilk melalui *software* IBM SPSS 25 dengan nilai standar normalitas (0,05). Mengacu pada pendapat Nugroho dalam Utama (2018: 51) kriteria data berdistribusi normal apabila nilai Sig.(2-tailed) lebih dari 0,05 (nilai standar normalitas).

B. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen pada model regresi linear ganda. Pengujian multikolinieritas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil analisis nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) melalui *software* IBM SPSS 25 dengan nilai standar multikolinieritas (10). Mengacu pada pendapat Utama (2018:53-54) kriteria data penelitian bebas dari adanya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen apabila nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 (nilai standar multikolinieritas).

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian yang mengakibatkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Pengujian

heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil analisis nilai signifikansi (Sig.) melalui *software* IBM SPSS 25 dengan nilai standar heteroskedastisitas (0,05). Mengacu pada pendapat Utama (2018:58) kriteria model regresi bebas dari adanya ketidaksamaan varian apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih dari 0,05 (nilai standar heteroskedastisitas).

3.5.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan pendekatan linier untuk memprediksikan kenaikan dan penurunan nilai pada variabel dependen melalui kenaikan atau penurunan nilai pada satu variabel independen berdasarkan persamaan berikut:

$$Y = a + bX$$

Sumber: Sugiyono (2013:237)

Dimana:

Y : Nilai variabel dependen yang diprediksikan

a : Harga Y bila $X = 0$ (konstanta)

b : Nilai koefisien regresi yang menunjukkan angka kenaikan atau penurunan variabel independen

X : Variabel independen

Adapun analisis nilai a dan b untuk memperoleh persamaan regresi linier ganda pada penelitian ini dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25.

3.5.5 Analisis Regresi Linier Ganda

Analisis regresi linier ganda merupakan pendekatan linier untuk memprediksikan kenaikan dan penurunan nilai pada variabel dependen

melalui kenaikan atau penurunan nilai pada dua atau lebih variabel independen berdasarkan persamaan berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

Sumber: Sugiyono (2013:243)

Dimana:

Y : Nilai variabel dependen yang diprediksikan

a : Harga Y bila $X = 0$ (konstanta)

b : Nilai koefisien regresi yang menunjukkan angka kenaikan atau penurunan variabel independen

X_1 : Variabel lokasi

X_2 : Variabel fasilitas

X_3 : Variabel tarif.

Adapun analisis nilai a dan b untuk memperoleh persamaan regresi linier ganda pada penelitian ini dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25.

3.5.6 Analisis Korelasi (r)

Analisis nilai korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi regresi sederhana dan analisis korelasi ganda melalui *software* IBM SPSS 25. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel independen secara simultan dengan variabel dependen yang mengacu pada skala dan tingkat korelasi pada tabel berikut 3.4 berikut:

Tabel 3.4 Skala dan Tingkat Korelasi Variabel Independen dengan Variabel Dependen

Interval Skala	Tingkat Korelasi
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono dalam Utama (2018:111)

3.5.7 Uji *t*

Uji *t* digunakan untuk mengetahui apakah korelasi pada model regresi linier sederhana yaitu antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen adalah signifikan atau tidak. Adapun analisis nilai *Sig.t* pada penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana melalui *software* IBM SPSS 25 yang berdasarkan pada persamaan berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Sumber: Sugiyono 2013:214

dimana:

r : koefisien korelasi sederhana

n: jumlah anggota sampel

Mengacu pada pendapat Utama (2018:112) jika *Sig. t* ≤ 0,05 berarti terdapat korelasi yang signifikan pada suatu model regresi linier sederhana yaitu antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen namun jika *Sig. t* ≥ 0,05 berarti tidak terdapat korelasi yang

signifikan pada suatu model regresi linier ganda yaitu antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

3.5.8 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah korelasi pada model regresi linier ganda yaitu antara variabel independen secara simultan dengan variabel dependen adalah signifikan atau tidak. Adapun analisis nilai $Sig. F$ pada penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linier ganda melalui *software* IBM SPSS 25 yang berdasarkan pada persamaan berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{1-R^2/(n-k-1)}$$

Sumber: Sugiyono 2013:223

dimana:

R : koefisien korelasi ganda

n : jumlah anggota sampel

k : jumlah variabel independen

Mengacu pada pendapat Utama (2018:112) jika $Sig. F \leq 0,05$ berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen secara simultan dengan variabel dependen namun jika $Sig. F \geq 0,05$ berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen secara simultan dengan variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah FreeKick Futsal. FreeKick Futsal merupakan salah satu usaha yang menyediakan jasa penyewaan lapangan futsal di Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara, tepatnya beralamat di Dusun Telaga Kencana RT 19 Desa Manunggal Jaya. FreeKick Futsal didirikan dan dikelola oleh Bapak Abduh sejak tahun 2015 dengan menawarkan fasilitas utama Dua buah lapangan Futsal.



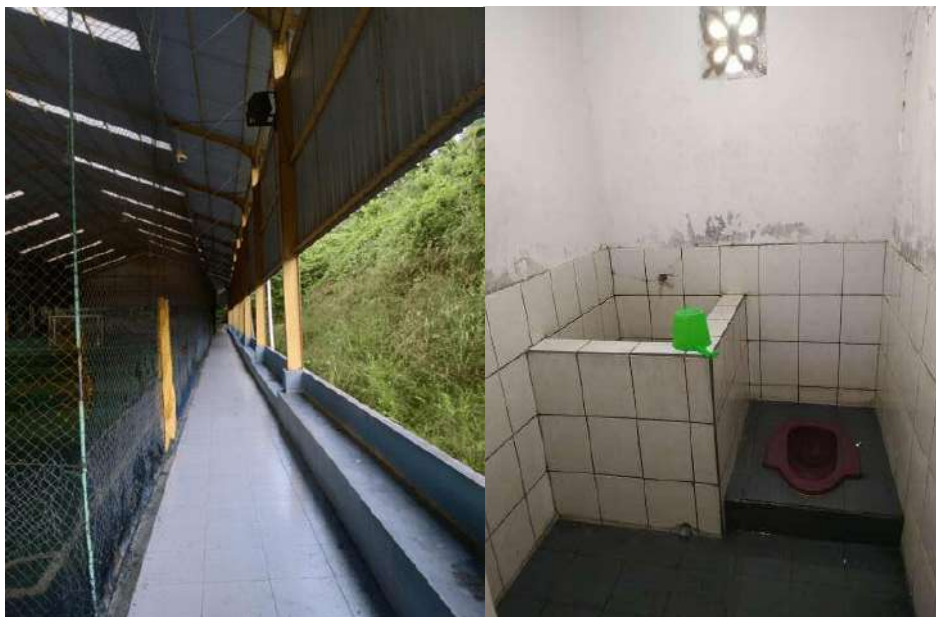
Gambar 4.1 Fasilitas Utama di FreeKick Futsal
Sumber: Dokumentasi Observasi di Lapangan (2022)

Selain itu, FreeKick Futsal juga menawarkan fasilitas penunjang yaitu area parkir (*outdoor* dan *indoor*), tempat duduk dan toilet sebagaimana terdeskripsi melalui gambar 4.2 dan 4.3 berikut:



Gambar 4.2 Area Parkir (*Outdoor* dan *Indoor*) di FreeKick Futsal

Sumber: Dokumentasi Observasi di Lapangan (2022)



Gambar 4.3 Tempat Duduk dan Toilet di FreeKick Futsal

Sumber: Dokumentasi Observasi di Lapangan (2022)

Adapun struktur kepengelolaan Freekick Futsal terdeskripsi pada gambar 4.4 berikut:



Gambar 4.4 Struktur Kepengelolaan FreeKick Futsal

Sumber: Data Diolah (2022)

Dari gambar 4.4 dapat dijelaskan bahwa peran dan tanggung jawab pengelola Freekick Futsal yaitu melakukan dan merawat relasi dengan calon konsumen, konsumen, dan konsumen langganan; menangani reservasi dan mengelola jadwal reservasi penyewaan lapangan futsal; serta mendelegasikan tugas kepada staf operasional. Sementara itu, peran dan tanggung jawab staf operasional yaitu melakukan pelayanan kepada konsumen; bertanggung jawab atas pengelolaan dan pelaporan anggaran pemasukan dan pengeluaran perusahaan; serta melakukan perawatan dan menjaga kebersihan fasilitas, peralatan, dan lingkungan layanan.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, profesi, dan jumlah pendapatan. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diklasifikasikan dalam Dua kategori, yaitu responden pria dan responden wanita. Adapun perinciannya terdapat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	28	70%
Wanita	12	30%
Total	40	100%

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden pria adalah 28 responden dengan persentase 70% dan jumlah responden wanita adalah 12 responden dengan persentase 30%. Dengan demikian, mayoritas responden pada penelitian ini adalah pria.

4.2.2 Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia diklasifikasikan dalam Tiga kategori, yaitu responden berusia 10-20 tahun, responden berusia 21-30 tahun, dan responden berusia 31-40 tahun. Adapun perinciannya terdapat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase
10-20 Tahun	4	10%
21-30 Tahun	32	85%
31-40 Tahun	2	5%
Total	40	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah responden berusia 10-20 tahun adalah 4 responden dengan persentase 10%, jumlah responden berusia 21-30 tahun adalah 32 responden dengan persentase 85%, dan jumlah responden berusia 31-40 tahun adalah 2 orang dengan persentase 5%. Dengan demikian, mayoritas responden pada penelitian ini berusia 21-30 tahun.

4.2.3 Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan diklasifikasikan dalam Tiga Kategori, yaitu responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP atau sederajat, responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA atau Sederajat, dan responden dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana. Adapun rinciannya terdapat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP atau Sederajat	4	10%
SMA atau Sederajat	28	70%
Sarjana	8	20%
Total	40	100%

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden berpendidikan terakhir SMP atau sederajat adalah 4 responden dengan persentase 10%, jumlah responden berpendidikan terakhir SMA atau sederajat adalah 28 responden dengan persentase 70%, jumlah responden berpendidikan terakhir Sarjana adalah 6 responden dengan persentase 15%, dan jumlah reponden berpendidikan terakhir S2 adalah 2 responden dengan persentase 5%. Dengan demikian, mayoritas responden pada penelitian ini berpendidikan tarakhir SMA atau sederajat.

