

**PENGARUH FASILITAS LOKASI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGUNAAN JASA PENYEWAAN LAPANGAN SPORT
FUTSAL KOTA TARAKAN**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata I

oleh

SYUORIE

NIM. 1502095146



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

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan
Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal Kota
Tarakan
Nama : Syuqrie
NIM : 1502095146
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

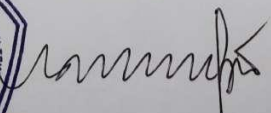
Menyetujui,
Pembimbing


Dr. M. Zaini, M.Si
NIP. 19670601 200312 1 001

Mengetahui,
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman




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

Lulus ujian tanggal : 25 JUN 2022

HALAMAN PENGUJI

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS PADA

Hari : Sabtu
Tanggal : 25 Juni 2022
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal Kota Tarakan
Nama : Syuqrie
NIM : 1502095146
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji,

1. Dr. M. Zaini, M.Si 
2. Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB. 
3. Anna Noor Andriana S.AB., M.AB. 



HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat pendapat atau karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutipkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 28 Juli 2022

Penulis



SYUQRIE

NIM. 1502095146

**PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENYEWAAN LAPANGAN SPORT
FUTSAL KOTA TARAKAN**

Oleh:

Syugrie

1502095146

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal. Terdapat tiga variabel bebas dalam penelitian ini ialah Fasilitas (X1), Lokasi (X2) Harga (X3) dan satu variabel terikat yaitu Keputusan Penggunaan Jasa (Y). Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 100 responden penggunaan lapangan sport futsal serta analisis data menggunakan software SPSS versi 25.

Uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji persamaan regresi, uji koefisien korelasi (r), uji koefisien determinasi (R^2), uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji t (parsial), uji f (simultan) dan uji dominan.

Hasil dalam penelitian ini yaitu variabel Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, variabel Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, serta variabel Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal.

Hasil dari uji simultan (F) menunjukkan bahwa fasilitas, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal.

Disarankan agar pemilik dari Sport Futsal dapat membuat tanda-tanda yang jelas agar konsumen tidak bingung dan nyaman dalam bermain di futsal terdapat kekurangan dari Sport Futsal yaitu kurang terdapat tanda-tanda disekitar area Sport Futsal hal ini dibuktikan dari 100 orang responden yang diteliti 34 responden menyatakan kurang adanya tanda-tanda disekitar area Sport Futsal dan 6 menyatakan sangat tidak terdapat tanda-tanda disekitar sport futsal..

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi, Harga, Keputusan Penggunaan Jasa

**THE INFLUENCE OF FACILITIES, LOCATIONS AND PRICES ON THE
DECISION TO USE THE RENTAL SERVICES OF THE CITY OF
TARAKAN SPORT FUTSAL FIELD**

By :

Syuqries

NIM: 1502095146

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of facilities, location and price on the decision to use futsal sports field rental services. There are three independent variables in this study, namely facilities (X1), location (X2), price (X3) and one dependent variable, namely the decision to use services (Y). The number of samples in this study were 100 respondents using the futsal sports field and data analysis using SPSS version 25 software

The tests carried out in this study were validity test, reliability test, regression equation test, correlation coefficient test (r), coefficient of determination test (R²), normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, t test (partial), f test (simultaneous).) and dominant test.

The results in this study are that the Facility variable partially has a positive and significant effect, the Location variable partially has a positive and significant effect, and the Price variable partially has a positive and significant effect on the Decision to Use Futsal Sport Field Rental Services. The results of the simultaneous test (F) show that the facilities, location and price simultaneously have a positive and significant effect on the Decision to Use Futsal Sport Field Rental Services.

It is recommended that the owner of Sport Futsal can make clear signs so that consumers are not confused and comfortable playing in futsal there are shortcomings from Sport Futsal, namely there are no signs around the Sport Futsal area, this is evidenced by 100 respondents who were studied, 34 respondents stated that there were no signs around the Sport Futsal area and 6 stated that there were no signs around the futsal sport.

Keywords: Facilities, Location, Price, Decision to Use Services

RIWAYAT HIDUP



SYUQRIE, lahir pada tanggal 08 September 1996 di kampung dukok kota Keningau, Sabah. Anak ke enam dari Alm. Bapak Yeli dan Ibu Martini. Pendidikan dari penulis dimulai sejak tahun 2003 di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 017 Perikanan dan saat menaiki kelas 4 pindah ke Sekolah Dasar Negeri (SDN) 042 Juata Laut dan lulus pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Muhammadiyah 2 Ladang Tarakan, dan lulus pada tahun 2011. Dan kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Tarakan, dan lulus pada tahun 2014.

Penulis sempat 1 tahun tidak melanjutkan pendidikan karena ingin membantu orang tua dan pada tahun kedua setelah lulus dari (SMKN) penulis pun melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi dan dimulai pada tahun 2015, di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawaran Samarinda melalui Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SMMPTN).

Sebagai aplikasi studi dan juga dalam rangka Tri Dharma Perguruan Tinggi, maka pada awal bulan Juli sampai dengan akhir Agustus tahun 2018 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Sungai Siring, Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda, kemudian dilanjutkan dengan menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan

Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal Kota Tarakan”

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji serta rasa syukur selalu saya panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya sehingga saya selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal Kota Tarakan”. Adapun skripsi ini untuk memenuhi syarat kelulusan penulis dalam meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis dalam Stara satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Penulis mempersembahkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, yaitu Alm. Ayahanda Lajeli, dan ibunda Martini, yang dengan ikhlas, penuh kasih sayang dan doa menuntun ku dalam menjalankan hidup.

Tidak lupa pula selama proses studi dan pengerjaan penelitian penulis telah banyak menerima saran, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibunda penulis Martini dan ayahanda Alm. Lajeli selaku orang tua penulis yang banyak memberikan masukan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

2. Bapak Prof. Dr. H. Masjaya, M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman Samarinda yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Noor, M.Si selaku Dekan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman telah menyediakan sarana dan prasarana perkuliahaan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Mulawarman.
4. Bapak Dr. Muhammad Zaini, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi dan sebagai Dosen Pembimbing penulis, yang telah memberikan motivasi, ilmu, dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, koreksi serta saran dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB selaku Dosen Penguji penulis, yang telah memberikan motivasi ilmu, dan meluangkan waktunya untuk memberikan penilaian, arahan, korekasi serta saran dalam penulisan skripsi.
6. Ibu Ana Noor Andriana, S.AB., M.AB selaku Dosen Penguji penulis, yang telah memberikan motivasi ilmu, dan meluangkan waktunya untuk memberikan penilaian, arahan, koreksi serta saran dalam penulisan skripsi.
7. Bapak ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahaan di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
8. Bapak dan ibu Staf Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman.

9. Bapak Talif Selaku pemilik dari Sport Futsal atas pemberian izin untuk meneliti di tempat usahanya.
10. Bapak Herman selaku pengurus dari Sport Futsal atas pemberian izin untuk meneliti di tempatnya bekerja.
11. Terima kasih juga kepada teman-teman administrasi bisnis 2015 khususnya kelas B yang selama ini bersama-sama menuntut ilmu dari memberikan kritik serta saran sehingga skripsi ini terselesaikan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta membalas kebaikan dengan pahala yang berlimpah kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Wassalamu'alaikum, Wr Wb

Samarinda, 03 Februari 2022

Penulis



Syuqrie

NIM 1502095146

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori dan Konsep	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Pemasaran Jasa	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	10
2.1.4 Fasilitas	13
2.1.5 Lokasi	16
2.1.6 Harga	19
2.1.7 Keputusan Penggunaan Jasa	21
2.2 Kajian Empiris	24
2.3 Hipotesis	29
2.4 Defini Konseptual.....	30
2.5 Kerangka Pikir	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Definisi Operasional	32
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Alat Pengukur Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian	38
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	39

3.6.3 Analisis Regresi Berganda.....	40
3.6.4 Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Profil Perusahaan.....	44
4.1.2 Struktur Organisasi.....	44
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	47
4.2.3 Variabel Fasilitas (X1)	47
4.2.4 Variabel Lokasi (X2)	52
4.2.5 Variabel Harga (X3)	58
4.2.6 Variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y).....	61
4.3 Analisis Data.....	66
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian	66
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	67
4.3.3 Analisis Regresi Berganda.....	70
4.3.4 Uji Hipotesis	73
4.3.5 Uji Dominan	77
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Lapangan Harga Sport Futsal	2
Tabel 2.1 Data Pra Survey.....	3
Tabel 1.3 Daftar Harga Lapangan Futsal Kota Tarakan	5
Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu	26
Tabel 2.2 Model Hipotesis	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	36
Tabel 4.1 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kenyamanan Tekstur Lapangan Sport Futsal	47
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Ketahanan Lapangan Sport Futsal	47
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Penempatan Perlengkapan Mudah Ditemui.....	48
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Pencahayaan Sport Futsal yang Baik	49
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Garis Lapangan Sport Futsal Terlihat Jelas	50
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Tersedia Tanda-Tanda yang Mudah Dilihat Di Sport Futsal	51
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Lokasi Sport Futsal Strategis.....	52
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kemudahan Ditemukannya Lokasi Sport Futsal	52
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kemudahan Akses Menuju Ke Sport Futsal	53
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keluasan dan Keamanan Lahan Parkir Sport Futsal	54
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Ekspansi Sport Futsal Dapat Menguntungkan Dikemudian Hari.....	55
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kenyamanan Suasana Lingkungan Sport Futsal	56
Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Pernyataan Usaha Sejenis Di Sekitar Sport Futsal Tidak Merugikan Sport Futsal	56
Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keterjangkauan Harga Sewa Yang dikenakan Sport Futsal Kepada Konsumen.....	57
Tabel 4.15 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Daya Saing Harga Yang dikenakan Sport Futsal Dibanding Pesaingnya	58
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Kenyamanan Yang Diberikan	59
Tabel 4.17 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harga Yang Diberikan Dengan Manfaat Yang Didapatkan Dari Sport Futsal	60
Tabel 4.18 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Tingkat Kebutuhan Lapangan Futsal Untuk Berolahraga	60
Tabel 4.19 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Pemahaman Lokasi Lapangan Sport Futsal	61

Tabel 4.20 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Mengetahui Adanya Pesaing Futsal Lain	62
Tabel 4.21 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keputusan Memilih Lapangan Sport Futsal Untuk Bermain Futsal	63
Tabel 4.22 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kepuasan Dalam Bermain Di Sport Futsal.....	63

DAFTAR GAMBAR

2.1 Hipotesis Penelitian.....	30
2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	32
4.1 Struktur Organisasi	45
4.2 Karakteristik Responden	48
4.3 Karakteristik Responden	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kusioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 : Hasil Outpus SPSS Versi 25

Lampiran 4 : Dokumentasi Sport Futsal

Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Dokumentasi Bersama Pengurus Sport Futsal

Lampiran 5 : Surat Ijin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produk atau jasanya, persaingan bisnis menuntut seorang pelaku usaha harus mampu mengambil sikap dan bertindak cepat serta tepat. Salah satu usaha yang saat ini memiliki persaingan yang cukup ketat dimasa pandemi ini salah satunya ialah usaha penyedia lapangan futsal. Menurut (kasmir 2016). Bisnis merupakan suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya..

Setiap pengguna lapangan futsal akan sangat mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, namun demikian kenyataan yang ditemukan di setiap jasa penyewaan lapangan futsal masih banyak yang tidak sesuai atau mungkin bahkan jauh dari yang diharpkan seorang konsumen, hal ini mungkin akan membuat sang calon konsumen akan kecewa.

Namun dengan banyaknya penyedia lapangan futsal yang berdiri di kota tarakan, menyebabkan tingginya tingkat persaingan antara penyedia lapangan futsal, maka dari untuk memenangkan persaingan tersebut, maka pemilik dari lapangan futsal tersebut harus mementingkan tingkat dari kepuasan konsumennya, agar dapat memenangkan persaingan yang ada, serta dapat mempertahankan kelangsungan usaha mereka.