4.2.4 Profesi

Karakteristik responden berdasarkan profesi diklasifikasikan dalam Empat Kategori, yaitu responden berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), responden berprofesi sebagai Pegawai Swasta, responden berstatus Mahasiswa, dan responden berstatus Pelajar. Adapun rinciannya terdapat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Profesi	Jumlah	Persentase
PNS	4	10%
Pegawai Swasta	24	60%
Mahasiswa	8	20%
Pelajar	4	10%
Total	40	100%

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa jumlah responden berprofesi sebagai PNS adalah 4 responden dengan persentase 10%, jumlah responden berprofesi sebagai pegawai swasta berjumlah 24 responden dengan persentase 60%, jumlah responden berstatus mahasiswa adalah 8 responden dengan persentase 20%, dan jumlah responden berstatus pelajar adalah 4 responden dengan persentase 10%. Dengan demikian, mayoritas responden pada penelitian ini berprofesi sebagai pegawai swasta.

4.2.5 Jumlah Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan diklasifikasikan dalam Empat kategori, yaitu responden dengan jumlah pendapatan per bulan Rp1.000.000 sampai Rp2.000.000, responden dengan jumlah pendapatan per bulan Rp2.000.000 sampai Rp3.000.000, responden dengan jumlah pendapatan per bulan Rp3.000.000 sampai Rp4.000.000, dan responden dengan jumlah pendapatan per bulan lebih dari Rp4.000.000. Adapun perinciannya terdapat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Jumlah Pendapatan dalam Satu Bulan	Jumlah	Persentase
Rp1.000.000 ≤ JumlahPendapatan ≤ Rp2.000.000	4	10%
Rp2.000.000 < JumlahPendapatan ≤ Rp3.000.000	8	20%
Rp3.000.000 < JumlahPendapatan ≤ Rp4.000.000	4	10%
Jumlah Pendapatan > Rp 4.000.000	24	60%
Total	40	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa jumlah responden berpendapatan per bulan Rp1.000.000 sampai Rp2.000.000 adalah 4 responden dengan persentase 10%, jumlah responden berpendapatan per bulan lebih dari Rp2.000.000 sampai Rp3.000.000 adalah 8 responden dengan persentase 20%, jumlah responden berpendapatan per bulan lebih dari Rp3.000.000 sampai Rp4.000.000 adalah 4 responden dengan persentase 10%, dan jumlah responden berpendapatan lebih dari Rp4.000.000 adalah 24 responden dengan persentase 60%. Dengan demikian, mayoritas responden pada penelitian ini memiliki pendapatan lebih dari Rp4.000.000 dalam Satu bulan.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Setelah mengonsultasikan instrumen penelitian kepada para ahli mengenai aspek-aspek yang akan diukur berdasarkan teori yang relevan dan disesuaikan dengan kondisi objek penelitian. Kemudian instrumen dicobakan kepada 30 responden dan dilakukan analisis menggunakan

analisis faktor melalui *software* IBM SPSS 25 untuk mengetahui nilai korelasi Pearson. Adapun hasil pengujian validitas instrumen pengukur variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah sebagai berikut:

A. Hasil Uji validitas instrumen Pengukur Variabel Lokasi

Hasil analisis nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel lokasi terdapat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Lokasi Melalui *Software* IBM SPSS 25

Correlations					
		X1.1 Lokasi FreeKick Futsal Mudah Dijangkau	X1.2 Lokasi FreeKick Futsal Nyaman	X1.3 Tersedia Area Parkir yang Memadai di FreeKick Futsal	X1 Lokasi
X1.1 Lokasi FreeKick Futsal Mudah Dijangkau	Pearson Correlation	1	,460*	,348	,753**
	Sig. (2-tailed)		,011	,059	,000
	N	30	30	30	30
X1.2 Lokasi FreeKick Futsal Nyaman	Pearson Correlation	,460*	1	,411*	,784**
	Sig. (2-tailed)	,011		,024	,000
	N	30	30	30	30
X1.3 Tersedia Area Parkir yang Memadai di FreeKick Futsal	Pearson Correlation	,348	,411*	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,059	,024		,000
	N	30	30	30	30
X1 Lokasi	Pearson Correlation	,753**	,784**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel lokasi yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau, lokasi FreeKick Futsal nyaman, dan

tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal adalah 0,753; 0,784; dan 0,792.

Sementara itu, hasil pengujian validitas instrumen pengukur variabel lokasi yang dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson (r hitung) dengan 0,30 (nilai r standar validitas) terdapat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Lokasi

Variabel	Instrumen Pengukur Variabel	r Hitung	r Standar Validitas	Hasil Pengujian
X ₁ (Lokasi)	X _{1.1}	0,753	0,30	Valid
	X _{1.2}	0,784	0,30	Valid
	X _{1.3}	0,792	0,30	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa nilai r hitung setiap instrumen pengukur variabel lokasi lebih dari nilai r standar validitas. Dengan demikian, instrumen pengukur variabel lokasi tersebut dinyatakan valid sehingga mampu mengukur variabel lokasi dengan baik.

B. Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Fasilitas

Analisis nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel fasilitas juga dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25. Yang mana hasil analisisnya terdapat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Fasilitas Melalui *Software* IBM SPSS 25

Correlations					
		X2.1 Fasilitas di FreeKick Futsal Lengkap	X2.2 Fasilitas di FreeKick Futsal Berfungsi dengan Baik	X2.3 Toilet di FreeKick Futsal Bersih	X2 Fasilitas
X2.1 Fasilitas di FreeKick Futsal Lengkap	Pearson Correlation	1	,004	,271	,645**
	Sig. (2-tailed)		,983	,147	,000
	N	30	30	30	30
X2.2 Fasilitas di FreeKick Futsal Berfungsi dengan Baik	Pearson Correlation	,004	1	,000	,524**
	Sig. (2-tailed)	,983		1,000	,003
	N	30	30	30	30
X2.3 Toilet di FreeKick Futsal Bersih	Pearson Correlation	,271	,000	1	,711**
	Sig. (2-tailed)	,147	1,000		,000
	N	30	30	30	30
X2 Fasilitas	Pearson Correlation	,645**	,524**	,711**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel fasilitas yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu fasilitas di FreeKick Futsal lengkap, fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik, dan toilet di FreeKick Futsal bersih adalah 0,645; 0,524; dan 0,711.

Sementara itu, hasil pengujian validitas instrumen pengukur variabel fasilitas yang dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi pearson (r hitung) dengan 0,30 (nilai r standar validitas) terdapat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Fasilitas

Variabel	Instrumen Penelitian	r Hitung	r Standar validitas	Hasil Pengujian
X ₂ Fasilitas	X _{2,1}	0,645	0,30	Valid
	X _{2,2}	0,524	0,30	Valid
	X _{2,3}	0,711	0,30	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai r hitung setiap instrumen pengukur variabel fasilitas lebih dari nilai r standar validitas. Dengan demikian, instrumen pengukur variabel fasilitas tersebut dinyatakan valid sehingga mampu mengukur variabel fasilitas dengan baik.

C. Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Tarif

Analisis nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel tarif yang juga dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 menghasilkan nilai korelasi Pearson sebagaimana terdapat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10 Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Tarif Melalui *Software* IBM SPSS 25

		Correlations			
		X3.1 Tarif yang Ditawarkan Sebanding dengan Fasilitas yang Disediakan	X3.2 Tarif yang Ditawarkan Terjangkau	X3.3 Tarif yang Ditawarkan Dapat Bersaing dengan Tarif yang Ditawarkan pada Usaha Sejenis	X3 Tarif
X3.1 Tarif yang Ditawarkan Sebanding dengan Fasilitas yang Disediakan	Pearson Correlation	1	,626**	,273	,835**
	Sig. (2-tailed)		,000	,145	,000
	N	30	30	30	30
X3.2 Tarif yang Ditawarkan Terjangkau	Pearson Correlation	,626**	1	,069	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000		,716	,000
	N	30	30	30	30
X3.3 Tarif yang Ditawarkan Dapat Bersaing dengan Tarif yang Ditawarkan pada Usaha Sejenis	Pearson Correlation	,273	,069	1	,659**
	Sig. (2-tailed)	,145	,716		,000
	N	30	30	30	30
X3 Tarif	Pearson Correlation	,835**	,723**	,659**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel tarif yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan, tarif yang

ditawarkan terjangkau, dan tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis adalah 0,834; 0,723; dan 0,659.

Sementara itu, hasil pengujian validitas instrumen pengukur variabel tarif yang dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson (r hitung) dengan 0,30 (nilai r standar validitas) terdapat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Tarif

Variabel	Instrumen Penelitian	r Hitung	r Standar validitas	Hasil Pengujian
X ₃ Tarif	X _{3.1}	0,834	0,30	Valid
	X _{3.2}	0,723	0,30	Valid
	X _{3.3}	0,659	0,30	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai r hitung setiap instrumen pengukur variabel tarif lebih dari nilai r standar validitas. Dengan demikian, instrumen pengukur variabel tarif tersebut dinyatakan valid sehingga mampu mengukur variabel tarif dengan baik.

D. Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Analisis nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang juga dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 menghasilkan nilai korelasi Pearson sebagaimana terdapat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12 Hasil Analisis Nilai Korelasi Pearson Instrumen Pengukur Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui Software IBM SPSS 25

Correlations					
		Y1.1 Saya Yakin Memilih FreeKick Futsal	Y1.2 Saya Sering Menggunakan FreeKick Futsal	Y1.3 Saya Menyarankan Rekan Saya untuk Menggunakan FreeKick Futsal	Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal
Y1.1 Saya Yakin Memilih FreeKick Futsal	Pearson Correlation	1	-,193	,019	,462*
	Sig. (2-tailed)		,307	,919	,010
	N	30	30	30	30
Y1.2 Saya Sering Menggunakan FreeKick Futsal	Pearson Correlation	-,193	1	-,017	,549**
	Sig. (2-tailed)	,307		,930	,002
	N	30	30	30	30
Y1.3 Saya Menyarankan Rekan Saya untuk Menggunakan FreeKick Futsal	Pearson Correlation	,019	-,017	1	,604**
	Sig. (2-tailed)	,919	,930		,000
	N	30	30	30	30
Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	Pearson Correlation	,462*	,549**	,604**	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,002	,000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa nilai korelasi Pearson instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu saya yakin memilih FreeKick Futsal, saya sering menggunakan FreeKick Futsal, dan saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal adalah 0,462; 0,549; dan 0,604.

Sementara itu, hasil pengujian validitas instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson (r hitung) dengan 0,30 (nilai r standar validitas) terdapat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen Pengukur Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Variabel	Instrumen Penelitian	r Hitung	r Standar Validitas	Hasil Pengujian
Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	Y _{1.1}	0,462	0,30	Valid
	Y _{1.2}	0,549	0,30	Valid
	Y _{1.3}	0,604	0,30	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa nilai r hitung setiap instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal lebih dari nilai r standar validitas. Dengan demikian, instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal tersebut dinyatakan valid sehingga mampu mengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dengan baik.

4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Setelah mencoba instrumen sekali saja pada 30 responden. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis melalui *software* IBM SPSS 25 untuk mengetahui nilai Alpha Cronbach. Adapun hasil analisis nilai Alpha Cronbach instrumen pengukur variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Hasil Analisis Nilai Alpha Cronbach Instrumen Pengukur Variabel Lokasi, Fasilitas, Tarif, dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui Software IBM SPSS 25

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1 Lokasi FreeKick Futsal Mudah Dijangkau	39,93	16,271	,613	,622
X1.2 Lokasi FreeKick Futsal Nyaman	39,93	16,133	,641	,618
X1.3 Tersedia Area Parkir yang Memadai di FreeKick Futsal	40,37	15,826	,541	,624
X2.1 Fasilitas di FreeKick Futsal Lengkap	40,03	16,171	,565	,625
X2.2 Fasilitas di FreeKick Futsal Berfungsi dengan Baik	40,63	20,861	-,203	,736
X2.3 Toilet di FreeKick Futsal Bersih	40,90	17,748	,207	,681
X3.1 Tarif yang Ditawarkan Sebanding dengan Fasilitas yang Disediakan	40,43	15,771	,453	,637
X3.2 Tarif yang Ditawarkan Terjangkau	40,27	15,857	,476	,634
X3.3 Tarif yang Ditawarkan Dapat Bersaing dengan Tarif yang Ditawarkan pada Usaha Sejenis	40,27	17,030	,197	,693
Y1.1 Saya Yakin Memilih FreeKick Futsal	39,83	18,075	,324	,663
Y1.2 Saya Sering Menggunakan FreeKick Futsal	40,30	20,631	-,173	,724
Y1.3 Saya Menyarankan Rekan Saya untuk Menggunakan FreeKick Futsal	40,00	17,379	,449	,648

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach instrumen pengukur variabel lokasi yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau, lokasi FreeKick Futsal nyaman, dan

tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal adalah 0,622; 0,618; dan 0,624. Nilai Alpha Cronbach instrumen pengukur variabel fasilitas yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu fasilitas di FreeKick Futsal lengkap, fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik, dan toilet di FreeKick Futsal bersih adalah 0,625; 0,736; dan 0,681. Nilai Alpha Cronbach instrumen pengukur variabel tarif yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan, tarif yang ditawarkan terjangkau, dan tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis adalah 0,637; 0,634; dan 0,693. Nilai Alpha Cronbach instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang terdiri dari tiga pernyataan yaitu saya yakin memilih FreeKick Futsal, saya sering menggunakan FreeKick Futsal, dan saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal adalah 0,663; 0,724; dan 0,648.

Sementara itu, hasil pengujian reliabilitas instrumen pengukur variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal yang dilakukan dengan membandingkan nilai Alpha Cronbach dengan 0,60 (nilai standar reliabilitas) terdapat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pengukur Variabel Lokasi, Fasilitas, Tarif, dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Variabel	Instrumen Penelitian	Nilai Alpha Cronbach	Nilai Standar Reliabilitas	Hasil Pengujian
X ₁ Lokasi	X _{1.1}	0,622	0,60	Reliabel
	X _{1.2}	0,618	0,60	Reliabel
	X _{1.3}	0,624	0,60	Reliabel
X ₂ Fasilitas	X _{2.1}	0,625	0,60	Reliabel
	X _{2.2}	0,736	0,60	Reliabel
	X _{2.3}	0,681	0,60	Reliabel
X ₃ Tarif	X _{3.1}	0,637	0,60	Reliabel
	X _{3.2}	0,634	0,60	Reliabel
	X _{3.3}	0,693	0,60	Reliabel
Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	Y _{1.1}	0,663	0,60	Reliabel
	Y _{1.2}	0,724	0,60	Reliabel
	Y _{1.3}	0,648	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach setiap instrumen pengukur variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa lapangan futsal lebih dari nilai standar reliabilitas. Dengan demikian, instrumen pengukur variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan beberapa kali untuk mengukur variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Variabel Lokasi (X₁)

Hasil penelitian variabel lokasi melalui tiga instrumen pengukur yang meliputi: 1) lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau, 2) lokasi FreeKick Futsal nyaman, dan 3) tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal adalah sebagai berikut:

A. Lokasi FreeKick Futsal Mudah Dijangkau

Penelitian terhadap variabel lokasi melalui instrumen pengukur “Lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau” diperoleh hasil penelitian sebagaimana terdapat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal Mudah Dijangkau”

Lokasi							
Lokasi FreeKick Futsal Mudah Dijangkau							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	1	2	12	16	9	40	Setuju
Skor	1	4	36	64	45	150	
Rata-Rata						3,75	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa 1 responden atau 2,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 2 responden atau 5% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 12 responden atau 30% dari keseluruhan responden menyatakan cukup setuju, 16 responden atau 40% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 9 responden atau 22,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau”.

Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,75 yaitu berada pada interval skala 3,41-4,20 yang mengindikasikan bahwa responden setuju terhadap pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau”.

B. Lokasi FreeKick Futsal Nyaman

Penelitian terhadap variabel lokasi melalui instrumen pengukur “Lokasi FreeKick Futsal nyaman” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal Nyaman”

Lokasi							
Lokasi FreeKick Futsal nyaman							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah		4	14	14	8	40	Setuju
Skor		8	42	56	40	146	
Rata-Rata						3,65	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa 4 responden atau 10% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 14 responden atau 35% dari keseluruhan responden menyatakan cukup setuju, 14 responden atau 35% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 8 responden atau 20% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal nyaman”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,65 yaitu berada pada interval skala 3,41-4,20 sehingga mengindikasikan bahwa responden setuju terhadap pernyataan “Lokasi FreeKick Futsal nyaman”.

C. Tersedia Area Parkir yang Memadai di FreeKick Futsal

Penelitian terhadap variabel lokasi melalui instrumen pengukur “Tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.18 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tersedia Area Parkir Yang Memadai di FreeKick Futsal”

Lokasi							
Tersedia Area Parkir yang Memadai di FreeKick Futsal							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah			11	16	13	40	Setuju
Skor			33	64	65	162	
Rata-Rata						4,05	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa 11 responden atau 27,5% dari keseluruhan responden menyatakan cukup setuju, 16 responden atau 40% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 13 responden atau 32,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,05 yaitu berada pada interval skala 3,41-4,20 yang mengindikasikan bahwa responden setuju terhadap pernyataan “Tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal”.

4.4.2 Variabel Fasilitas (X_2)

Hasil penelitian variabel fasilitas melalui tiga instrumen pengukur yang meliputi: 1) fasilitas di FreeKick Futsal lengkap, 2) fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik, dan 3) toilet di FreeKick Futsal bersih adalah sebagai berikut:

A. Fasilitas di FreeKick Futsal Lengkap

Penelitian terhadap variabel fasilitas melalui instrumen pengukur “Fasilitas di FreeKick Futsal lengkap” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.19 berikut:

Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Fasilitas di FreeKick Futsal Lengkap”

Fasilitas							
Fasilitas di FreeKick Futsal Lengkap							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	1	7	18	9	5	40	Cukup Setuju
Skor	1	14	54	36	25	130	
Rata-Rata						3,25	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa 1 responden atau 2,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden atau 17,5% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 18 responden atau 25% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 9 responden atau 22,5% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 5 responden atau 12,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Fasilitas di FreeKick

Futsal lengkap”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,25 yaitu berada pada interval skala 2,61-3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Fasilitas di FreeKick Futsal lengkap”.

B. Fasilitas di FreeKick Futsal Berfungsi dengan Baik

Penelitian terhadap variabel lokasi melalui instrumen pengukur “Fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.20 berikut:

Tabel 4.20 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Fasilitas di FreeKick Futsal Berfungsi dengan Baik”

Fasilitas							
Fasilitas di FreeKick Futsal Berfungsi dengan Baik							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	2	8	14	9	7	40	Cukup Setuju
Skor	2	16	42	36	35	131	
Rata-Rata						3,27	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa 2 responden atau 5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 8 responden atau 20% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 14 responden atau 35% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 9 responden atau 22,5% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 7 responden atau 17,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi

dengan baik”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,27 yaitu berada pada interval skala 2,61-3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik”.

C. Toilet di FreeKick Futsal Bersih

Penelitian terhadap variabel fasilitas melalui instrumen pengukur “Toilet di FreeKick Futsal bersih” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.21 berikut:

Tabel 4.21 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Toilet di FreeKick Futsal Bersih”

Fasilitas							
Toilet di FreeKick Futsal Bersih							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	3	11	14	7	5	40	Cukup Setuju
Skor	3	22	42	28	25	120	
Rata-Rata						3,00	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa 3 responden atau 7,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 11 responden atau 27,5% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 14 responden atau 35% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 7 responden atau 17,5% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 5 responden atau 12,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Toilet di FreeKick Futsal bersih”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,00 yaitu berada pada

interval skala 2,61-3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Toilet di FreeKick Futsal bersih”.

4.4.3 Variabel Tarif (X_3)

Hasil penelitian variabel tarif melalui tiga instrumen pengukur yang meliputi: 1) tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan, 2) tarif yang ditawarkan terjangkau, dan 3) tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis adalah sebagai berikut:

A. Tarif yang Ditawarkan Sebanding dengan Fasilitas yang Disedikan

Penelitian terhadap variabel tarif melalui instrumen pengukur “Tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.22 berikut:

Tabel 4.22 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tarif Yang Ditawarkan Sebanding Dengan Fasilitas yang Disediakan”

Tarif							
Tarif yang Ditawarkan Sebanding dengan Fasilitas yang Disediakan							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	5	6	17	6	6	40	Cukup Setuju
Skor	5	12	51	24	30	122	
Rata-Rata						3,05	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa 5 responden atau 12,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden atau 15% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 17 responden

atau 42,5% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 6 responden atau 15% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 6 responden atau 15% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan”. Sehingga nilai rata-rata sebesar 3,05 yaitu berada pada interval skala 2,61-3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan”.