Sport Futsal merupakan salah satu bisnis yang bergerak di dibidang jasa, yaitu penyewaan lapangan futsal. Berlokasi di Jalan Pangeran Aji Iskandar kelurahan Juata Permai Tarakan Utara memiliki 3 lapangan yang terdiri dari satu lapangan bulutangkis dan dua lapngan futsal dengan jenis lapangan rumput sintetis. Berdasarkan dari data rekapitulasi pengguna Sport Futsal yang paling banyak di sewa yaitu lapangan futsal. Berikut data pengguna Sport Futsal :

Tabel 1.1

Data Lapangan Sport Futsal

Tahun 2019 - 2021

No	Jenis Lapangan	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1	Bulutangkis	192	72	160	424
2	Futsal	1.324	637	1.089	3.050
Total					3.474

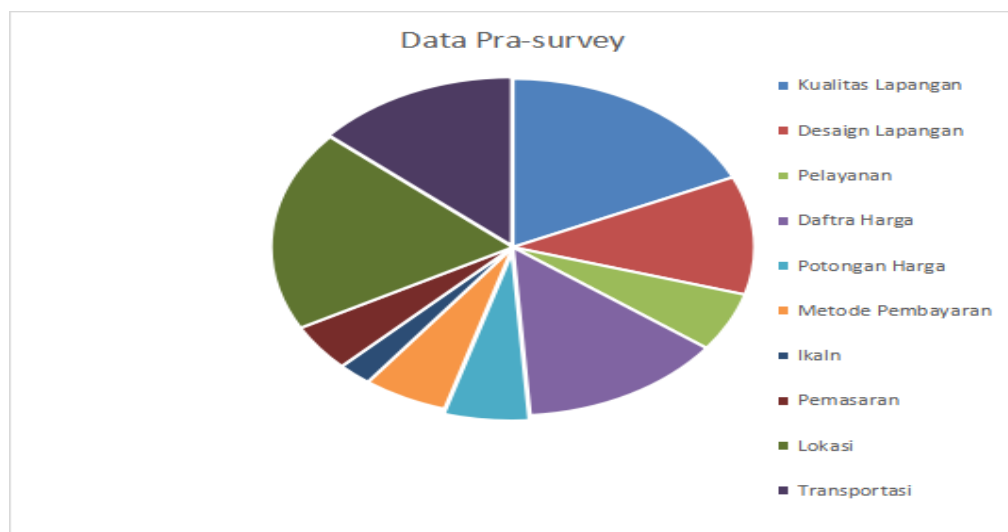
Sumber Data Sport Futsal 2021

Data tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa penyewaan lapangan selama tiga tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2019 penyewaan lapangan mencapai 1.324 kali dimana penyewaan tersebut mencapai target. Sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan hingga 50% yaitu 637 kali, hal tersebut disebabkan oleh Covid-19. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan hingga mencapai 1.089 kali dimana pencapaian tersebut mampu menutupi kerugian ditahun sebelumnya.

Pada penelitian ini penulis melakukan prasurvey dengan 20 konsumen yang telah menggunakan lapangan Sport Futsal, adapun hasil dari prasurvey tersebut dapat dilihat pada tabel di baawah ini :

Tabel 1.2

Hasil Pra Survey



Sumber Data Diolah 2022

Data tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa, berdasarkan hasil pra survey kepada 20 konsumen ditemukan tiga alasan yang paling mendominasi yaitu Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap konsumen dalam memutuskan untuk menyewa lapangan Sport Futsal.

Fasilitas yang dimiliki Sport Futsal seperti kantin, ruang ganti, toilet, dan tempat parkir. Namun ada beberapa fasilitas menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan, semakin lengkapnya fasilitas yang disediakan maka akan semakin puas konsumen dan ia akan terus memilih tempat usaha tersebut. Menurut (Tjiptono 2006) persepsi yang

diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Lokasi lapangan futsal juga menjadi salah satu faktor pertimbangan oleh konsumen, apakah lokasi tersebut jauh maupun dekat dari lokasi si konsumen, untuk lokasi Sport Futsal sendiri mudah untuk diakses berada tepat dipinggir jalan raya, menurut (Kotler & Amstrong 2014) lokasi adalah tempat dimana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk atau jasa yang diberikan terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Harga dari penyewaan lapangan futsal merupakan salah faktor penentu untuk menarik konsumen agar menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal. Menurut (Muzakki 2013) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau segala sesuatu yang dikorbankan atas manfaat yang didapat dari penggunaan suatu produk atau jasa, untuk harga sewa lapangan di Sport Futsal senilai Rp. 150.000 dimana harga ini termasuk salah satu yang termurah diantara pesaingnya. Berikut ini daftar perbandingan Sport Futsal dengan pesaing di Kota Tarakan :

Tabel 1.3
Daftar Harga Sewa Lapangan Futsal Kota Tarakan

No.	Tempat Penyewaan Lapangan Futsal Kota Tarakan	Harga Sewa	
		Pagi	Malam
1.	Sport Futsal	Rp 150.000	Rp. 150.000
2.	Bumix	Rp. 200.000	Rp. 250.000
3.	Spirit	Rp. 200.000	Rp. 200.000
4.	Atira	Rp. 150.000	Rp. 150.000
5.	Barian	Rp. 200.000	Rp. 200.00

Sumber Data diolah, 2021

Dari table di atas harga sewa lapangan futsal yang ada di kota tarakan, terlihat harga dari masing-masing lapangan sangat bersaing satu sama lain. Harga penyewaan lapangan di Sport Futsal untuk pagi dan malam sebesar Rp. 150.000, harga sewa Bumix untuk pagi sebesar Rp 200.000 untuk malam Rp. 250.000, harga sewa Spirit sebesar Rp. 200.000 untuk pagi dan malam, sedangkan harga Atira sebesar Rp. 150.000 untuk pagi dan malam sama seperti Sport Futsal dan untuk Barian harga sewa perjamnya Rp. 200.000 untuk pagi dan malam.

Dari wawancara beberapa konsumen saat melakukan pra survey di Sport Futsal penulis mendapatkan beberapa informasi bahwa konsumen merasa fasilitas yang disediakan masih kurang seperti tempat loker untuk menyimpan barang tidak serta lahan parkir yang tidak aman dikarenakan tidak adanya penjaga baik itu cctv maupun tukang parkir hal ini yang membuat konsumen merasa tidak aman.

Beberapa pelanggan juga adanya yang mengeluhkan mengenai lokasi dari Sport Futsal walaupun lokasinya terbilang strategis sebab berada tepat dipinggir jalan raya utama, namun terdapat toko yang menutupi papan nama dari sport futsal hal ini yang membuat para konsumen baru sulit untuk menemukan lokasi dari Sport Futsal.

Oleh karena itu berdasar beberapa hal tersebut diatas, penulis sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan mengangkat permasalahan ini dengan judul ***“Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal Kota Tarakan”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan futsal Sport kota tarakan ?
2. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan futsal Sport kota tarakan ?
3. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Futsal Sport Kota Tarakan ?
4. Apakah Fasilitas, Lokasi dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan futsal Sport kota tarakan ?
5. Dari variable Fasilitas, Lokas dan Harga manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Sport Futsal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Sport Futsal Kota Tarakan.
2. Untuk mengetahui lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Sport Futsal Kota Tarakan.

3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Sport Futsal Kota Tarakan
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan Sport Futsal Kota Tarakan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai beberapa manfaat antara lain :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai ilmu pemasaran yang dapat menjadi factor keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam pengetahuan penulis mengenai pemasaran yang dapat diimplementasikan dalam dunia kerja maupun saat membuka usaha sendiri.

2. Manfaat Pemilik Usaha

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pemilik usaha saat mengambil keputusan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori dan Konsep

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Dalam mengukur kegiatan pemasaran perusahaan perlu menerapkan manajemen pemasaran agar terciptanya tujuan perusahaan dalam mengelola pemasaran. Menurut Stanton (Djaslim Saladin, 2007), pengertian manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Selain itu, manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009) adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Dalam uraian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program dengan harapan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

2.1.2 Pemasaran Jasa

Menurut AMA (Asosiasi Pemasaran Amerika) dalam (Kotler dan Keller 2012) definisi pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi. Dari pengertian di atas tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sebuah proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan mempertukarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Pemasaran jasa merupakan setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *Intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun (Lupiyoadi 2013). Sedangkan menurut (Umar dalam Edvantris 2017) pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat *Intangible* dan *immaterial* yang dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan penjual kepada pembeli yang mana tindakan tersebut tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen Zeithaml dan Bitner dalam (Lupiyoadi 2013). Sedangkan menurut Kotler dalam (Lupiyoadi 2013) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan

yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun.

Berikut ini karakteristi jasa menurut (Tjiptono dan Chandra 2011).

1. Tidak Berwujud (*Intangbility*)

Jasa bersifat tidak berwujud artinya jasa tersebut tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.

2. Bervariasi (*Hetergoneity*)

Jasa bersifat bervariasi artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.

3. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa bersifat tidak terpisahkan artinya jasa di jual terlebih dahulu baru kemudian jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat secara bersamaan.

4. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa mudah lenyap artinya jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang, dijual kembali atau dikembalikan.

2.1.3 Bauran Pemasaran

Menurut (Lupiyoadi 2014) “ Bauran Pemasaran merupakan perangkat atau alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses”.

Bauran pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran produk untuk jasa. Bauran produk barang mencakup 4p, yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), lokasi (*Place*), dan promosi (*Promotion*). Sementara untuk produk jasa, keempat faktor tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para ahli pemasaran menambahkan tiga unsur lagi, yaitu orang/sumber daya manusia (*People*), proses (*Process*), dan layanan pelanggan (*Customer Service*). Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain. Dengan demikian, apabila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya maka akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan. Menurut (Lupiyoadi 2014), bauran pemasaran terdiri atas tujuh hal, yaitu sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kebutuhan bauran produk yang dihadapi pemasar jasa bisa sangat berbeda dengan apa yang dihadapi dengan pemasar barang. Aspek pengembangan produk jasa baru juga memiliki keunikan khusus yang berbeda dengan barang, yakni jasa sukar diproteksi dengan hak paten.

2. Harga (*Price*)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen untuk membeli. Yang paling penting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran keseluruhan.

Variabel harga merupakan salah satu faktor yang akan dianalisis oleh peneliti dalam penelitian ini.

3. Promosi (*Promotion*)

Hal yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bauran promosi dimana terdiri atas periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut kemulut, surat langsung. Pemasar dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka.

4. Tempat (*Place*)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik misalnya keputusan mengenai dimana sebuah usaha pencucian mobil harus didirikan. Keputusan menggunakan perantara misalnya apakah akan menggunakan jasa agen perjalanan atau harus memasarkan sendiri paket liburan secara langsung kepada konsumen.

5. Sumber Daya Manusia (*People*)

Dalam hubungan dengan pemasaran jasa “orang” yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Pentingnya Sumber Daya Manusia dalam pemasaran jasa berjaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atas hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan, yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai pelanggan internal dan pemasok internal. Tujuan dari adanya hubungan tersebut adalah untuk mendorong kinerja Sumber Daya Manusia dalam memberikan kepuasan konsumen.

6. Proses (*Process*)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

7. *Customer Service*

Diartikan sebagai kualitas total yang dipersiapkan untuk kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu tanggung jawab atas unsur bauran pemasaran ini tidak dapat dibatasi hanya dengan departemen layanan pelanggan tetapi menjadi perhatian dan tanggung jawab semua personel perusahaan.

2.1.4 Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Menurut (Tjiptono 2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Menurut (Sulastyono dalam Mandasari 2011), Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk menjalankan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat dipenuhi. Pendapat lain juga mengemukakan bahwa Fasilitas merupakan faktor penentu dalam mendominasi pangsa pasar yang diinginkan oleh perusahaan, karena penguasaan pasar dapat dicapai apabila perusahaan

mendapat kedudukan yang baik sehingga dapat menciptakan citra perusahaan bagi para konsumennya (Utami 2010).

Penjelasan Fasilitas menurut (Lupiyoadi dan Hamdani 2008), yaitu penampilan kemampuan sarana dan prasarana dan keadaan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Dengan demikian, *servicescape* itu merupakan penampilan *tangible* organisasi dan karena menjadi sangat penting dalam membentuk harapan konsumen. Jasa bersifat *intangible*, karenanya pelanggan seringkali mengandalkan *physical evidence* dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya selama dan setelah konsumsi.

Menurut (Tjiptono 2006) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Faktor - faktor yang berpengaruh terhadap fasilitas jasa adalah sebagai berikut:

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya.

Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi

yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya.

b. Dimensi Fasilitas

Menurut (Tjiptono 2008) indikator fasilitas ada lima, yaitu :

1. Pertimbangan/Perencanaan Spesial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perlengkapan dan Perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

3. Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain–lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

4. Tata Cahaya dan Warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Unsur Pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

2.1.5 Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Bagi perusahaan jasa penentuan lokasi sangatlah penting karena, lokasi adalah kondisi dimana konsumen akan mendatangi tempat penyedia jasa. Sebelum menentukan lokasi sebaiknya perusahaan memikirkan jarak,

kemudahan konsumen dalam menentukan lokasi, ketersediaan alat transportasi umum bagi kemudahan konsumen dalam menempuh jalan menuju lokasi

Menurut Rambat (Lupiyoadi 2011) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan diman operasi dan sifatnya akan ditempatkan. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Menurut Fandy (Tjiptono dan Gregorius Chandra 2011) lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa atau produk, karen erat kaitannya dengan pasar potensial.