B. Tarif yang Ditawarkan Terjangkau

Penelitian terhadap variabel tarif melalui instrumen pengukur “Tarif yang ditawarkan terjangkau” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.23 berikut:

Tabel 4.23 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tarif yang Ditawarkan Terjangkau”

Tarif							
Tarif yang Ditawarkan Terjangkau							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	4	4	16	9	7	40	Cukup Setuju
Skor	4	8	48	36	35	131	
Rata-Rata						3,27	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa 4 responden atau 10% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 4 responden atau 10% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 16 responden atau 40% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 9

responden atau 22,5% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 7 responden atau 17,5 % dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Tarif yang ditawarkan terjangkau”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,27 yaitu berada pada interval skala 2,61-3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Tarif yang ditawarkan terjangkau”.

C. Tarif yang Ditawarkan Dapat Bersaing dengan Tarif yang Ditawarkan pada Usaha Sejenis

Penelitian terhadap variabel tarif melalui instrumen pengukur “Tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.24 berikut:

Tabel 4.24 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Tarif yang Ditawarkan Dapat Bersaing dengan Tarif yang Ditawarkan pada Usaha Sejenis”

Tarif							
Tarif yang Ditawarkan Dapat Bersaing dengan Tarif yang Ditawarkan pada Usaha Sejenis							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	3	9	13	11	4	40	Cukup Setuju
Skor	3	18	39	44	20	124	
Rata-Rata						3,10	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa 3 responden atau 7,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 9 responden atau 22,5% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 13 responden atau 32,5% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup

setuju, 11 responden atau 27,5% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 4 responden atau 10% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju setuju terhadap pernyataan “Tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,10 yaitu berada pada interval skala 2,61 – 3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis”.

4.4.4 Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Y)

Hasil penelitian variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui tiga instrumen pengukur yang meliputi: 1) responden yakin memilih FreeKick Futsal, 2) responden sering menggunakan FreeKick Futsal, dan 3) responden menyarankan rekannya untuk menggunakan FreeKick Futsal adalah sebagai berikut:

A. Responden Yakin Memilih FreeKick Futsal

Penelitian terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui instrumen pengukur “Saya yakin memilih FreeKick Futsal” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.25 berikut:

Tabel 4.25 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Saya Yakin Memilih FreeKick Futsal”

Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal							
Saya Yakin Memilih FreeKick Futsal							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	1	6	21	8	4	40	Cukup Setuju
Skor	1	12	63	32	20	128	
Rata-Rata						3,20	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa 1 responden atau 2,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden atau 15% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 21 responden atau 52,5% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 8 responden atau 20% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 4 responden atau 10% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Saya yakin memilih FreeKick Futsal”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,20 yaitu berada pada interval skala 2,61-3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Saya yakin memilih FreeKick Futsal”.

B. Responden Sering Menggunakan FreeKick Futsal

Penelitian terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui instrumen pengukur “Saya sering menggunakan FreeKick Futsal” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.26 berikut:

Tabel 4.26 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Saya Sering Menggunakan FreeKick Futsal”

Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal							
Saya Sering Menggunakan FreeKick Futsal							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jumlah	1	7	17	9	6	40	Cukup Setuju
Skor	1	14	51	36	30	132	
Rata-Rata						3,30	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa 1 responden atau 2,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden atau 17,5% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 17 responden atau 42,5% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 9 responden atau 22,5% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 6 responden atau 15% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Saya sering menggunakan FreeKick Futsal”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,30 yaitu berada pada inerval skala 2,61-3,40 yang mengindikasikan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan “Saya sering menggunakan FreeKick Futsal”.

C. Responden Menyarankan Rekannya untuk Menggunakan FreeKick Futsal

Penelitian terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui instrumen pengukur “Saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick

Futsal” diperoleh hasil penelitian berupa tanggapan responden sebagaimana terdapat pada tabel 4.27 berikut:

Tabel 4.27 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan “Saya Menyarankan Rekan Saya untuk Menggunakan FreeKick Futsal”

Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal							
Saya Menyarankan Rekan Saya untuk Menggunakan FreeKick Futsal							
Skala	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	Σ	Hasil Analisis
Jmlah		6	16	11	7	40	Setuju
Skor		12	48	44	35	139	
Rata-Rata						3,50	

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.27 diketahui bahwa 6 responden atau 15% dari keseluruhan responden menyatakan tidak setuju, 16 responden atau 40% dari keseluruhan konsumen menyatakan cukup setuju, 11 responden atau 27,5% dari keseluruhan responden menyatakan setuju, dan 7 responden atau 17,5% dari keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal”. Sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,47 yaitu berada pada interval skala 3,4 - 4,20 yang mengindikasikan bahwa responden setuju terhadap pernyataan “Saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal”.

4.5 Analisis dan Pembahasan

4.5.1 Analisis

A. Uji Normalitas

Sebelum melakukan pengujian normalitas terlebih dulu dilakukan analisis nilai Sig.(2-tailed) Shapiro-Wilk variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui *software* IBM SPSS 25. Yang mana hasil analisis nilai Sig.(2-tailed) Shapiro-Wilk tersebut terdapat pada tabel 4.28 berikut:

Tabel 4.28 Hasil Analisis Nilai Sig.(2-tailed) Shapiro-Wilk Variabel Lokasi, Fasilitas, Tarif, dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1 Lokasi	,124	40	,124	,956	40	,123
X2 Fasilitas	,152	40	,021	,950	40	,076
X3 Tarif	,130	40	,088	,952	40	,090
Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	,155	40	,016	,948	40	,064

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan tabel 4.28 diketahui bahwa nilai Sig.(2-tailed) Shapiro-Wilk variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah 0,123; 0,076; 0,090; dan 0,064.

Sementara itu, uji normalitas variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dilakukan dengan membandingkan nilai Sig.(2-tailed) Shapiro-Wilk

dengan nilai standar normalitas (0,05). Adapun hasil pengujian normalitas variabel lokasi, fasilitas, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal terdapat pada tabel 4.29 berikut:

Tabel 4.29 Hasil Uji Normalitas Variabel Lokasi, Fasilitas, Tarif dan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Variabel	Nilai Sig. (2-tiled)	Nilai Standar Normalitas	Hasil Pengujian
X ₁ Lokasi	0,123	0,05	Data berdistribusi normal
X ₂ Fasilitas	0,076	0,05	Data berdistribusi normal
X ₃ Tarif	0,090	0,05	Data berdistribusi normal
Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal	0,064	0,05	Data berdistribusi normal

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.29 diketahui bahwa nilai Sig. (2-tiled) setiap variabel yang diteliti lebih dari nilai standar normalitas. Dengan demikian, variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah berdistribusi normal.

B. Uji Multikolinearitas

Sebelum melakukan pengujian multikolinearitas terlebih dulu dilakukan analisis nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui *software* IBM SPSS 25. Yang mana

hasil analisis nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) tersebut terdapat pada tabel 4.30 berikut:

Tabel 4.30 Hasil Analisis Nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif Melalui *Software IBM SPSS 25*

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,518	1,170		,443	,661		
	X1 Lokasi	,306	,135	,267	2,263	,030	,550	1,819
	X2 Fasilitas	,315	,137	,325	2,294	,028	,382	2,618
	X3 Tarif	,314	,100	,387	3,160	,003	,510	1,959

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.30 diketahui bahwa nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) variabel lokasi, fasilitas, tarif, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah 1,819; 2,618; dan 1,959.

Sementara itu, uji multikolinearitas variabel lokasi, fasilitas, dan tarif dilakukan dengan membandingkan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) dengan nilai standar multikolinearitas (10). Adapun hasil pengujian multikolinearitas variabel lokasi, fasilitas, dan tarif terdapat pada tabel 4.31 berikut:

Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif

Variabel	Nilai VIF	Nilai Standar Multikolinearitas	Hasil Pengujian
X ₁ Lokasi	1,819	10	Data bebas multikolinearitas
X ₂ Fasilitas	2,618	10	Data bebas multikolinearitas
X ₃ Tarif	1,959	10	Data bebas multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.31 diketahui bahwa nilai VIF setiap variabel yang diteliti kurang dari nilai standar multikolinearitas. Dengan demikian,

diketahui bahwa tidak terjadi adanya korelasi yang signifikan antara variabel lokasi, fasilitas, dan tarif pada model regresi yang akan digunakan.

C. Uji Heteroskedastisitas

Sebelum melakukan pengujian heteroskedastisitas terlebih dulu dilakukan analisis nilai signifikansi (Sig.) variabel lokasi, asilitas, dan tarif melalui *software* IBM SPSS 25. Yang mana hasil analisis nilai signifikansi (Sig.) tersebut terdapat pada tabel 4.32 berikut:

Tabel 4.32 Hasil Analisis Nilai Signifikansi (Sig.) Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif Melalui *Software* IBM SPSS 25

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,020	,704		1,449	,156		
	X1 Lokasi	,116	,081	,302	1,429	,162	,550	1,819
	X2 Fasilitas	-,060	,083	-,185	-,729	,471	,382	2,618
	X3 Tarif	-,077	,060	-,282	-1,285	,207	,510	1,959

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui bahwa nilai Sig. variabel lokasi, fasilitas, dan tarif adalah 0,162; 0,471; dan 0,207.

Sementara itu, uji heteroskedastisitas variabel lokasi, fasilitas, dan tarif dilakukan dengan membandingkan nilai Sig. dengan nilai standar normalitas (0,05). Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas variabel lokasi, fasilitas, dan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal terdapat pada tabel 4.33 berikut:

Tabel 4.33 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif

Variabel	Nilai Sig. (2-tailed)	Nilai Standar Normalitas	Hasil Pengujian
X ₁ Lokasi	0,162	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X ₂ Fasilitas	0,471	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X ₃ Tarif	0,207	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.33 diketahui bahwa nilai Sig. setiap variabel yang diteliti lebih dari nilai standar heteroskedastisitas. Dengan demikian, diketahui bahwa tidak terjadi ketidaksamaan varian variabel lokasi, fasilitas dan tarif pada model regresi yang akan digunakan.