Keputusan lokasi merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Istilah lokasi mengacu pada komunitas lokal dimana bisnis berada. Meskipun kesuksesan tidak hanya bergantung pada lokasi bisnis, namun faktor lokasi akan mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Dalam konteks ini, kesuksesan bisnis dapat bermacam-macam tetapi pada umumnya terkait dengan ukuran obyektif dan subyektif.

b. Dimensi Lokasi

Menurut (Tjiptono 2014) lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi stategik, sebagai berikut:

1. Akses. Lokasi mudah dijangkau dan dilalui oleh kendaran transportasi umum.
2. Visibilitas. Lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarang pandang yang normal
3. Lalu-Lintas (*traffic*). Menyangkut dua hal pertimbangan utama yaitu:

- a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian, yang sering sekali spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa usaha-usaha khusus
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap layanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau bahkan ambulance.
4. Tempat Parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun kendaraan umum terutama roda empat
 5. Ekspansi Yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
 6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Sebagai contoh :warung makan berdekatan dengan daerah asrama mahasiswa, kampus, sekolah, atau perkantoran.
 7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam hal ini menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah dilokasi tersebut telah terdapat banyak pesaing usaha yang sejenis atau tidak.
 8. Peraturan pemerintah yang berisi ketentuan-ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu. Misalnya bengkel kendaraan bermotor terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk.

2.1.6 Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Muzakki 2013). Menurut (Suharno dan Sutarso 2010) harga merupakan sejumlah uang yang ditawarkan atau sejumlah pengorbanan yang diperlukan konsumen untuk memperoleh atau mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkannya dari produsen atau pedagang. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk memperoleh suatu jasa.

Menetapkan harga adalah sebuah keputusan bisnis yang melibatkan seni dan ilmu pengetahuan menggabungkan naluri dan perhitungan yang cermat. Harga merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Teknik penerapan harga yang sembarangan dapat membingungkan dan dapat membuat pelanggan menjauh. Penetapan harga bukan hanya salah satu keputusan yang paling sulit bagi pemilik perusahaan akan tetapi juga menjadi keputusan yang penting (Zimmerer dan Scarborough 2009).

Tujuan penetapan harga adalah tujuan yang berorientasi pada citra. Citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Dan sebaliknya perusahaan juga dapat menetapkan harga rendah untuk menarik konsumen.

Sasaran Penetapan harga terbagi menjadi tiga hal, yaitu:

1. Berorientasi pada laba untuk mencapai target laba investasi dan memaksimalkan harga.
2. Berorientasi pada penjual untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan atau meningkatkan konsumen.
3. Berorientasi pada *status quo* untuk menstabilkan harga dan menangkai persaingan.

Menurut (Mundir 2015) dalam menentukan harga ada tiga kemungkinan, yaitu :

1. Penetapan harga diatas harga pesaing. Cara ini dapat dilakukan apabila perusahaan dapat meyakinkan konsumen bahwa barang yang dijual mempunyai kualitas yang lebih baik.
2. Penetapan harga dibawah harga saingan. Kebijakan ini dipilih untuk menarik lebih banyak pelanggan.
3. Mengikuti harga saingan. Cara ini dipilih untuk mempertahankan agar langganan tidak beralih ketempat yang lain.

b. Dimensi harga

Dimensi harga menurut (Kotler 2012)

1. Keterjangkauan harga

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh pemberi jasa yang sesuai dengan daya beli calon konsumen

2. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa

Aspek penetapan harga yang dilakukan pemberi jasa yang sesuai dengan kualitas jasa yang akan diperoleh oleh calon konsumen. Dalam hal ini konsumen memiliki persepsi bahwa harga yang mahal akan mencerminkan kualitas jasa yang akan diterima.

3. Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh pemberi jasa berbeda dan bersaing dengan yang diberikan pemberi jasa lainnya, pada satu jenis jasa yang sama. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternative jasa yang tersedia sehingga dapat memutuskan untuk mengalokasikan dana pada jasa yang dikehendaki.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh pemberi jasa yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari jasa yang dibeli oleh konsumen.

2.1.7 Keputusan Penggunaan Jasa

a. Pengertian Keputusan Penggunaan Jasa

Suatu keputusan hanya dapat dilihat apabila ada beberapa alternative yang bisa dipilih. Apabila tidak ada alternatif maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan sebagai membuat keputusan (Edvantris 2017). Menurut (Kotler dan Amstrong 2012) keputusan penggunaan jasa adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternative yang ada, tetapi dua factor bisa berada antara niat pengguna jasa dengan keputusan penggunaan jasa. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan factor kedua adalah factor situasional. Sedangkan menurut (Muanas

2014) pengambilan keputusan penggunaan adalah proses pemilihan dan penilaian dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Berdasarkan pengertian di atas disimpulkan bahwa keputusan penggunaan jasa merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk memilih jasa dari berbagai alternatif.

Keputusan Penggunaan Jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, Yaitu:

1. Factor Internal

Merupakan factor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa yang berawal dari dalam diri seorang calon konsumen yang meliputi beberapa bagian yaitu :

- a. Motivasi yaitu keinginan muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh sang calon konsumen.
- b. Persepsi yaitu merupakan perubahan perilaku individu untuk mendapatkan, mengelola dan meninterpretasikan sebuah informasi.
- c. Pembelajaran yaitu merupakan perubahan perilaku individu yang terjadi sebagai akibat dari adanya pengalaman.
- d. Keyakinan dan sikap merupakan faktor psikologi yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa.

2. Factor Eksternal

Adalah sebuah factor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa yang berasal dari luar diri konsumen yang meliputi:

- a. Budaya adalah factor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup dan kebiasaan.
- b. Kelas sosial adalah mengacu pada pengelompokkan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi kelas ekonomi.
- c. Keanggotaan dalam suatu kelompok yang bermacam-macam alasan untuk bergabung, misalbnya: hobi, profesi dan pendidikan.

b. Dimensi Keputusan Penggunaan Jasa

Menurut (Kotler 2012) dimensi untuk mencapai keputusan penggunaan jasa oleh konsumen melalui tahapan-tahapan. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian yang terdiri dari lima tahap, yaitu:

1. Pengenalan Masalah

Tahap ini adalah tahap dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Proses yang terjadi pada saat konsumen menyadari adanya perbedaan antara keadaan yang ada pada mereka dengan kondisi ideal yang mereka inginkan.

2. Pencarian Infomasi

Pencarian informasi merupakan tahap proses dimana konsumen mencari informasi sebanyak-banyaknya. Menurut (Kotler 2012) terdapat empat sumber informasi konsumen, yaitu:

1. Sumber pribadi meliputi keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
2. Sumber komersil meliputi iklan, tenaga penjual, pedagang, perantara dan pengemasan

3. Sumber umum meliputi media massa dan organisasi yang menyediakan informasi konsumen.

4. Sumber pengalaman meliputi penanganan, pemeriksaan dan penggunaan produk atau jasa.

3. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif merupakan tahap proses keputusan konsumen, dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi penyedia jasa lainnya yang sejenis

4. Keputusan penggunaan jasa

Tahap keputusan penggunaan jasa ini adalah tahap dimana konsumen telah menentukan pilihannya dan telah melakukan penggunaan jasa.

5. Perilaku pasca penggunaan jasa

Tahap ini merupakan tahap proses keputusan penggunaan dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah penggunaan jasa dilakukan dan berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.

2.2 Kajian Empiris

Dalam penelitian ini diperlukan adanya penelitian terkait. Hal ini bertujuan agar penelitian ini tidak keluar dari pembahasan yang ingin dibahas. Serta penelitian ini akan menjadi terarah dan penelitian ini pun relevan, juga membantu sebagai penambahan referensi dan bahan-bahan materi. Penelitian mengumpulkan hasil penelitian ini dengan menggunakan cara mencari beberapa jurnal skripsi yang mungkin akan sesuai dengan penelitian ini melalui

berbagai cara seperti internet dan kunjungan langsung ke perpustakaan baik perpustakaan universitas maupun umum. Berikut ini ada beberapa hasil penelitian yang digunakan sebagai bahan referensi mengenai Fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penyewaan lapangan futsal adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Ahamad Mansyur Pane (2017)	Pengaruh Kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dizona futsal	X1 : Kualitas Pelayanan X2: Fasilitas X3: Harga X4: Lokasi Y: keputusan Konsumen	Berdasarkan hasil dari penelitian dapat diketahui bahwasanya fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen zona Futsal
2.	Prima Wahyudi (2019)	Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menyewa Lapangan Futsal Nusantara Duri Riau	X1: Fasilitas X2: Lokasi Y: Keputusan Penyewaan Lapangan Futsal	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variable fasilitas dan lokasi hanya berpengaruh sedikit dan lebih banyak dipengaruhi oleh variable lainnya
3.	Anggar Dewati (2015)	Pengaruh Kualitas, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus di Coffe Radio Klaten	X1: Kualitas Pelayanan X2: Fasilitas Y; Keputusan Pembelian	Berdasarkan hasil dari penelitian diketahui bahwa variable kualitas pelayan berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan variable lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

Lanjutan table 2.1

4.	Reza Dimas Sigit P dan Farah Oktafiani (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pegguan Jasa Lapangan Futsal (studi kasus pada ifi futsal bandung)	X1: Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Pelanggan	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain.
5.	Sri Hartini (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya	X1: Kualitas Pelayanan X2: Fasilitas X3: Harga X4: Lokasi Y: Keputusan Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh fasilitas sangat signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di hotel sakura dan factor lainnya.

Dari penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, antara lain :

1. Ahmad Mansyur Pane (2017) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal. Terdapat kesamaan dalam Variabel Bebas (X2) Fasilitas (X3) Harga (X4) Lokasi. Sedangkan Perbedaan terdapat pada variable bebas (X1) Kualitas Pelayanan dan variabel terkait. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen zona futsal. (2) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen zona futsal. (3) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

konsumen di zona futsal. (4) lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Zona Futsal, dan (5) kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Zona Futsal.

2. Prima Wahyudi (2019) melakukan penelitian mengenai. “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menyewa Lapangan Futsal Nusantara Duri Riau” terdapat kesamaan pada variabel bebas (X1) Fasilitas (X2) Lokasi. Sedangkan Perbedaan penelitian ini tidak memasukkan variabel bebas Harga. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas dan lokasi hanya dapat mempengaruhi keputusan pembeli sebesar 0,316 atau 31,6% sementara sisanya sebesar 0.684 atau 68.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Seperti variabel harga, kualitas pelayanan maupun variabel independen lainnya.
3. Anggar Dewati (2015), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus di Coffe Radio Klaten”. Terdapat satu variabel bebas yang sama (X2) Fasilitas. Sedangkan perbedaan terdapat pada variabel bebas (x1) kualitas pelayanan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai adjusted R square pada table model summary adalah 0.662 hal ini berarti 66.2% keputusan pembelian di “Coffe Radio” dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas. Sedangkan sisanya 33.8% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak masuk dalam penelitian

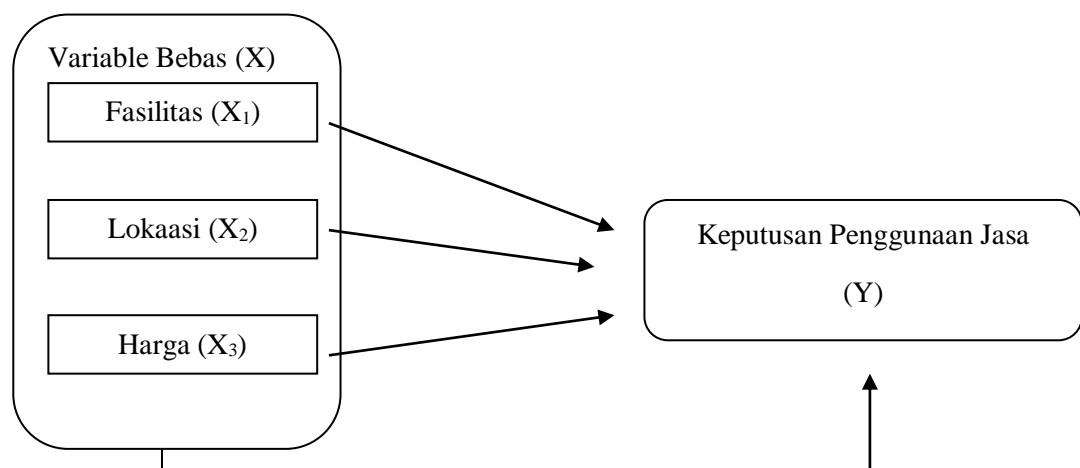
4. Reza Dimas Sigit P dan Farah Oktafiani (2014), melakukan penelitian mengenai. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pegguan Jasa Lapangan Futsal (studi kasus pada IFI Futsal Bandung)”. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial kualitas pelayanan IFI Futsal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji koefisien determinasi, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat presentasi 5.9%, sedangkan sisanya sebesar 94.1% dipengaruhi oleh factor lain dilaur kualitas pelayanan yang tidak diteliti dipenelitian ini seperti brand image, harga, lokasi, dan factor lainnya.
5. Sri Hartini (2017), Melakukan penelitian mengenai. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya”. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yang sama seperti variabel (X2) Fasilitas, (X3) Harga dan (X4) Lokasi. Sedangkan variabel bebas yang berbeda (X1) kualitas pelayanan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di hotel sakura yaitu sebesar 3,80%.

2.3 Hipotesis

Hipotesis ialah dengan sementara dari rumusan masalah penelitian. Hipotesis yang diajukan penulis, adalah :

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan lapangan futsal Sport Futsal ?
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan lapangan futsal Sport Futsal ?
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan lapangan futsal Sport Futsal
4. Fasilitas, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan penyewaan lapangan futsal Sport Futsal ?

Berikut ini adalah gambar model hipotesis dari penelitian ini.



Gambar 2.1 Model Hipotesis

2.4 Definisi Konseptual

Berdasarkan judul dalam penulisan skripsi, yaitu “ Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Sport Futsal Kota Tarakan” maka yang akan menjadi definisi konseptual dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

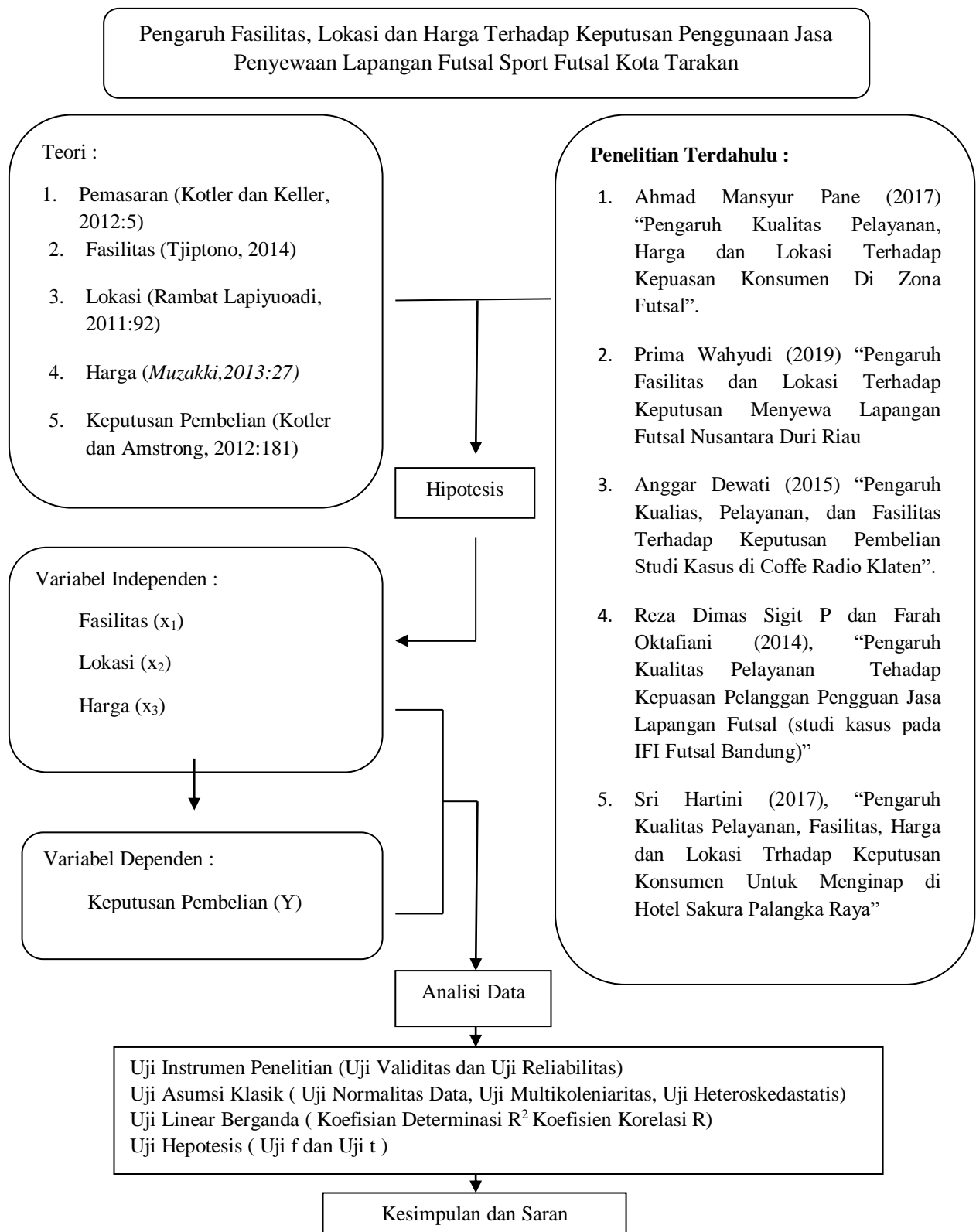
- a. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa. (Tjiptono 2014).
- b. Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan sifatnya akan ditempatkan. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. (Rambat Lupiyoadi 2011).
- c. Harga merupakan sejumlah uang yang akan dibebankan atas suatu produk atau jasa, (Muzakki 2013)
- d. Pengambilan Keputusan Pembelian merupakan proses pemilihan dari berbagai alternative yang ada dan sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Muanas 2014).

2.5 Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian adalah merupakan alur dari sebuah penelitian yang mendasari penelitian. Kerangka penelitian dalam penelitian ini, yaitu :

Gambar 2.2

Kerangka Pikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dipakai menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut *Sugiyono*, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme. Penelitian kuantitatif juga disebut penelitian tradisional, karena jenis penelitian ini sudah cukup lama digunakan oleh para peneliti. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi. Dengan menggunakan metode survey untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah atau bukan buatan. Peneliti melakukan pengumpulan data, misalnya dengan, Kuesioner, test, wawancara terukur dan lain sebagainya (*Sugiyono 2011*)

3.2 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat tiga variable Independen dan satu variable Dependen.

a. Variabel Independen

Variable independen atau variable bebas yang dilambangkan (X) adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab sebuah perubahan atau timbulnya variable dependen. (*Sugiyono 2012*). Variable independen dalam penelitian yaitu :

1. Variabel Fasilitas (X₁)

Pengukuran terhadap variable fasilitas yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teori Menurut (*Tjiptono 2008*) yaitu :

Pertimbangan/Perencanaan Spesial, Perlengkapan dan Perabotan, Perencanaan Ruang, Tata Cahaya dan Warna dan Unsur Pendukung

2. Variable Lokasi (X_2)

Pengukuran variable lokasi yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah dengan menggunakan teori. (Tjiptono 2014) lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, yaitu Akses, Visibilitas, Lalu-Lintas, Tempat Parkir, Ekspansi, Lingkungan, Kompetisi dan Peraturan pemerintah.

3. Variabel Harga (X_3)

Pengukuran variable harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari (Kotler 2012). Yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan.

b. Variable Dependen

Menurut (Sugiyono 2012) variable dependen sering disebut juga dengan variable *output*. Variable yang dipengaruhi atau hasil yang diakibatkan karena adanya variable independen. Dalam penelitian ini variable dependennya adalah Keputusan Penggunaan Jasa (Y). pengukuran pada variable keputusan penggunaan jasa yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teori (Kotler dan Armstrong 2012) yaitu: Pengendalian Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi alternative, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian. Berikut ini table define operaional dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item
Fasilitas (X ₁) menurut Tjiptono (2014)	Pertimbangan/Perencanaan Spesial	1 Tekstur yang memuaskan	1
	Perencanaan Ruang	2 Material yang digunakan dilapangan	2
	Perlengkapan/Perabotan	3 Penempatan perlengkapan	3
	Tata Cahaya	4 Pencahayaan yang baik	4
	Warna	5 Garis yang tampak jelas	5
	Unsur Pendukung	6 Kelengkapan Saran Pendukung Seperti Toilet, Ruang Ganti, dan Kanting	6
Lokasi Variabel (X ₂) Menurut Tjiptono (2014)	Akses	1 Lapangan Futsal Mudah Dijangkau	7
	Visibilitas	2 Lokasi lapangan Sport Futsal Mudah Ditemukan	8
	Lalu Lintas	3 Lalu lintas baik	9
	Ekspansi	4 Lahan disekitar Masih luas	10
	Lahan Parkir	5 Lahan parker yang luas dan aman	11
	Lingkungan	6 Lingkungan sekitar lapangan Sport futsal nyaman	12
	Kompetisi	7 Tempat Usaha Sejenis Tidak Berada Disekitar lapangan Sport Futsal	13
Harga (X ₃) Menurut Suharno dan Sutarso (2010)	Keterjangkauan harga	1 Harga Sewa lapangan Sport futsal terjangkau	14
	Kesesuaian harga dengan kualitas jasa	2 Konsumen tidak keberatan dengan harga yang diberikan	15
	Daya saing harga	3 Harga sewa lapngan Sport Futsal lebih murah dibanding dengan beberpa lapangan yang ada	16
	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	4 Konsumen merasa nyaman saat bermain dilapangan Sport8Futsal	17
	Pengenalan masalah	1 Konsumen memerlukan lapangan futsal untuk	18

Lanjutan tabel 3.1

Keputusan Penggunaan Jasa (Y) menurut Kotler dan Armstrong (2012)		melakukan kegiatan yang menyehatkan	
	Pencarian Informasi	2 Konsumen mengetahui sendiri lapangan Sport futsal	19
	Evaluasi Alternatif	3 Konsumen sudah pernah bermain disemua lapangan Futsal di Kota Tarakan	20
	Keputusan Pembelian	4 Konsumen selalu memilih Sport Futsal untuk bermain futsal	21
	Perilaku Pasca pembelian	5 Konsumen merasa puas dan mengajak teman atau keluarga untuk bermain dilapangan Sport Futsal	22

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa penyewaan lapangan Sport Futsal. Jumlah populasi dalam penelitian ini diestimasi rata-rata penggunaan lapangan futsal 12 orang persatu kali permainan, maka dari jadwal yang didapat penulis dari Sport Futsal, jumlah pengunjung di bulan September sebanyak 936. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Sport Futsal di bulan September 2021.

b. Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Convenience/Accidental Sampling*. *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011).

Untuk memudahkan penelitian jumlah sampel ditetapkan 100 responden dengan kriteria bahwa responden pernah menggunakan atau memakai jasa lapangan Sprot Futsal. Pada jumlah tersebut dianggap sudah *Refrenstati* karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel yang ditentukan berdasarkan sampel dalam penelitian ini di tentukan dengan rumus *Slovin*.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d² = Presisi (ditetapkan 10 atau 0.1 dengan tingkat kepercayaan 95%).

Bersarkan rumus diatas diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{936}{936 \cdot (0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{936}{10,36}$$

$$n = 90,35$$

Jadi dari hasil perhitungan didapatkan yaitu sebesar 90,35 dan untuk mempermudah dalam penelitian maka dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi penelitian ini menggunakan 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Pada penelitian ini wawancara langsung akan dilakukan oleh penulis kepada pemilik usaha Sport Futsal dan para karyawan dan untuk mendapatkan informasi dan juga narasumber kunci yaitu konsumen Sport Futsal.

2. Kuesioner

Data dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan angket/kusioner. Kusioner ini akan diberikan kepada responden pengguna lapangan Port Futsal. Penelitian ini dilakukan secara personal. Data dikumpulkan dengan angket tertutup.

3.5 Alat Pengukur Data

Dalam menganalisis pengukuran data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dimana deskriptif kuantitatif adalah penelitian diuraikan sesuai dengan yang terjadi di lapangan, dan dikaitkan dengan teori-teori yang ada, guna untuk mendapatkan kesimpulan. Dan kuantitatif adalah riset yang bersarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angkat atau bilangan (Suliyanto,2006).

Dalam penelitian ini digunakan kriteris penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Jawaban Reponden	Kode	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Kurang Setuju	KS	3

Lanjutan tabel 3,2

4.	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.6 Teknik Analisis Data

Agar nantinya data penelitian yang telah diteliti dapat bermanfaat maka data harus diolah dan dianalisis. Adapun teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini perhitungan uji validasi penulis menggunakan teknik perhitungan korelasi produk momen dari *pearson* dengan nilai signifikan 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validasi *Pearson* adalah :

1. Apabila titik signifikannya kurang dari 0,05 berarti valid
2. Apabila titik signifikannya lebih dari 0,05 berarti tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu konstruk atau variabel tersebut dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) > 0,06 maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel (Ghazali, 2011:47). Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach $\alpha > 0,6$

- b. Suatu variabel dinyatakan tidak reliable jika memberikan nilai Cronbach $\alpha < 0,6$.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Sample Kolmogorov-smorov Test*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah :

- a. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflating Factor)*.