D. Analisis Regresi Linier Sederhana

1. Analisis Regresi Linier Sederhana terhadap Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal dengan Variabel Lokasi sebagai Variabel Independen

Untuk mengetahui kenaikan dan penurunan nilai pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui kenaikan atau penurunan nilai pada variabel lokasi maka dilakukan analisis nilai konstanta dan nilai koefisien regresi melalui *software* IBM SPSS 25 yang mana terdapat pada tabel 4.34 berikut:

Tabel 4.34 Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Lokasi sebagai Variabel Independen Melalui Software IBM SPSS 25

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,068	1,580		,676	,503
	X1 Lokasi	,780	,136	,682	5,747	,000

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.34 diketahui bahwa hasil analisis nilai konstanta adalah 1,068 sedangkan hasil analisis nilai koefisien regresi variabel lokasi adalah 0,780 sehingga persamaan regresi linier sederhananya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,068 + 0,780 X_1$$

Sumber: Data diolah (2022)

Mengacu pada persamaan regresi di atas diketahui bahwa apabila tidak terdapat variabel lokasi maka keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah senilai 1,068. Namun, apabila terjadi kenaikan atau penurunan 1 satuan pada variabel lokasi mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,780 satuan. Dengan demikian, terindikasi bahwa terdapat pengaruh yang diakibatkan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana terhadap Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal dengan Variabel Fasilitas sebagai Variabel Independen

Untuk mengetahui kenaikan dan penurunan nilai pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui kenaikan atau penurunan nilai pada variabel fasilitas maka dilakukan analisis nilai konstanta dan nilai koefisien regresi melalui *software* IBM SPSS 25 yang mana terdapat pada tabel 4.35 berikut:

Tabel 4.35 Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Fasilitas sebagai Variabel Independen Melalui *Software* IBM SPSS 25

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,830	,986		2,869	,007
	X2 Fasilitas	,750	,100	,773	7,523	,000

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.35 diketahui bahwa hasil analisis nilai konstanta adalah 2,830 sedangkan hasil analisis nilai koefisien regresi variabel fasilitas adalah 0,750 sehingga persamaan regresi linier sederhananya adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,830 + 0,750 X_2$$

Sumber: Data diolah (2022)

Mengacu pada persamaan regresi di atas diketahui bahwa apabila tidak terdapat variabel fasilitas maka keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah senilai 2,830.

Namun, apabila terjadi kenaikan atau penurunan 1 satuan pada variabel fasilitas mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,750 satuan. Dengan demikian, terindikasi bahwa terdapat pengaruh yang diakibatkan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana terhadap Variabel Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal dengan Variabel Fasilitas sebagai Variabel Independen

Untuk mengetahui kenaikan dan penurunan nilai pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui kenaikan atau penurunan nilai pada variabel tarif maka dilakukan analisis nilai konstanta dan nilai koefisien regresi melalui *software* IBM SPSS 25 yang mana terdapat pada tabel 4.36 berikut:

Tabel 4.36 Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Tarif sebagai Variabel Independen Melalui *Software* IBM SPSS 25

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,233	,867		4,882	,000
	X3 Tarif	,609	,087	,750	6,992	,000

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.36 diketahui bahwa hasil analisis nilai konstanta adalah 4,233 sedangkan hasil analisis nilai koefisien regresi variabel tarif

adalah 0,609 sehingga persamaan regresi linier sederhananya adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,233 + 0,609 X_3$$

Sumber: Data diolah (2022)

Mengacu pada persamaan regresi di atas diketahui bahwa apabila tidak terdapat variabel tarif maka keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah senilai 4,233. Namun, apabila terjadi kenaikan atau penurunan 1 satuan pada variabel tarif mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,609 satuan. Dengan demikian, terindikasi bahwa terdapat pengaruh yang diakibatkan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

E. Analisis Regresi Linier Ganda

Untuk mengetahui kenaikan dan penurunan nilai pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal melalui kenaikan atau penurunan nilai pada variabel lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan maka dilakukan analisis nilai konstanta dan nilai koefisien regresi melalui *software* IBM SPSS 25 yang mana terdapat pada tabel 4.37 berikut:

Tabel 4.37 Analisis Nilai Konstanta dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Lokasi, Fasilitas, dan Tarif sebagai Variabel Independen Melalui *Software* IBM SPSS 25

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,518	1,170		,443	,661		
	X1 Lokasi	,306	,135	,267	2,263	,030	,550	1,819
	X2 Fasilitas	,315	,137	,325	2,294	,028	,382	2,618
	X3 Tarif	,314	,100	,387	3,160	,003	,510	1,959

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.37 diketahui bahwa hasil analisis nilai konstanta adalah 0,518 sedangkan hasil analisis nilai koefisien regresi variabel lokasi, variabel fasilitas, dan variabel tarif adalah 0,306; 0,315; dan 0,314 sehingga persamaan regresi linier gandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,518 + 0,306X_1 + 0,315X_2 + 0,314X_3$$

Sumber: Data diolah (2022)

Mengacu pada persamaan regresi di atas diketahui bahwa apabila tidak terdapat variabel lokasi, fasilitas, dan tarif maka keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah senilai 0,518. Namun, apabila terjadi kenaikan atau penurunan 1 satuan pada variabel lokasi mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,306 satuan. Kenaikan atau penurunan 1 satuan pada variabel fasilitas mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,315 satuan. Dan kenaikan atau penurunan 1

satuan pada variabel tarif mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,315 satuan. Serta kenaikan atau penurunan 1 satuan pada variabel lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,935 satuan. Dengan demikian, terindikasi bahwa terdapat pengaruh yang diakibatkan lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

F. Analisis Korelasi (r)

1. Analisis Korelasi Lokasi dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Hasil analisis nilai korelasi lokasi dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.38 berikut:

Tabel 4.38 Hasil Analisis Nilai Korelasi Lokasi dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,682 ^a	,465	,451	1,946
a. Predictors: (Constant), X1 Lokasi				

Berdasarkan tabel 4.38 diketahui bahwa hasil analisis nilai korelasi lokasi dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal atau nilai r hitung adalah 0,682. Yang mana nilai r hitung tersebut berada di interval skala 0,60 - 0,799 sehingga termasuk pada tingkat korelasi kuat.

2. Analisis Korelasi Fasilitas dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Hasil analisis nilai korelasi fasilitas dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang juga dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.39 berikut:

Tabel 4.39 Hasil Analisis Nilai Korelasi Fasilitas dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,773 ^a	,598	,588	1,686
a. Predictors: (Constant), X2 Fasilitas				

Berdasarkan tabel 4.39 diketahui bahwa hasil analisis nilai korelasi fasilitas dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal atau nilai r hitung adalah 0,773. Yang mana nilai r hitung tersebut berada di interval skala 0,60 - 0,799 sehingga termasuk pada tingkat korelasi kuat.

3. Analisis Korelasi Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Hasil analisis nilai korelasi tarif dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang juga dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.40 berikut:

Tabel 4.40 Hasil Analisis Nilai Korelasi Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,563	,551	1,759
a. Predictors: (Constant), X3 Tarif				

Berdasarkan tabel 4.40 diketahui bahwa hasil analisis nilai korelasi tarif dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal atau nilai r hitung adalah 0,750. Yang mana nilai r hitung tersebut berada di interval skala 0,60 - 0,799 sehingga termasuk pada tingkat korelasi kuat.

4. Analisis Korelasi Lokasi, Fasilitas, dan Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Hasil analisis nilai korelasi lokasi, fasilitas, dan tarif dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang juga dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.41 berikut:

Tabel 4.41 Hasil Analisis Nilai Korelasi Lokasi, Fasilitas, dan Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui Software IBM SPSS 25

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,851 ^a	,724	,701	1,436

a. Predictors: (Constant), X3 Tarif, X1 Lokasi, X2 Fasilitas

Berdasarkan tabel 4.41 diketahui bahwa hasil analisis nilai korelasi lokasi, fasilitas, dan tarif dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal atau nilai r hitung adalah 0,851. Yang mana nilai r hitung tersebut berada di interval skala 0,80 - 1,000 sehingga termasuk pada tingkat korelasi sangat kuat.

G. Uji t

1. Uji t Korelasi Lokasi dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Hasil analisis nilai $Sig.t$ korelasi lokasi dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.42 berikut:

Tabel 4.42 Hasil Analisis Nilai *Sig.t* Korelasi Lokasi dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,068	1,580		,676	,503
	X1 Lokasi	,780	,136	,682	5,747	,000

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.42 diketahui bahwa hasil analisis nilai *Sig.t* korelasi lokasi dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah 0,000. Yang mana nilai *Sig.t* kurang dari 0,05 sehingga mengindikasikan adanya korelasi sebab akibat yang signifikan antara variabel lokasi dengan variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

2. Uji *t* Korelasi Fasilitas dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Hasil analisis nilai *Sig.t* korelasi fasilitas dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.43 berikut:

Tabel 4.43 Hasil Analisis Nilai *Sig.t* Korelasi Fasilitas dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,830	,986		2,869	,007
	X2 Fasilitas	,750	,100	,773	7,523	,000

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.43 diketahui bahwa hasil analisis nilai *Sig.t* korelasi fasilitas dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah 0,000. Yang mana nilai *Sig.t* kurang dari 0,05 sehingga mengindikasikan adanya korelasi sebab akibat yang signifikan antara variabel fasilitas dengan variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

3. Uji *t* Korelasi Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Hasil analisis nilai *Sig.t* korelasi tarif dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.44 berikut:

Tabel 4.44 Hasil Analisis Nilai *Sig.t* Korelasi Tarif dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,233	,867		4,882	,000
	X3 Tarif	,609	,087	,750	6,992	,000

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

Berdasarkan tabel 4.44 diketahui bahwa hasil analisis nilai *Sig.t* korelasi tarif dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah 0,000. Yang mana nilai *Sig.t* kurang dari 0,05 sehingga mengindikasikan adanya korelasi sebab akibat yang signifikan antara variabel tarif dengan variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

H. Uji *F*

Hasil analisis nilai *Sig.F* korelasi lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang dilakukan melalui *software* IBM SPSS 25 terdapat pada tabel 4.45 berikut:

Tabel 4.45 Hasil Analisis Nilai *Sig.F* Korelasi Lokasi, Fasilitas, dan Tarif Secara Simultan dengan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Melalui *Software* IBM SPSS 25

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194,755	3	64,918	31,488	,000 ^b
	Residual	74,220	36	2,062		
	Total	268,975	39			

a. Dependent Variable: Y Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

b. Predictors: (Constant), X3 Tarif, X1 Lokasi, X2 Fasilitas

Berdasarkan tabel 4.45 diketahui bahwa hasil analisis nilai *Sig.F* korelasi lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah 0,000. Yang mana nilai *Sig.F* kurang dari 0,05 sehingga mengindikasikan adanya korelasi sebab akibat yang signifikan antara variabel lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan dengan variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

4.5.2 Pembahasan

A. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal pada FreeKick Futsal

Lokasi adalah tempat dimana suatu jasa ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen jasa (Andayani 2014:41) sedangkan keputusan konsumen FreeKick Futsal dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah pemecahan masalah yang dilakukan konsumen

FreeKick Futsal dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhannya akan jasa penyewaan lapangan futsal dimana konsumen menjalani tahap prapembelian, pembelian dan konsumsi, serta evaluasi purnabeli (mengacu pada pendapat Rossanty, dkk 2018:17 dipadukan dengan Tjiptono 2019:58). Dalam *model of buyer behaviour* yang dikemukakan Kotler dan Armstrong, lokasi merupakan *marketing stimuli* yang menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel lokasi yang diukur dengan tiga instrumen pengukur yang berupa pernyataan yaitu lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau, lokasi FreeKick Futsal nyaman, dan tersedia area parkir yang memadai secara keseluruhan disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,75; 3,65; dan 4,05. Namun variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang diukur dengan tiga instrumen pengukur variabel yaitu saya yakin memilih FreeKick Futsal dan saya sering menggunakan FreeKick Futsal masing-masing cukup disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,20 dan 3,30 sedangkan satu instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yaitu saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal adalah disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,50. Sementara itu, hasil analisis regresi linier sederhana dan uji *t* mengindikasikan bahwa terdapat kenaikan dan penurunan

signifikan yang diakibatkan variabel lokasi terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yaitu sebesar 0,780 dengan nilai *Sig.t* 0,000. Yang mana implikasi dari kenaikan dan penurunan signifikan yang diakibatkan variabel lokasi terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah apabila terjadi peningkatan pada variabel lokasi maka mengakibatkan peningkatan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dan apabila terjadi penurunan pada variabel lokasi maka mengakibatkan penurunan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

Berdasarkan hasil analisis-*analisis* tersebut penelitian ini menghasilkan temuan yang konsisten dengan hipotesis yang diusulkan dan konsisten dengan hasil temuan pada penelitian yang dilakukan Fitriyanto yaitu lokasi merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa lapangan futsal. Selain itu, hasil temuan pada penelitian ini juga konsisten dengan *model of buyer behaviour* yang dikemukakan Kotler dan Amstrong yaitu lokasi merupakan *marketing stimuli* yang menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa. Dengan demikian, sebaiknya pengelola FreeKick Futsal lebih kreatif dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja variabel lokasi untuk

meningkatkan pemilihan dan penggunaan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal.

B. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal pada FreeKick Futsal

Fasilitas adalah atribut bukti fisik perusahaan jasa yang berupa penampilan serta kemampuan (performa) sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan (mengacu pada pendapat Lupiyoadi dalam Fitriyanto 2019:19). Dalam *model of buyer behaviour* yang dikemukakan Kotler dan Armstrong, fasilitas merupakan *marketing stimuli* yang menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel fasilitas yang diukur dengan tiga instrumen pengukur yang berupa pernyataan yaitu fasilitas di FreeKick Futsal lengkap, fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik, dan toilet di FreeKick Futsal bersih secara keseluruhan cukup disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,25; 3,27; dan 3,00. Namun variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang diukur dengan tiga instrumen pengukur variabel yaitu saya yakin memilih FreeKick Futsal dan saya sering menggunakan FreeKick Futsal masing-masing cukup disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,20 dan 3,30

sedangkan satu instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yaitu saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal adalah disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,50. Sementara itu, hasil analisis regresi linier sederhana dan uji t mengindikasikan bahwa terdapat kenaikan dan penurunan signifikan yang diakibatkan variabel fasilitas terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yaitu sebesar 0,750 dengan nilai $Sig.t$ 0,000. Yang mana implikasi dari kenaikan dan penurunan signifikan yang diakibatkan variabel fasilitas terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah apabila terjadi peningkatan pada variabel fasilitas maka mengakibatkan peningkatan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dan apabila terjadi penurunan pada variabel fasilitas maka mengakibatkan penurunan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

Berdasarkan hasil analisis-analisis tersebut penelitian ini menghasilkan temuan yang konsisten dengan hipotesis yang diusulkan dan konsisten dengan hasil temuan pada penelitian yang dilakukan Fitriyanto dan Shompong yaitu fasilitas merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa lapangan futsal. Selain itu, hasil temuan pada penelitian ini juga konsisten dengan *model of buyer behaviour* yang dikemukakan Kotler dan Amstrong yaitu fasilitas

merupakan *marketing stimuli* yang menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa. Dengan demikian, sebaiknya pengelola FreeKick Futsal meningkatkan kebersihan, kelengkapan, dan fungsi fasilitas di FreeKick Futsal untuk meningkatkan pemilihan dan penggunaan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal.

C. Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal pada FreeKick Futsal

Tarif adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan hak menggunakan jasa yang mana jumlahnya ditentukan dengan mempertimbangkan biaya produksi jasa, permintaan pasar, dan daya beli pengguna jasa (mengacu pada pendapat Rossanty, dkk 2018:28 dipadukan dengan Andayani 2014:4). Dalam *model of buyer behaviour* yang dikemukakan Kotler dan Amstrong, tarif merupakan *marketing stimuli* yang menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel tarif yang diukur dengan tiga instrumen pengukur yang berupa pernyataan yaitu tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan, tarif yang ditawarkan terjangkau, dan tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis secara keseluruhan cukup disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,05;

3,27; dan 3,10. Namun variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yang diukur dengan tiga instrumen pengukur variabel yaitu saya yakin memilih FreeKick Futsal dan saya sering menggunakan FreeKick Futsal masing-masing cukup disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,20 dan 3,30 sedangkan satu instrumen pengukur variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yaitu saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal adalah disetujui oleh responden dengan nilai rata-rata 3,50. Sementara itu, hasil analisis regresi linier sederhana dan uji t mengindikasikan bahwa terdapat kenaikan dan penurunan signifikan yang diakibatkan variabel tarif terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yaitu sebesar 0,750 dengan nilai $Sig.t$ 0,000. Yang mana implikasi dari kenaikan dan penurunan signifikan yang diakibatkan variabel tarif terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah apabila terjadi peningkatan pada variabel tarif maka mengakibatkan peningkatan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dan apabila terjadi penurunan pada variabel tarif maka mengakibatkan penurunan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

Berdasarkan hasil analisis-analisis tersebut penelitian ini menghasilkan temuan yang konsisten dengan hipotesis yang diusulkan

dan konsisten dengan hasil temuan pada penelitian yang dilakukan Fitriyanto serta Amphonmaha dan Jarinto yaitu tarif merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa lapangan futsal. Selain itu, hasil temuan pada penelitian ini juga konsisten dengan *model of buyer behaviour* yang dikemukakan Kotler dan Amstrong yaitu tarif merupakan *marketing stimuli* yang menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa. Dengan demikian, sebaiknya pengelola FreeKick Futsal melakukan penyesuaian antara tarif dengan fasilitas yang disediakan, menawarkan tingkat tarif yang kompetitif dengan tarif yang ditawarkan pada kompetitor namun masih terjangkau oleh konsumen.

D. Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Tarif Secara Simultan terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal pada FreeKick Futsal

Lokasi, fasilitas, dan tarif merupakan kombinasi dari elemen-elemen *presentation mix* sehingga tidak hanya menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa namun, juga menjadi entitas untuk membedakan penawaran yang ditawarkan pada usaha lain yang sejenis (mengacu pada pendapat Kotler dan Amstrong dalam Alma 2014:96 dipadukan dengan Renaghan dalam Bojanic 2008:81).

Hasil analisis regresi linier ganda dan uji *F* mengindikasikan bahwa terdapat kenaikan dan penurunan signifikan yang diakibatkan variabel

lokasi, fasilitas, dan tarif terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal yaitu sebesar 0,306; 0,315; dan 0,314 dengan nilai *Sig.F* 0,000. Serta kenaikan atau penurunan 1 satuan pada variabel lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan mengakibatkan kenaikan dan penurunan pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal sebesar 0,935 satuan. Yang mana implikasi dari kenaikan dan penurunan signifikan yang diakibatkan variabel lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal adalah apabila terjadi peningkatan pada variabel tarif maka mengakibatkan peningkatan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal dan apabila terjadi penurunan pada variabel lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan maka mengakibatkan penurunan juga pada variabel keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal.