Pedoman keputusan berdasarkan nilai *Tolerance* yaitu:

- a. Jika *VIF* nilainya lebih kecil dari 10,00 maka itu artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi
- b. Jika *VIF* nilainya lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui adanya atau tidaknya gejala heteroskedistitas yaitu dengan metode *Glejser*. Berikut ini dasar

pengambilan keputusan dalam uji Heteroskedastisitas menggunakan metode uji *glejser* sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikannya melebihi dari 0,05 maka kesimpulan adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya apabila nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulan yang didapat adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

1. Persamaan Regresi

Analisis linear berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen: terhadap variabel dependen yaitu Konsumtif (Y) (Ghozali,2005).

Persamaan regresi linear berganda yang dipakai adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan Pembelian

b_1 b_2 b_3 = koefisien regresi linier masing-masing variable

X_1 = Fasilitas

X_2 = Lokasi

X_3 = Harga

E = Variabel Pengganggu

2. Koefisien Korelasi (r)

Berikut ini klasifikasi nilai koefisien korelasi r *Pearson* :

1. 0,80-1,000 yaitu tingkat hubungan sangat kuat
2. 0,60-0,799 yaitu tingkat hubungan kuat
3. 0,40-0,399 yaitu tingkat hubungan sedang
4. 0,20-0,399 yaitu tingkat hubungan lemah
5. 0,00-0,1999 yaitu tingkat hubungan sangat lemah

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam menemukan koefisien determinasi, hal pertama yang harus diketahui yaitu hasil dari uji f (simultan), hasil tersebut harus signifikan atau ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terkait. Apabila tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terkait secara simultan, maka nilai dari koefisien determinasi tidak bisa dipakai untuk memperhitungkan kontribusi variabel x berpengaruh secara simultan terhadap variabel y .

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda berdasarkan uji signifikan simultan (uji f) dan uji signifikan parameter individual (uji t)

1. Uji t (Parsial)

Menurut (Ghozali dalam Sujarweni 2015), uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Langkah-langkah pengujiannya adalah, sebagai berikut:

a. Formulasi H_0 dan H_a penelitian

Hipotesis

H_a = Terdapat pengaruh antara fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Sport Futsal.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan sport futsal..

b. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}

Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima

c. Dengan menggunakan angka signifikansi

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima

2. Uji f (Simultan)

Menuurut (Sujarweni 2015), uji F digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

secara simultan (bersama-sama). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

a. Formasi H_0 dan H_a penelitian

Hipotesis

H_a = Terdapat pengaruh antara fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan sport futsal.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan sport futsal.

b. Dengan menggunakan angka signifikansi

Jika nilai Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika nilai Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

c. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}

Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Sport Futsal

Sport Futsal merupakan salah satu dari beberapa tempat penyedia penyewaan lapangan futsal yang ada di Kota Tarakan. Sport Futsal berlokasi di Jalan Pangeran Aji Iskandar Juata Korpri dan didirikan pada tahun 2014 oleh pak Talif. Awal mula didirikannya lapangan futsal ini dikarenakan pada tahun 2013 olahraga futsal sangat menjadi tren di Kota Tarakan dan pemilik melihat peluang usaha dimana untuk daerah sekitar tarakan utara belum terdapat usaha penyewaan lapangan futsal. Dimana ini akan menjadikan peluang usaha yang menggiurkan.

Namun pada tahun belakangan ini terjadi penurunan minat masyarakat akan permainan futsal dan pemillik dari sport futsal berinisiatif untuk membangun usaha lain untuk menambah pemasukkannya dan dibuatllah toko alat bangunan yang dibangun teepat didepan gedung sport futsal.

4.1.2 Stuktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi diatas, setiap bagian memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing.

1. Pemilik Lapangan Futsal

Bertugas sebagai penentu dalam mengambil suatu keputusan di Sport Futsal.

2. Kasir

Kasir disini memiliki tugas menghitung pemasukan dan melayani konsumen yang hendak bermain di Sport Futsal.

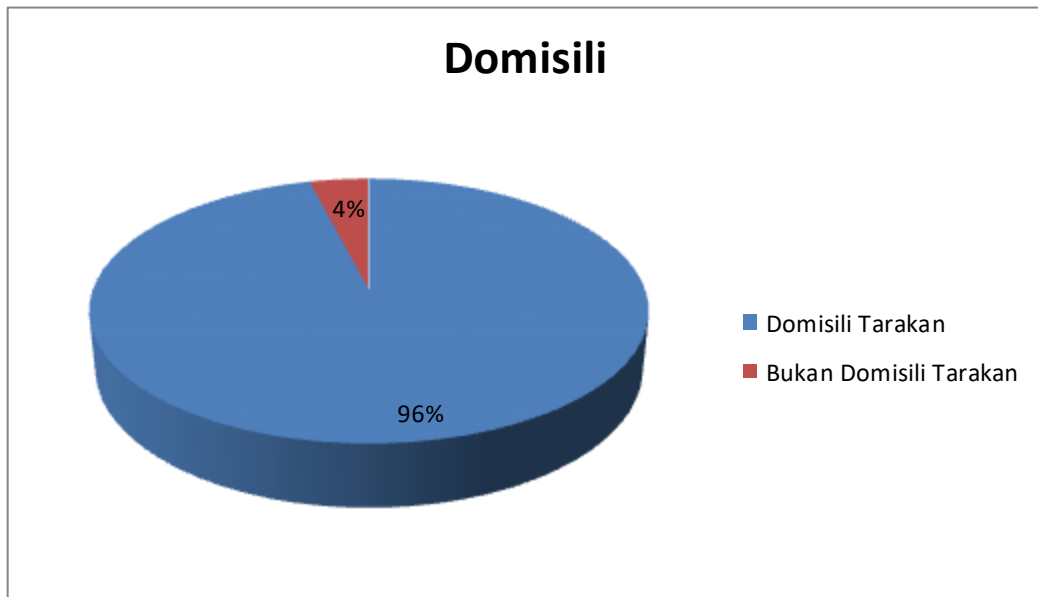
3. Petugas Kebersihan

Tanggung jawab dari petugas kebersihan ialah membersihkan sekitar area Sport futsal.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden

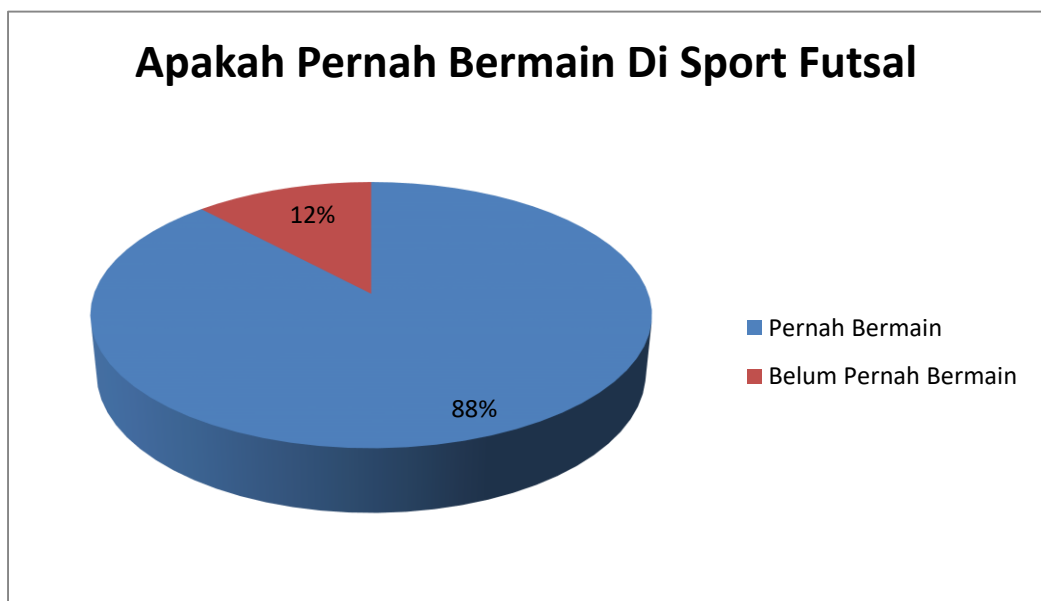
Berdasarkan jawaban responden yang diberikan oleh para responden dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan beberapa kriteria responden yaitu menurut domisili apakah responden tinggal di kota tarakan dan apakah responden pernah bermain di Sport Futsal. Sehingga total responden berjumlah 100 pelanggan



Sumber Data Hasil Kuesioner 2022

Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan domisili

Pada gambar di atas terlihat bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berdomisili di kota tarakan berjumlah 96 orang (96%) dibanding dengan yang bukan domisili di kota tarakan yaitu berjumlah 4 orang (4%)



Sumber Data Hasil Kuesioner 2022

Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pernah di Sport Futsal

Pada gambar di atas terlihat bahwa responden yang pernah bermain di Sport Futsal berjumlah 88 responden (88%) dan yang belum pernah bermain di Sport Futsal berjumlah 12 responden (12%).

4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai tanggapan dari responden untuk setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan mengetahui deskripsi jawaban hingga dapat membantu mengetahui frekuensi jawaban yang diberikan responden.

4.2.3 Variabel Fasilitas (X_1)

Variabel fasilitas terdiri atas 7 indikator ialah sebagai berikut

1. Tekstur dari lapangan Sport Futsal Nyaman

Tanggapan dari responden terhadap pernyataan tekstur lapangan sport futsal nyaman adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kenyamanan Tekstur Lapangan “Sport” Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	10	10%	20
Kurang Setuju	3	26	26%	78
Setuju	4	55	55%	220
Sangat Setuju	5	9	9%	45
Total		100	100%	363

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.1 di atas diketahui mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 55 responden (55%) dan tidak setuju sebanyak 10 responden (10%). Sedangkan kurang setuju ada 26 responden (26%) dan yang menyatakan sangat setuju ada 9 responden (9%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa tekstur dari lapangan Sport Futsal nyaman.

2. Ketahanan Lapangan Sport Futsal Baik

Tanggapan dari ketahanan lapangan sport futsal baik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Ketahanan Lapangan Sport Futsal Baik

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	3	3%	6
Kurang Setuju	3	29	29%	87
Setuju	4	52	52%	218
Sangat Setuju	5	16	16%	80
Total		100	100%	381

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.2 di atas diketahui mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 52 responden (52%) dan 3 responden (3%) menyatakan tidak setuju. Sedangkan 29 responden (29%) menyatakan kurang setuju dan 16 responden (16%) menyatakan sangat setuju. Hal ini berarti responden menyatakan bahwa kualitas lapangan Sport Futsal baik.

3. Penempatan Perlengkapan Sangat Mudah Ditemui

Tanggapan responden terhadap pernyataan penempatan perlengkapan sangat mudah ditemui adalah sebagai berikut:

Table 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Penempatan Perlengkapan Mudah Ditemui

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	16	16%	32
Kurang Setuju	3	28	28%	84
Setuju	4	47	47%	188
Sangat Setuju	5	9	9%	45
Total		100	100%	349

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.3 diketahui bahwa mayoritas setuju sebanyak 47 responden (47%) dan 9 responden (9%) menyatakan sangat setuju. Sedangkan 28 responden (28%) kurang setuju dan yang menyatakan tidak setuju ada 16 responden (16%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa penempatan perlengkapan Sport Futsal mudah ditemui.

4. Pencahayaan Sport Futsal yang Baik

Tanggapan responden terhadap pernyataan sport futsal memiliki pencahayaan yang baik adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Pencahayaan “Sport” Futsal yang Baik

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	6	6%	12
Kurang Setuju	3	21	21%	63
Setuju	4	56	56%	224
Sangat Setuju	5	14	14	70
Total		100	100%	381

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.4 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 56 responden (56%) dan tidak setuju sebanyak 6 responden (6%). Sedangkan yang menyatakan kurang setuju 21 responden (21%) dan sangat setuju sebanyak 14 responden (14%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa Sport Futsal Memiliki Pencahayaan yang baik.

5. Garis Lapangan Sport Futsal Terlihat Jelas

Tanggapan responden terhadap garis lapangan sport futsal terlihat jelas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Garis Lapangan Sport Futsal Terlihat Jelas

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	0
Kurang Setuju	3	13	13%	39
Setuju	4	71	72%	288

Lanjutan table 4.5

Sangat Setuju	5	12	12%	60
Total		100	100%	391

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.5 diatas diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 71 responden (71%) dan tidak setuju sebanyak 4 responden (4%). Sedangkan yang kurang setuju sebanyak 13 responden (13%) dan sangat setuju sebanyak 12 responden (12%). Hal ini menunjukkan bahwa garis lapangan Sport Futsal terlihat jelas.

6. Tersedia Tanda-Tanda yang Mudah Dilihat

Tanggapan responden terhadap tersedia tanda-tanda yang mudah dilihat di sport futsal adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Tersedia Tanda-Tanda Yang Mudah Dilihat Di Sport Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	6	6%	6
Tidak Setuju	2	17	17%	34
Kurang Setuju	3	34	34%	102
Setuju	4	39	39%	156
Sangat Setuju	5	4	4%	20
Total		100	100%	318

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.6 diketahui bahwa mayoritas dari responden menyatakan setuju sebanyak 39 responden (39%) dan sebanyak 4 responden (4%) menyatakan

sangat setuju dan 6 responden (6%) menyatakan sangat tidak setuju. Sedangkan 34 responden (34%) menyatakan kurang setuju dan 17 responden (17%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan tanda-tanda di Sport Futsal mudah untuk dilihat.