Berdasarkan hasil analisis-analisis tersebut penelitian ini menghasilkan temuan yang konsisten dengan hipotesis yang diusulkan dan konsisten dengan hasil temuan pada penelitian yang dilakukan Fitriyanto yaitu lokasi, fasilitas, dan tarif merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa lapangan futsal. Selain hasil temuan pada penelitian ini juga konsisten dengan *model of buyer behaviour* yang dikemukakan Kotler dan Armstrong yaitu lokasi, fasilitas,

dan tarif merupakan *marketing stimuli* yang menstimulasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa dan juga konsisten dengan pendapat Renaghan yaitu lokasi, fasilitas, dan tarif merupakan kombinasi dari entitas yang berfungsi untuk membedakan penawaran yang ditawarkan dengan penawaran yang ditawarkan pada usaha lain yang sejenis.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan yang diperoleh berdasarkan uraian rumusan masalah, hasil analisis data, dan pembahasan adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.
- b. Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.
- c. Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.
- d. Terdapat pengaruh signifikan yang diakibatkan lokasi, fasilitas, dan tarif secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi yang penulis usulkan berdasarkan rumusan masalah, hasil analisis data, dan pembahasan yang telah dikemukakan adalah sebagai berikut:

a. Rekomendasi Teoritis

Sebaiknya peneliti selanjutnya melakukan penelitian lebih lanjut, yaitu dengan meneliti variabel yang diduga memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal selain lokasi, fasilitas, dan tarif.

b. Rekomendasi Praktis

Sebaiknya pengelola FreeKick Futsal meningkatkan kebersihan kelengkapan, dan fungsi fasilitas di FreeKick Futsal serta mendesain tarif jasa penyewaan lapangan futsal yang disesuaikan dengan fasilitas untuk dapat meningkatkan pemilihan dan penggunaan jasa penyewaan lapangan futsal pada FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andayani, Ni. L. H. 2014. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dimiyati, Mohamad. 2018. *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Pasar Yang Dinamis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fatihudin, Didin. dan Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Misbahudin. dan Hasan, Iqbal. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Edisi Ke-2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priansa, Doni J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rossanty, Yossie, dkk. 2018. *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Setiadi, Nugroho. J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Cetakan Ke-20*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Utama, I. G. B. R. 2018. *Statistik Penelitian Bisnis dan Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Sumber Internet

- Amphonmaha, Pongsatron. dan Jarinto, Krit. A Study on Consumer Behavior and Their Decision on Choosing an Artificial Turf Football Field Service in Choeng Noen District, Rayong Province, <http://www.project.rmutt.ac.th/index.php/gbarf/article/view/1415> (diakses 21 Mei 2022).

- Badan Pusat Statistik Indonesia: Statistik Potensi Potensi Desa Indonesia 2018. www.bps.go.id/indicator/168/974/1/banyaknya-desa-kelurahan-menurut-ketersediaan-lapangan-olahraga.html (diakses 10 April 2022).
- Bojanic, David. Hospitality Marketing Mix and Service Marketing Principles from Handbook of Hospitality Marketing Management Routledge, <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780080569437.ch3> (diakses 7 Agustus 2022).
- Fitriyanto, Nugroho. W. Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Tunjang Futsal Stadium, <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.111.15.0169/B.111.15.0169-15-File-Komplit-20190223104033.pdf> (diakses 15 Januari 2022).
- Kumalasari, Riesta D. Pemilihan Lokasi Usaha Sebagai Salah Satu Strategi Dalam Business Start Up, <https://binus.ac.id/malang/2017/06/pemilihan-lokasi-usaha-sebagai-salah-satu-strategi-dalam-business-start-up/> (diakses 1 Februari 2022).
- Musfar, Tengku F. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Peasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran, https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CZUDEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA16&dq=info:s0xpKo7HvsAJ:scholar.google.com/&ots=_3d6UkzG1&sig=KqzHoh8tiFsugp8Sqd_lplkxTFY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (diakses 8 Agustus 2022).
- Raharjo, Sahid. Tutorial Uji Korelasi Parsial dengan SPSS + Interpretasi Lengkap, <https://youtu.be/q9qRU5zY4Tc> (diakses 15 Juni 2022).
- Shompong, Suriyan. dkk. The Marketing Factors Influencing Consumer Decision to Use The Services of Sports and Exercise Centers in Thailand, https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_46_8_3_2019.pdf (diakses 9 Mei 2022).
- Zsigmond, Tibor, dkk. Interconnection of Consumer Behaviour of Different Generations and Marketing Strategy of a Football Club Experience in Slovakia, <http://www.researchgate.net/publication/343202699> (diakses 31 Januari 2022).

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Pengajuan Judul Skripsi



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MULAWARMAN
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Alamat : Jl. Muara Muntai Telp/Fax. (0541) 749059 Kampus Gunung Kelua Samarinda

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI
PROGRAM S1 ADMINISTRASI BISNIS
Konsentrasi Pariwisata Dan Bisnis Hospitality

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama lengkap Mahasiswa : Shely Intan Fatmasari
 Tempat / Tanggal Lahir : Samarinda, 11 September 1996
 N I M : 1502095172
 Semester : Tiga Belas
 Program : S1 Administrasi Bisnis
 Konsentrasi : Pariwisata dan Bisnis Hospitality
 Tempat / Lokasi KKN : Kelurahan Klandasan Ulu
 Tahun KKN : 2018

Dengan ini mengajukan 3 (Tiga) judul Penulisan Skripsi untuk dapat disetujui salah satu judul sebagai berikut

Lokasi, Keputusan

1. Pengaruh ~~Physical Evidence~~ dan Tarif Terhadap Kepuasan Pengguna Freekick Futsal Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara
2. Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Menggunakan Freekick Futsal Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara
3. Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pengguna Freekick Futsal Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara

Demikian pengajuan Penulisan Ilmiah Proyek Tugas Akhir disampaikan untuk mendapatkan persetujuan.

Samarinda, 13 Januari 2022

disetujui,

Ketua Program

Dr. M. Zaini, M.Si
 NIP. 19670601 2003121 1 001

Mahasiswa

Shely Intan Fatmasari
 NIM. 1502095172

Lampiran 2 : Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

Alamat : Jl. Tanah Grogot Kampus Gunung Kelua Samarinda 75119
Telepon : (0541) 4121937
Laman : www.fisip-unmul.ac.id

Nomor : 1686/UN17.2/TD/2022
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth : **Bapak Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB**
Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman
Di Samarinda

Dengan hormat,

Dengan ini diberitahukan kepada Bapak/Ibu/Sdr. bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Shely Intan Fatmasari
N I M : 1502095172
Program Studi : **Administrasi Bisnis**

Telah mengajukan permohonan untuk menyusun skripsi dengan judul :

“Pengaruh Lokasi, Bukti Fisik, dan Tarif Terhadap Keputusan Menggunakan Freekick Futsal Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara”

Untuk keperluan pembimbingan penulisan skripsi mahasiswa tersebut di atas, Program Studi Administrasi Bisnis Menunjuk Bapak/Ibu/Sdr. **Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB** sebagai Dosen Pembimbing Skripsinya.

Demikian surat penunjukan pembimbing kami sampaikan, atas kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Samarinda, 25 Januari 2022
Koordinator Prodi SI Adm. Bisnis

Muhammad Zaini

NIP. 19670601 200312 1 001

Catatan :

- Kartu Konsultasi dan Pedoman penulisan skripsi dapat di Download di Website Prodi <http://adbisnis.fisip-unmul.ac.id>

Tembusan Yth :

1. Arsip Program Studi Administrasi Bisnis
2. Mhs Ybs

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Alamat : Jl. Tanah Grogot Kampus Gunung Kelua Samarinda 75119
 Telepon : (0541) 4121937
 Laman : www.fisip-ummul.ac.id

Nomor : 7440/UN17.2/PG(PT.00.04)/2022
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth : Kepala Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara
 Di –
 Tempat

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda

Menerangkan Bahwa :

1. Nama : Shely Intan Fatmasari
2. NIM : 1502095172
3. Program Studi : S1 Administrasi Bisnis
4. Konsentrasi : Pariwisata dan Bisnis Hospitality
5. Judul Skripsi : "Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas serta Tarif terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Survei pada Konsumen Freekick Futsal di Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggarong Seberang)."

Adalah benar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda dan bermaksud mengadakan Observasi dan Permintaan Data sebagai materi pembuatan Tugas Akhir/Skripsi. Atas bantuan dan kerjasama yang baik dalam proses tersebut kami ucapkan terima kasih.

Samarinda, 26 April 2022

An. Dekan
 Wakil Dekan I,



Dr. Phl. I Ketut Gunawan, M.A
 NIP. 19631222 199002 1 001

Lampiran 4 : Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Alamat : Jl. Tanah Grogot Telp/Fax. (0541) 749059 Kampus Gunung Kelua Samarinda

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	: Shely Intan Fatmasari	Pembimbing I	: Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB
NIM	: 1502095172	NIP	: 19901027 201803 1 002
Program Studi	: S1 Administrasi Bisnis		

No	Tanggal Konsultasi	Materi dan Catatan Pembimbing	Paraf Pembimbing
1.	26 Januari 2022	Materi : Konsultasi Draft Proposal Catatan Dosen Pembimbing : Segera kerjakan proposal bab I,II, dan III	
2.	27 Januari 2011	Materi : Konsultasi Bab I Catatan Dosen Pembimbing : Segera kerjakan bab II, dan III	
3.	2 Februari 2022	Materi : Konsultasi Bab I,II,dan III Catatan Dosen Pembimbing : 1. Silakan pertimbangkan apakah cocok menggunakan variabel bukti fisik atau fasilitas 2. Perhatikan penggunaan huruf kapital dan bukan kapital pada penulisan judul 3. Perhatikan hubungan antar paragraf 4. Berikan uraian mengenai masalah objek penelitian 5. Tambahkan pernyataan pada masing-masing indikator variabel	
4.	7 Februari 2022	Materi : Konsultasi revisi bab I,II, dan III Catatan Dosen Pembimbing: Silakan dilanjutkan ke tahap seminar proposal	



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Alamat : Jl. Tanah Grogot Telp/Fax. (0541) 749059 Kampus Gunung Kelua Samarinda

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	: Shely Intan Fatmasari	Pembimbing	: Arwin Sanjaya
NIM	: 1502095172	NIP	: 19901027 201803 1 002
Program Studi	: S1 Administrasi Bisnis	Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

No	Tanggal Konsultasi	Materi dan Catatan Pembimbing	Paraf Pembimbing
5.	14 April 2022	Materi: Konsultasi Bab I s/d Bab III Catatan Pembimbing: Sesuaikan latar belakang dan kuesioner	
6.	20 Juni 2022	Materi: Konsultasi Bab I s/d Bab V Catatan Pembimbing: 1) Lengkapi abstrak, pembahasan, dan lampiran terutama dokumentasi penelitian 2) Perbaiki simpulan	
7.	8 September 2022	Materi: Konsultasi Bab I Catatan Pembimbing: Perbaiki abstrak dan pendahuluan khususnya bagian latar belakang dengan menarasikan dan menjelaskan masalah terkait variabel yang diteliti	
8.	12 September 2022	Materi: Konsultasi abstrak Catatan Pembimbing: Perbaiki penulisan abstrak	
9.	13 Oktober 2022	Materi: Konsultasi Bab I s/d Bab V Catatan Pembimbing: ACC seminar hasil	

Catatan :

1. Kartu Konsultasi dibuat dua rangkap untuk pembimbing I dan II, dilampirkan saat pendaftaran seminar
2. *) Sesuaikan dengan status pembimbing, sebagai Pembimbing I atau Pembimbing II
3. Dapat diperbanyak bila diperlukan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Alamat : Jl. Tanah Grogot Telp/Fax. (0541) 749059 Kampus Gunung Kelua Samarinda

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	:	Shely Intan Fatmasari	Pembimbing	:	Arwin Sanjaya
NIM	:	1502095172	NIP	:	19901027 201803 1 002
Program Studi	:	S1 Administrasi Bisnis	Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

No	Tanggal Konsultasi	Materi dan Catatan Pembimbing	Paraf Pembimbing
10.	1 Desember 2022	Materi: Konsultasi Bab I dan Bab II Catatan Pembimbing : Perbaiki rumusan masalah dan hipotesis	
11.	7 Desember 2022	Materi: Revisi Bab I s/d Bab V Catatan Pembimbing: Revisi rumusan masalah	
12.			
13.			
14.			
15.			

Catatan :

4. Kartu Konsultasi dibuat dua rangkap untuk pembimbing I dan II, dilampirkan saat pendaftaran seminar
5. *) Sesuai dengan status pembimbing, sebagai Pembimbing I atau Pembimbing II
6. Dapat diperbanyak bila diperlukan

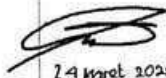

Lampiran 5 : Kartu Revisi Proposal Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Alamat : Jl. Tanah Grogot Telp/Fax. (0541) 749059 Kampus Gunung Kelua Samarinda

KARTU REVISI PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa	: Shely Intan Fatmasari	Pembimbing I	: Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB
NIM	: 1502095172	NIP	: 19901027 201803 1 002
Program Studi	: S1 Administrasi Bisnis	kultas	: FISIP Universitas Mulawarman

	Nama Dosen	Catatan Pembimbing & Penguji	Paraf
	1. Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB		
	2. Fareis Althalets, S.Par., MM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaiki penulisan judul proposal skripsi 2. Jelaskan masalah pada latar belakang dan berikan bukti dokumentasi (variabel independen) 3. Gunakan grand teori yang sesuai dengan topik penelitian 4. Perbaiki instrumen penelitian pada indikator variabel lokasi, fasilitas dan keputusan menggunakan jasa 5. Perbaiki kuesioner penelitian dengan mengacu pada definisi operasional yang sudah direvisi 6. Perhatikan penomoran halaman (terdapat halaman tidak bernomor) 	 24 Maret 2022
	3. M. Tommy Fimi Putera, SE., M.Si	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuaikan rumusan masalah dengan hipotesis penelitian 2. Perhatikan teknik pengumpulan pada Bab III 	 20 Juni 2022


Lampiran 6 : Kartu Revisi Hasil Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Alamat : Jl. Tanah Grogot Telp/Fax. (0541) 749059 Kampus Gunung Kelua Samarinda

KARTU REVISI HASIL PENELITIAN

Nama Mahasiswa	: Shely Intan Fatmasari	Pembimbing	: Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB
NIM	: 1502095172	NIP	: 19901027 201803 1 002
Program Studi	: S1 Administrasi Bisnis	Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

No	Tanggal Konsultasi	Catatan Pembimbing & Penguji	Paraf
1.	7 Desember 2022	Materi revisi dari Pembimbing: 1. Pembahasan diperdalam 2. Perhatikan kedua saran Penguji 3. Simpulan disesuaikan dengan rumusan masalah 4. Analisis data tambah uji T dan F	 Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB
2.			
3.			

Catatan :

1. Kartu Konsultasi dibuat dua rangkap untuk pembimbing I dan II, dilampirkan saat pendaftaran seminar
2. *) Sesuai dengan status pembimbing, sebagai Pembimbing I atau Pembimbing II
3. Dapat diperbanyak bila diperlukan

Lampiran 7: Kuesioner Penelitian

Pengaruh Lokasi dan Fasilitas serta Tarif terhadap Keputusan konsumen FreeKick Futsal dalam Menggunakan Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SD b. SMP c.SMA d.Sarjana
5. Pekerjaan : a. Pelajar
b. Mahasiswa
c. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
d. Pegawai Swasta
e. Lainnya
6. Jumlah pendapatan :per bulan

B. Petunjuk pengisian:

- a. Bacalah baik-baik setiap pernyataan dalam angket ini sebelum menjawabnya.
- b. Dimohon untuk mengisi pernyataan di bawah ini dengan sebenar-benarnya dengan memberi tanda (✓) pada pilihan yang telah disediakan.
- c. Keterangan pilihan jawaban:

Sangat Setuju (SS)	Jika menurut Anda pernyataan yang disebutkan sangat sesuai dengan praktiknya
Setuju (S)	Jika menurut Anda pernyataan yang disebutkan sesuai dengan praktiknya
Cukup Setuju (CS)	Jika menurut Anda pernyataan yang disebutkan cukup sesuai dengan praktiknya
Tidak Setuju (TS)	Jika menurut Anda pernyataan yang disebutkan tidak sesuai dengan praktiknya
Sangat Tidak Setuju (STS)	Jika menurut Anda pernyataan yang disebutkan sangat tidak sesuai dengan praktiknya

- d. Diharapkan untuk mengisi angket/kuesioner dengan lengkap dan tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.
- e. Bila ada sesuatu yang kurang jelas, mohon ditanyakan kepada peneliti atau menghubungi kontak berikut: 0852 4761 1446 (Shely Intan Fatmasari).

Pernyataan	Pilihan Jawaban				
	SS	S	CS	TS	STS
Lokasi					
1. Lokasi FreeKick Futsal mudah dijangkau					
2. Lokasi FreeKick Futsal nyaman					
3. Tersedia area parkir yang memadai di FreeKick Futsal					
Fasilitas					
1. Fasilitas di FreeKick Futsal lengkap					
2. Fasilitas di FreeKick Futsal berfungsi dengan baik					
3. Toilet di FreeKick futsal bersih					
Tarif					
1. Tarif yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan					
2. Tarif yang ditawarkan terjangkau					
3. Tarif yang ditawarkan dapat bersaing dengan tarif yang ditawarkan pada usaha sejenis					
Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal					
1. Saya yakin memilih FreeKick Futsal					
2. Saya sering menggunakan FreeKick Futsal					
3. Saya menyarankan rekan saya untuk menggunakan FreeKick Futsal					

Lampiran 8: Dokumentasi Penelitian



Konsumen FreeKick Futsal



Konsumen FreeKick Futsal



Pengisian Kuesioner oleh Konsumen FreeKick Futsal




Pengisian Kuesioner oleh Konsumen FreeKick Futsal



Pengisian Kuesioner oleh Konsumen FreeKick Futsal



Pengisian Kuesioner oleh Konsumen FreeKick Futsal

Lampiran 9: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

PEMERINTAH KABUPATEN KUTAIKARTANEGARA
Kecamatan Tenggarong Seberang
DESA MANUNGGAL JAYA
Jl. Sawo No.05 Telp. 0541 7979219

SURAT KETERANGAN
Nomor: 140/490/64.02.16.2001/MJ/VI/2022


Yang bertanda tangan dibawah ini, menrangkan bahwa :

Nama : Shely Intan Fatmasari
NIM : 1502095172
Program Studi : S1 Administrasi Bisnis

Telah melakukan penelitian selama 45 hari, mulai tanggal 28 April 2022 s/d 14 Juni 2022 terhadap warga yang menjadi konsumen atau pengguna jasa penyewaan Futsal (FreeKick Futsal di Desa Manunggal Jaya Tenggarong Seberang).

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manunggal Jaya, 14 Juni 2022
Kepala Desa Manunggal Jaya



SUKEMI, S.Pd

Lampiran 10 : Rekapitulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

Penelitian

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	Y1.1	Y1.2	Y1.3
1	3	4	3	4	3	2	2	4	3	4	4	4
2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	3	5	4	5	1	5	3	5
5	4	5	2	3	3	4	3	4	3	5	3	4
6	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	3	3
7	4	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3
8	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4
9	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3
10	4	3	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4
11	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
12	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	2	4
14	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4
15	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
16	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
17	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3
18	4	4	3	5	4	3	1	3	3	2	4	5
19	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
20	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
21	5	5	3	5	3	3	5	4	5	5	4	4
22	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	2	4
23	2	2	2	3	4	3	1	1	1	4	4	3
24	5	5	5	5	3	4	3	3	5	5	4	5
25	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
26	3	5	4	4	4	1	4	4	3	4	3	4
27	4	4	3	2	4	2	3	2	4	3	4	3
28	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4
29	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
30	5	4	3	4	2	3	4	4	5	4	3	5

Lampiran 11 : Rekapitulasi Data Penelitian

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	Y1.1	Y2.2	Y3.3
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	3	5	2	5	5	4	3	2	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	2	4	2	1	1	2	2	2	2
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	2	1	2	2	3	4	3
7	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	3
8	5	4	5	3	3	3	3	4	3	3	5	3
9	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2
10	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
11	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	3	3	5	5	3	2	3	3	3	3	3	3
15	4	4	3	2	1	4	2	4	2	2	2	2
16	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2
17	5	3	5	3	2	1	3	3	2	3	4	4
18	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3
19	4	3	3	2	3	1	3	3	4	3	3	3
20	5	4	4	2	4	2	2	3	4	4	4	4
21	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
22	3	3	5	3	3	3	2	2	2	3	2	5
23	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
24	4	4	5	3	3	2	3	3	2	3	3	4
25	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
26	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
29	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
31	3	3	5	3	3	3	3	3	2	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
34	4	5	5	4	3	3	1	1	1	2	3	2
35	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5
36	4	4	4	2	2	3	3	3	4	3	2	3

37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	4	3	2	3	3	3	5	4	3	3	4
39	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5
40	4	5	5	5	5	2	4	5	2	4	4	4
Jumlah	150	146	162	130	131	120	122	131	124	128	132	139
Rata Rata	3,75	3,65	4,05	3,25	3,27	3,00	3,05	3,27	3,10	3,20	3,30	3,50