4.2.4 Variabel Lokasi (X^2)

1. Lokasi Sport Futsal Strategis

Tanggapan dari responden terhadap lokasi Sport Futsal Strategis adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Lokasi Sport Futsal Strategis

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	8
Kurang Setuju	3	22	22%	66
Setuju	4	58	58%	230
Sangat Setuju	5	16	16%	80
Total		100	100%	386

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.7 diketahui bahwa mayoritas responden yang menyatakan setuju sebanyak 58 responden (58%) dan tidak setuju sebanyak 4 responden (4%). Sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden (16%) dan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 22 responden (22%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa lokasi dari Sport Futsal cukup strategis.

2. Kemudahan Ditemukannya Lokasi Sport Futsal

Tanggapan dari responden terhadap pernyataan lokasi dari Sport Futsal mudah ditemukan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kemudahan Ditemukannya Lokasi “Sport” Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4%	8
Kurang Setuju	3	16	16%	48
Setuju	4	67	67%	268
Sangat Setuju	5	13	13%	65
Total		100	100%	389

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.8 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 67 responden (67%) dan tidak setuju sebanyak 4 responden (4%). Sedangkan yang kurang setuju sebanyak 16 responden (16%) dan sangat setuju 13 responden (13%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa lokasi dari Sport Futsal mudah ditemukan.

3. Kemudahan Akses Menuju ke Sport Futsal Lancer

Tanggapan responden terhadap lalu lintas menuju ke Sport Futsal lancer adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kemudahan Akses Menuju Ke “Sport” Futsal Lancar

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	3	3%	6
Kurang Setuju	3	23	23%	69
Setuju	4	63	63%	252
Sangat Setuju	5	11	11%	55
Total		100	100%	382

Dari Tabel 4.9 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 63 responden (63%) dan tidak setuju 3 responden (3%). Sedangkan yang kurang setuju sebanyak 23 responden (23%) dan sangat setuju 11 responden (11%). Hal ini menunjukkan bahwa lalu lintas menuju ke Sport Futsal cukup Lancar.

4. Keluasan dan Keamanan Lahan Parkit Sport Futsal

Tanggapan responden terhadap keluasan dan keamanan lahan parkir Sport, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keluasan dan Keamanan Lahan Parkir “Sport” Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	15	15%	35
Setuju	4	65	65%	260
Sangat Setuju	5	20	20%	100
Total		100	100%	405

Dari Tabel 4.10 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 65 responden (65%) dan kurang setuju sebanyak 15 responden (15%). Sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden (20%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa lahan parkir di Sport Futsal Luas dan Aman.

5. Peluang Ekspansi Sport futsal dapat menguntungkan sport futsal dikemudian hari

Tanggapan responden terhadap pernyataan bahwa lahan kosong di sekitar Sport Futsal digunakan untuk Ekspansi dapat menguntungkan Sport Futsal dikemudian hari.

Table 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Ekspansi “Sport” Futsal dapat Menguntungkan Dikemudian Hari

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	25	25%	75
Setuju	4	64	64%	256
Sangat Setuju	5	11	11%	55
Total		100	100%	386

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.11 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 64 responden (64%) dan sangat setuju sebanyak 11 responden (11%). Sedangkan yang kurang setuju sebanyak 25 responden (25%). Hal ini berarti

responden menanyakan bahwa Ekspansi Sport Futsal dapat menguntungkan dikemudian hari.

6. Kenyamanan Suasana Lingkungan Sport Futsal

Tanggapan responden terhadap pernyataan suasana lingkungan Sport Futsal nyama

Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kenyamanan Suasana Lingkungan “Sport” Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Kurang Setuju	3	16	16%	48
Setuju	4	69	69%	276
Sangat Setuju	5	13	13%	65
Total		100	100%	393

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.12 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 69 responden (69%) dan sangat setuju sebanyak 13 responden (13%). Sedangkan 16 responden (16%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa suasana lingkungan Sport Futsal cukup nyaman.

7. Usaha Sejenis Di Sekitar Sport Futsal Tidak Merugikan Sport Futsal

Tanggapan responden terhadap pernyataan usaha sejenis disekitar sport futsal tidak merugikan sport futsal

Table 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Pernyataan Usaha Sejenis Di Sekitar Sport Futsal Tidak Merugikan Sport Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	27	27%	81
Setuju	4	68	68%	292
Sangat Setuju	5	5	5%	25
Total		100	100%	378

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.13 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 68 responden (68%) dan sangat setuju sebanyak 5 responden (5%). Sedangkan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 27 responden (27%). Hal ini menunjukkan bahwa usaha sejenis disekitar tidak merugikan Sport Futsal.

4.2.5 Variabel Harga (X^3)

1. Keterjangkauan harga sewa yang dikenakan Sport Futsal Kepada Konsumen

Tanggapan responden terhadap pernyataan harga Sport Futsal terjangkau untuk konsumen

Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keterjangkauan Harga Sewa yang Dikenakan "Sport" Futsal Kepada Konsumen.

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	6	6%	12
Kurang Setuju	3	14	14%	42

Lanjutan table 4.14

Setuju	4	57	57%	228
Sangat Setuju	5	23	23%	115
Total		100	100%	397

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.14 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 57 responden (57%) dan tidak setuju sebanyak 6 responden (6%). Sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 responden (23%) dan yang kurang setuju sebanyak 14 responden (14%). Hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan Sport Futsal sangat terjangkau untuk konsumen.

2. Daya Saing Harga/Tarif yang Dikenakan Sport Futsal Dibanding Pesaingnya

Tanggapan responden mengenai pernyataan Daya Saing Harga/Tarif yang Dikenakan Sport Futsal dibanding Pesaingnya

Table 4.15 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Daya Saing Harga/Tarif Yang Dikenakan Sport Futsal Dibanding Pesaingnya

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	6	6%	12
Kurang Setuju	3	11	11%	33
Setuju	4	65	65%	260
Sangat Setuju	5	18	18%	90
Total		100	100%	395

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.15 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 65 responden (65%) dan tidak setuju sebanyak 6 responden (6%). Sedangkan yang sangat setuju sebanyak 18 responden (18%) dan kurang setuju sebanyak 11 responden (11%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa harga yang diberikan Sport Futsal lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.

3. Kesesuaian Harga yang Ditawarkan Dengan Kenyamanan yang Diberikan Sport Futsal

Tanggapan responden terhadap pernyataan kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kenyamanan yang diberikan sport futsal.

Table 4.16 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Kenyamanan yang Diberikan

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Kurang Setuju	3	29	29%	87
Setuju	4	60	60%	240
Sangat Setuju	5	11	11%	55
Total		100	100%	382

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.16 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 60 responden (60%) dan kurang setuju sebanyak 29 responden (29%). Sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden (11%). Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Sport Futsal sesuai dengan kenyamanan yang diberikan.

4. Kesesuaian Harga yang Diberikan Dengan Manfaat yang Didapatkan Dari Sport Futsal

Tanggapan responden terhadap pernyataan kesesuaian harga yang diberikan dengan manfaat yang didapatkan dari sport futsal.

Tabel 4.17 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harga yang Diberikan Dengan Manfaat yang Didapatkan Dari “Sport” Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	16	16%	32
Kurang Setuju	3	0	0%	0
Setuju	4	73	73%	292
Sangat Setuju	5	11	11%	55
Total		100	100%	379

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.17 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 57 responden (57%) dan tidak setuju sebanyak 15 responden (15%). Sedangkan 28 responden (28%) menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan Sport Futsal sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

4.2.6 Variabel Keputusan Pembelian (Y)

1. Tingkat Kebutuhan Lapangan Futsal untuk Berolahraga

Tanggapan responden terhadap pernyataan tingkat kebutuhan lapangan futsal untuk berolahraga.

Tabel 4.18 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Tingkat Kebutuhan Lapangan Futsal Untuk Berolahraga

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	1	1%	1
Kurang Setuju	3	12	12%	36
Setuju	4	72	72%	288
Sangat Setuju	5	15	15%	75
Total		100	100%	401

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.18 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 72 responden (72%) dan tidak setuju sebanyak 1 responden (1%). Sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden (15%) dan kurang setuju sebanyak 12 responden (12%) Hal ini berarti responden menyatakan bahwa responden memang memerlukan jasa penyewaan lapangan futsal untuk berolahraga

2. Pemahaman Lokasi Lapangan Sport Futsal

Tanggapan responden terhadap pernyataan pemahaman lokasi lapangan sport futsal

Tabel 4.19 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Pemahaman Lokasi Lapangan “Sport” Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Kurang Setuju	3	17	17%	51
Setuju	4	76	76%	304

Lanjutan tabel 4.19

Sangat Setuju	5	7	7%	35
Total		100	100%	390

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.19 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 76 responden (76%) dan sangat setuju sebanyak 7 responden (7%). Sedangkan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 17 responden (17%). Hal ini berarti responden menyatakan bahwa responden mengetahui sendiri lapangan Sport Futsal

3. Mengetahui Adanya Pesaing Futsal Lain

Tanggapan responden terhadap pernyataan mengetahui adanya pesaing futsal lain.

Tabel 4.20 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Mengetahui Adanya Pesaing Futsal Lain

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Kurang Setuju	3	15	15%	45
Setuju	4	75	75%	300
Sangat Setuju	5	10	10%	50
Total		100	100%	395

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.20 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 75 responden (75%) dan sangat setuju sebanyak 10 responden (10%). Sedangkan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 15 responden (14%). Hal

ini menunjukkan bahwa responden mengetahui lapangan futsal lain selain Sport Futsal.

4. Keputusan Memilih Lapangan Sport Futsal untuk Bermain Futsal

Tanggapan responden terhadap Pernyataan keputusan memilih lapangan sport futsal untuk bermain futsal

Table 4.21 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keputusan Memilih Lapangan Sport Futsal Untuk Bermain Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	17	17%	34
Kurang Setuju	3	19	19%	57
Setuju	4	68	68%	272
Sangat Setuju	5	6	6%	30
Total		100	100%	373

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.21 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 68 responden (68%) dan sangat setuju sebanyak 6 responden (6%). Sedangkan 19 responden (19%) menyatakan kurang setuju dan tidak setuju sebanyak 17 responden (17%). Hal ini menunjukkan bahwa responden banyak yang memilih lapangan Sport Futsal untuk bermain Futsal.

5. Kepuasan dalam Bermain di Sport Futsal

Tanggapan responden terhadap pernyataan Kepuasan dalam bermain di sport futsal

Tabel 4.22 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kepuasan Dalam Bermain di Sport Futsal

Kriteria	Skala	Frekuensi	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Tidak Setuju	2	9	9%	18
Kurang Setuju	3	13	13%	39
Setuju	4	71	71%	284
Sangat Setuju	5	7	7%	35
Total		100	100%	387

Sumber data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.22 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 71 responden (71%) dan sangat setuju sebanyak 7 responden (7%). Sedangkan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 13 responden (13%) dan responden (9%) tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dan menyarankan kepada teman dan keluarga untuk bermain di Sport Futsal.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas yang ada dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu program spss 2.5. Berikut merupakan hasil dari uji validitas adalah :

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	$r_{tabel\ 5\% (100)}$	KET.
Fasilitas (X1)	Indikator 1	0.756	0.300	Valid
	Indikator 2	0.594	0.300	Valid
	Indikator 3	0.750	0.300	Valid
	Indikator 4	0.596	0.300	Valid

Lanjutan tabel validitas

	Indikator 5	0.563	0.300	Valid
	Indikator 6	0.581	0.300	Valid
Lokasi (X2)	Indikator 1	0.662	0.300	Valid
	Indikator 2	0.706	0.300	Valid
	Indikator 3	0.711	0.300	Valid
	Indikator 4	0.490	0.300	Valid
	Indikator 5	0.492	0.300	Valid
	Indikator 6	0.561	0.300	Valid
	Indikator 7	0.592	0.300	Valid
Harga (X3)	Indikator 1	0.789	0.300	Valid
	Indikator 2	0.715	0.300	Valid
	Indikator 3	0.703	0.300	Valid
	Indikator 4	0.725	0.300	Valid
Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	Indikator 1	0.764	0.300	Valid
	Indikator 2	0.695	0.300	Valid
	Indikator 3	0.778	0.300	Valid
	Indikator 4	0.620	0.300	Valid
	Indikator 5	0.733	0.300	Valid

Sumber data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas pengujian validitas variabel fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa dengan 22 pernyataan, dan setelah dilakukan pengujian dapat diketahui hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} pada nilai signifikan 5%. Daripada itu maka dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner penelitian ini valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian

2. Uji Reliabilitas

Berikut ini merupakan hasil dari uji reliabilitas dari setiap variabel:

Butir Pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	KET
X1	0.708	0.7	Reliabel
X2	0.711	0.7	Reliabel
X3	0.708	0.7	Reliabel
X4	0.748	0.7	Reliabel

Sumber data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai *Chonbach' Alpha* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel untuk mengukur fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Sport Futsal.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

Berikut ini merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan *sample*

Kolmogorov Smirnov Test :

- a. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Dengan menggunakan bantuan *software spss 25* diperoleh hasil

sebagai berikut :

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.28629218
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.065
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber data diolah tahun 2022

Bersadarkan tabel di atas, nilai sig yang diperoleh adalah 0,123.

Karena nilai sig nya (0,123) lebih besar 0,05 artinya data berdistribusi dengan normal.

2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai

Tolerance dan VIF (*Variance Inflating Factor*)

Pedoman keputusan berdasarkan nilai *Tolerance* yaitu :

- Jika VIF nilainya lebih kecil dari 10,00 maka itu artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
- Jika VIF nilainya lebih besar dari 10,00 maka dapat diartikan bahwa terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Dengan bantuan *Software spss 25* diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas (X1)	.861	1.161
	Lokasi (X2)	.924	1.082
	Harga (X3)	.817	1.223

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel X1,X2 dan X3 berturut-turut memiliki nilai VIF sebesar 1,161;1,082 dan 1,223, karena nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam data

3 Uji Heteroskedastisitas

Hasil daripada uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Glejser*. Berikut ini dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji *Glesjer* sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan melebihi dari 0,05 maka kesimpulan adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya jika nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulan yang didapat adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

Berikut ini merupakan hasil yang diperoleh:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.506	.240		2.106	.038

Fasilitas (X1)	-.042	.042	-.109	-.999	.321
Lokasi (X2)	-.047	.055	-.091	-.863	.390
Harga (X3)	.010	.040	.027	.241	.810

a. Dependent Variable: ABSRES

Bersarakan tabel diatas, variabel X1,X2 dan X3 berturut-turut memiliki nilai sig sebesar 0,321;0,390; dan 0,810. Karena masing-masing variabel memiliki nilai sig yang lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa tidak terdapat pelanggaran heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.3.3 Analisis Regresi Berganda

1 Persamaan Regresi

Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas, (X1) Fasilitas, (X2) Lokasi, dan (X3) Harga terhadap variabel terikat (Y) Keputusan Penggunaan Jasa. Hasil pengujiannya sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.455	.355		1.284	.202
	Fasilitas (X1)	.162	.062	.195	2.602	.011
	Lokasi (X2)	.367	.081	.330	4.550	.000
	Harga (X3)	.359	.059	.466	6.038	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = \alpha + 0,455 + 0,162 \text{ Fasilitas (X1)} + 0,367 \text{ Lokasi (X2)} + 0,359 \text{ Harga (X3)}$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel independennya menggambarkan apabila diperkirakan variabel independennya naik sebesar satu unit dan nilai variabel independen lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan 0, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun dengan tanda koefisien regresi independennya.

1. Konstanta (a)

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 0,455. Artinya, jika variabel keputusan penggunaan jasa tidak berpengaruh oleh keempat variabel independennya yaitu fasilitas, lokasi dan harga akan bernilai 0,455. Pada Sport Futsal

2. Koefisien Regresi Variabel Fasilitas (X1)

Pada koefisien regresi untuk variabel independen fasilitas bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara fasilitas dengan keputusan penggunaan jasa. Koefisien regresi pada variabel fasilitas sebesar 0,367 mengandung arti untuk setiap pertambahan fasilitas sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan penggunaan jasa sebesar 0,162

3. Koefisien Regresi Variabel Lokasi (X2)

Pada Koefisien regresi untuk variabel lokasi bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara lokasi dengan keputusan penggunaan jasa. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar

0,367 yang mengandung arti untuk setiap penambahan lokasi sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan penggunaan jasa sebesar 0,367.

4. Koefisien Regresi Variabel Harga (X3)

Pada koefisien regresi untuk variabel harga bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan searah antara harga dengan keputusan penggunaan jasa. Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,359 mengandung arti untuk setiap penambahan harga sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan penggunaan jasa sebesar 0,359.

2 Koefisien Korelasi (R)

Pada koefisien menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel bebas ($X_1, X_2,$ dan X_3) bersamaan terhadap variabel terikat (Y), nilai dari R berkisar antara 0 sampai 1 apabila nilai R mendekati 1 maka hubungannya akan semakin kuat, tetapi sebaliknya apabila nilai R mendekati 0 maka hubungannya semakin lemah. Berikut ini merupakan hasil analisis korelasi berganda:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.519	.29073

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

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan hasil tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,730. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang kuat antara Fasilitas,Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.

3 Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya pengaruh fasilitas, lokasi dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa dapat ditunjukkan oleh nilai R^2 (R Square) berdasarkan tabel di baawah ini:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.519	.29073

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

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan tabel diatas, nilai R^2 adalah 0,533 atau 53,3%. Artinya variabel Fasilitas,Lokasi dan Harga memberikan pengaruh sebesar 53,3% terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Sedangkan sisanya sebesar 46,7% merupakan kontribusi variabel lain selain Fasilitas, Lokasi dan Harga.

4.3.4 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Hasil dari uji t dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.455	.355		1.284	.202
	Fasilitas (X1)	.162	.062	.195	2.602	.011

Lokasi (X2)	.367	.081	.330	4.550	.000
Harga (X3)	.359	.059	.466	6.038	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel fasilitas memiliki nilai sig sebesar 0,11 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,602. Karena nilai sig nya (0,011) lebih rendah dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (2,602) lebih besar dari tabel (t_{tabel} 1,985) maka H01 diterima artinya fasilitas memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.
2. Variabel Lokasi memiliki nilai sig sebesar 0,000 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,550. Karena nilai signya (0,000) lebih rendah dari 0,05 dan nilai hitunh (4,500) lebih besar dari t_{tabel} (1,985) maka H02 diterima artinya Lokasi memberikan pengeruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.
3. Variabel Harga memiliki nilai sig sebesar 0,000 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,602. Karena nilai sig nya (0,000) lebih rendah dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (6,038) lebih besar dari t_{tabel} (1,985) maka H03 diterima artinya Harga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

2. Uji F (Simultan)

Hasil dari uji f dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.276	3	3.092	36.580	.000 ^b
	Residual	8.114	96	.085		
	Total	17.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

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

Dari tabel diatas, diperoleh nilai sig yang diperoleh adalah 0,000 dan nilai f_{hitung} (36,580) lebih besar dari f_{tabel} (2,699) maka H_0 diterima artinya fasilitas, lokasi dan harga secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa sport futsal.

3. Uji Variabel Yang Berpengaruh Dominan

Berdasarkan table uji parsial (t) menunjukkan bahwa nilai dari *Standardized Coefficients Beta* terbesar adalah variabel harga (X_3) sebesar 0,466 yang menandakan bahwa variabel (X_3) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada Sport Futsal Kota Tarakan.

4.4 Pembahasan

1 Pengaruh Fasilitas (X_1) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan hasil analisis Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Sport Futsal. Dengan begitu H_0 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ahmad Mansyur Pane (2017) “Pengaruh Kualitas, Pelayanan. Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Zona Futsal” Hasil menunjukkan bahwa terdapa pengeruh positif dan signifikan antara variabel Fasilitas terhadap Keputusan Penyewaan Lapangan Futsal.

Sejalan juga dengan pendapat Tjiptono (2014) fasilitas merupakan sumber daya yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh

karena itu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang akan dirasakan konsumernya secara langsung. Adapun temuan-temuan yang penulis temukan di lapangan selama penulis melakukan penelitian dan diperkuat dengan hasil kuisioner yang telah dijawab oleh responden pada indikator fasilitas kualitas lapangan nyaman, dan kondisi lapangan masih baik namun harus ada sedikit perbaikan untuk sport futsal seperti memasang CCTV di sekitar tempat parkir.

Sport Futsal diharapkan dapat mempertahankan kualitas dari fasilitas yang disediakan seperti kondisi bola, lapangan, dan tingkat pencahayaan agar dapat menambah daya tarik terhadap konsumen.

2 Pengaruh Lokasi (X₂) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Sport Futsal. Dengan begitu H₀₂ diterima. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Prima Wahyudi (2015) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menyewa Lapangan Futsal Nusantara Duri Riau”. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan Rambat Lupiyoadi (2011) lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan sifatnya akan ditempatkan. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Adapun temuan-

temuan yang ditemukan oleh penulis dilapangan selama melakukan penelitian dan diperkuat dengan hasil koesioner yang telah dijawab oleh responden pada indikator variabel Lokasi menunjukkan bahwa konsumen sangat berpengaruh terhadap lokasi dari sport futsal.

Dengan mendapatkan lokasi yang strategis maka keberlangsungan usaha akan terjamin. Dengan strategisnya lokasi dari Sport Futsal dapat membantu menarik konsumen sehingga akan mempertahankan konsumen yang ada. Kebanyakan konsumen yang datang bermain di Sport Futsal merasa nyaman dikarna berada tepat dipinggir jalan utama kota.

3 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel Harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Sport Futsal. Dengan begitu H03 diterima. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sri Hartini (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya”. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Hotel Sakura.

Dan juga sejalan dengan teori yang dikemukakan menurut Suharno dan Sutarso (2010) harga merupakan sejumlah uang yang ditawarkan atau sejumlah pengorbanan yang perlu dilakukan konsumen untuk memperoleh atau mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkannya dari produsen atau pedagang. Adapun temuan-temuan yang penulis temukan dilapangan

selama penelitian dan diperkuat dengan hasil kuesioner yang telah dijawab oleh responden pada indikator variabel Harga menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh sport futsal tidak membuat konsumen merasa terbebani dan harga yang ditawarkan masih lebih murah jika dibandingkan dengan beberapa penyedia lapangan lainnya. Maka dari itu sport futsal diharapkan dapat memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, guna menjaga konsumen agar tetap memakai jasa penyewaan lapangan futsal di Sport Futsal.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian menggunakan alat analisis *Statistical Package for Sosial Sciene* (SPSS) versi 25 yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Penyewaan Lapangan Futsal Sport Futsal.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa penyewaan Lapangan Futsal Sport Futsal.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa penyewaan lapangan futsal Sport Futsal.
4. Fasilitas, Lokasi dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Penggunaan Jasa penyewaan lapangan futsal Sport Futsal.
5. Variabel harga merupakan variabel yang lebih berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa penyewaan lapangan Sport futsal

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti menyampaikan beberapa sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan kepada Sport Futsal agar melakukan beberapa perbaikan terhadap tanda-tanda disekitar area sport futsal agar memudahkan bagi para konsumen. Sebab dari hasil penelitian terdapat kekurangan di Sport Futsal hal ini dibuktikan dengan 100 responden 6 menyatakan sangat tidak setuju, 17 menyatakan tidak setuju, dan 34 menyatakan kurang setuju.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian terhadap variabel bebas diluar dari yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan atau bauran pemasaran yang lain yang mungkin dapat digunakan untuk mengetahui pengambilan keputusan penggunaan jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal". Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Anggar, D 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Coffe Radio Klaten). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Giinting, 2020. "Anaslisir Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokas, Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Perason. Jakarta.
- Krisdayantto, 2018. "Analisis Pengaruh Harga,, Kualiiitas Pelaayanan, Fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Café Lina Putra Net Bandung.
- Lupiyadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Muzakki. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (studi kasus pada pencucian mobil levi auto Semarang)'. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Prima, W 2019 "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Lapangan Futsal Nusantara Duri Riau". Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Reza P 2014 "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaan Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung) Universitas Telkom.
- Syadiansah. 2017. Pengaruh Fasilitas, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap keputusan sewa lapangan futsal oleh Mahasiswa.. Jurnal samudra dan bisnis.
- Sugiyono "Metode Penelitian Kuantitatiff Kualitatif dan R & D", Cetakan ke 13, Alfabet Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemenn Jasa*. Edisi Keempat. Andi.Yogyakarta
- Tjiptono, Fandi. 2011 dan Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. ANDI Edisi Ketiga. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandi. 2011. Pemasaran Jasa. Bayumedia. Malang
- Tjiptono. 2012. Pemasaran Strategik. Andi Offset. Yogyakarta

Wijaya, 2011. Manajemen Kualitas Jasa. PT.Indeks. Jakarta

Widagdo, 2020. "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menyewa di Studio Musik Mosas Surabaya.

LAMPIRAN

7.	Lokasi Sport Futsal strategis					
8.	Kemudahan ditemukannya Lokasi dari Sport Futsal					
9.	Kemudahan Akses Menuju Sport Futsal					
10	Keluasan dan Keamanan Lahan parkir Sport futsal					
11	Peluang Ekspansi Sport Futsal dapat Menguntungkan Dikemudian Hari					
12.	Kenyamanan Suasana Lingkungan Sport Futsal					
13	Usaha sejenis disekitar Sport Futsal tidak merugikan Sport futsal					
HARGA						
14.	Keterjangkauan Harga yang Dikenakan Sport Futsal Kepada konsumen					
15.	Dayasaing Harga yang Dikenakan Sport Futsal Dibandiing dengan pesaingnya					
16.	Kesesuaian Harga yang ditawarkan Sport Futsal sesuai dengan Kepuasan yang diberikan					
17.	Kesesuaian Harga yang Dikenakan Sport Futsal sesuai dengan Manfaat yang didapatkan					
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA						
18.	Tingkat Kebutuhan Lapangan Futsal untuk Berolahraga					
19.	Pemahaman Lokasi Lapangan Sport Futsal					
20.	Adanya Pesaing Futsal lain					
21.	Keputusan Memilih Lapangan Sport Futsal uuntuk Bermain Futsal					
22.	Kepuasan dalam Penggunaan Lapangan Futsal Sport					

TERIMA KASIH ATAS KESEDIAAN ANDA MENGGISI KUSIONER INI

Lampiran 2 : Jawaban Responden

	Fasilitas (X1)						R a t a - R a t a	Lokasi (X2)							R a t a - R a t a	Harga (X3)				R a t a - R a t a	Keputusan Penggunaan Jasa (Y)					R a t a - R a t a				
	X 1 1	X 1 2	X 1 3	X 1 4	X 1 5	X 1 6		X 2 1	X 2 2	X 2 3	X 2 4	X 2 5	X 2 6	X 2 7		X 3 1	X 3 2	X 3 3	X 3 4		X 3	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4		Y 5	Y		
1	5	5	5	5	4	5	2 9	4 8	5	5	4	3	4	4	4	2 9	4 1	4	5	5	5	1 9	4 8	5	4	5	4	4	2 2	4 4
2	4	4	4	4	4	3	2 3	3 8	3	4	4	4	4	3	4	2 6	3 7	4	4	4	4	1 6	4 0	4	4	3	4	4	1 9	3 8
3	5	4	4	3	2	3	2 1	3 5	4	5	4	3	4	4	3	2 7	3 9	4	4	4	4	1 6	4 0	2	3	4	3	4	1 6	3 2
4	4	5	3	4	4	3	2 3	3 8	4	4	4	4	4	4	4	2 8	4 0	4	4	3	2	1 3	3 3	4	4	4	4	4	2 0	4
5	4	5	3	4	5	4	2 5	4 2	5	3	4	4	4	3	4	2 7	3 9	5	4	4	4	1 7	4 3	2	4	4	4	2	1 6	3 2
6	3	4	4	5	3	4	2 3	3 8	4	4	4	4	4	2	4	2 6	3 7	4	4	4	3	1 5	3 8	2	4	4	3	4	1 7	3 4
7	5	4	3	4	4	5	2 5	4 2	3	4	5	3	4	4	5	2 8	4 0	4	4	3	3	1 4	3 5	4	4	4	3	2	1 7	3 4
8	4	5	4	3	3	4	2 3	3 8	4	3	5	3	5	4	4	2 8	4 0	4	4	4	4	1 6	4 0	4	3	4	4	3	1 8	3 6
9	4	4	4	4	4	4	2 4	4 0	5	3	5	3	4	4	4	2 8	4 0	5	4	3	2	1 4	3 5	4	3	5	4	4	2 0	4
10	5	4	2	4	4	3	2 2	3 7	3	4	4	3	4	4	4	2 6	3 7	5	3	4	4	1 6	4 0	5	3	4	2	4	1 8	3 6
11	4	5	3	5	5	3	2 5	4 2	2	4	4	3	4	3	4	2 4	3 4	4	3	4	4	1 5	3 8	4	4	3	4	3	1 8	3 6
12	5	4	5	4	4	4	2 6	4 3	5	4	3	4	4	4	3	2 7	3 9	4	3	4	4	1 5	3 8	4	4	3	4	4	1 9	3 8
13	4	5	4	4	4	4	2 5	4 2	3	3	4	5	4	3	4	2 6	3 7	4	4	4	4	1 6	4 0	2	5	3	3	2	1 5	3
14	4	3	2	4	3	5	2 1	3 5	4	5	3	4	5	4	4	2 9	4 1	5	4	4	2	1 5	3 8	4	4	3	3	4	1 8	3 6
15	4	5	3	4	3	3	2 2	3 7	4	4	2	4	3	4	4	2 5	3 6	4	4	3	4	1 5	3 8	4	3	3	4	4	1 8	3 6
16	5	4	3	4	4	2	2 2	3 7	4	3	4	4	4	3	4	2 6	3 7	5	3	4	4	1 6	4 0	4	4	3	4	4	1 9	3 8
17	4	5	4	5	4	3	2 5	4 2	4	4	3	4	4	3	4	2 6	3 7	5	2	5	4	1 6	4 0	4	3	4	3	4	1 8	3 6
18	5	3	4	5	3	2	2 2	3 7	5	4	4	5	3	4	4	2 9	4 1	4	4	4	4	1 6	4 0	5	3	4	4	2	1 8	3 6
19	3	4	3	3	3	1	1 7	2 8	4	4	2	4	3	4	4	2 5	3 6	4	3	4	2	1 3	3 3	4	4	4	4	2	1 8	3 6
20	4	3	2	2	4	3	1 8	3 0	5	3	4	3	4	3	4	2 6	3 7	5	3	4	4	1 6	4 0	2	4	5	2	4	1 7	3 4
21	4	5	4	4	5	4	2 6	4 3	3	4	4	4	4	4	5	2 8	4 0	4	4	4	2	1 4	3 5	2	5	4	4	4	1 9	3 8
22	4	4	3	3	3	3	2 0	3 3	5	4	3	4	4	4	3	2 7	3 9	5	4	3	4	1 6	4 0	4	4	4	4	3	1 9	3 8
23	3	4	4	3	4	2	2 0	3 3	4	4	4	5	3	4	4	2 8	4 0	4	3	4	3	1 4	3 5	4	3	3	3	3	1 6	3 2
24	4	5	2	3	3	1	1 8	3 0	4	3	4	4	5	5	4	2 9	4 1	4	4	4	3	1 5	3 8	4	4	4	5	3	2 0	4

25	4	2	2	4	2	4	18	3.0	4	4	4	4	4	4	4	28	4.0	5	3	5	2	15	3.8	5	3	4	3	3	18	3.6
26	4	4	3	4	4	2	21	3.5	3	4	5	3	3	4	4	26	3.7	4	4	4	2	14	3.5	3	4	4	4	4	19	3.8
27	4	4	4	4	4	3	23	3.8	4	4	4	3	4	5	3	27	3.9	4	3	4	5	16	4.0	4	2	4	2	4	16	3.2
28	4	4	4	4	4	4	24	4.0	5	4	2	5	5	4	3	28	4.0	4	5	4	4	17	4.3	4	4	4	3	4	19	3.8
29	4	4	4	4	4	3	23	3.8	2	3	4	4	3	4	4	24	3.4	4	4	4	2	14	3.5	3	4	5	4	4	20	4
30	3	4	3	4	4	2	20	3.3	3	5	4	3	4	5	4	28	4.4	5	4	3	16	4.0	4	3	4	3	4	18	3.6	
31	3	4	4	2	4	4	21	3.5	4	3	2	4	4	4	4	25	3.6	4	4	5	4	17	4.3	4	4	3	4	4	19	3.8
32	4	3	2	4	4	1	18	3.0	5	3	4	4	3	3	3	25	3.6	5	3	4	4	16	4.0	3	3	4	4	3	17	3.4
33	4	4	4	4	3	3	22	3.7	4	3	4	4	5	5	4	29	4.1	4	4	3	5	16	4.0	3	4	4	3	2	16	3.2
34	4	4	3	4	4	4	23	3.8	4	4	4	5	4	3	3	27	3.9	4	3	4	5	16	4.0	5	4	3	4	4	20	4
35	3	4	3	3	4	4	21	3.5	4	3	4	4	3	4	3	25	3.6	4	3	4	4	15	3.8	4	3	5	4	4	20	4
36	4	4	3	4	4	3	22	3.7	4	4	3	3	4	4	4	26	3.7	4	4	4	2	14	3.5	4	4	4	5	4	21	4.2
37	3	4	3	4	5	3	22	3.7	4	4	4	4	3	4	4	27	3.9	5	5	3	5	18	4.5	4	3	4	4	4	19	3.8
38	5	4	2	5	5	4	25	4.2	3	2	3	4	5	4	5	26	3.7	5	4	5	4	18	4.5	5	5	4	5	2	21	4.2
39	3	3	2	4	5	3	20	3.3	5	4	3	3	3	5	4	27	3.9	4	5	3	4	16	4.0	3	2	4	4	2	15	3
40	4	3	3	4	4	4	22	3.7	5	4	3	3	4	4	3	26	3.7	3	4	3	4	14	3.5	4	4	4	4	4	20	4
41	2	4	4	5	3	3	21	3.5	4	5	3	4	3	5	3	27	3.9	4	2	3	4	13	3.3	4	4	5	4	4	21	4.2
42	5	4	4	4	4	4	25	4.2	4	4	2	2	4	4	3	23	3.3	4	4	5	4	17	4.3	4	4	4	2	5	19	3.8
43	2	3	4	4	3	4	20	3.3	4	4	3	4	3	3	5	26	3.7	5	3	5	3	16	4.0	4	4	4	3	3	18	3.6
44	4	4	4	4	4	4	24	4.0	4	5	4	5	3	4	4	29	4.1	5	3	4	3	15	3.8	3	3	3	4	2	15	3
45	4	3	4	3	4	4	22	3.7	5	4	4	3	2	5	4	27	3.9	5	5	4	3	17	4.3	4	4	4	3	4	19	3.8
46	3	4	5	3	4	4	23	3.8	4	5	5	4	4	4	3	29	4.1	4	5	5	4	18	4.5	4	4	3	4	4	19	3.8
47	3	2	3	4	2	4	18	3.0	2	5	4	4	3	4	4	26	3.7	4	4	3	4	15	3.8	4	3	3	3	4	17	3.4
48	4	3	4	3	4	3	21	3.5	4	4	2	3	5	2	5	25	3.6	3	3	3	4	14	3.5	4	4	4	2	3	17	3.4
49	2	4	4	5	4	4	23	3.8	5	3	4	5	4	5	4	30	4.3	4	4	4	3	15	3.8	3	4	4	3	4	18	3.6
50	3	3	5	4	2	3	20	3.3	4	4	5	4	3	3	3	26	3.7	5	2	5	2	14	3.5	4	5	4	4	4	21	4.2
51	4	4	3	4	4	3	22	3.7	4	4	5	4	4	4	4	29	4.1	4	3	4	4	15	3.8	5	3	3	4	2	17	3.4

5	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	5	4	4	2	4	5	2	3	4	1	3	4	4	4	4	2	4		
5	4	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	2	7	3	3	4	3	4	1	3	4	4	4	4	2	4		
5	4	3	4	3	3	4	2	1	3	4	4	4	5	3	4	8	4	4	5	3	4	1	4	4	4	4	4	2	4		
5	4	4	5	4	4	4	2	5	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	5	4	1	4	3	4	3	4	1	3		
5	3	3	2	4	2	4	1	8	3	3	4	4	4	5	3	6	3	4	3	3	4	1	4	3	4	3	4	1	3		
5	2	4	4	5	4	3	2	2	3	4	4	2	2	4	4	4	3	5	4	3	4	1	4	4	4	5	4	2	4		
5	2	3	3	4	2	3	1	7	2	4	2	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	1	4	3	4	3	3	1	3		
5	3	4	3	2	4	4	2	0	3	4	3	4	3	4	4	6	3	3	3	4	3	1	3	4	4	4	5	2	4		
6	3	4	4	3	2	2	1	8	3	3	4	5	4	5	5	4	3	4	2	4	4	1	3	4	4	4	2	4	1	3	
6	3	4	4	4	4	2	2	1	3	4	4	4	4	3	4	6	3	5	4	4	3	1	4	3	4	4	4	1	3		
6	3	4	2	4	2	4	1	9	3	4	3	4	2	4	4	5	3	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	2	1	3	
6	4	4	4	3	4	2	2	1	3	2	5	3	4	3	4	5	4	4	2	3	4	1	3	3	4	4	4	2	1	3	
6	2	4	5	5	4	3	2	3	3	3	3	4	5	5	4	8	4	5	4	3	4	1	4	3	4	3	4	1	3		
6	3	3	3	3	5	2	1	9	3	4	4	4	3	4	5	8	4	3	4	4	5	1	4	5	3	4	3	4	1	3	
6	4	3	4	4	4	2	2	1	3	3	5	2	5	4	3	5	3	2	5	4	5	1	4	4	4	4	5	2	4	4	
6	2	3	4	3	3	3	1	8	3	4	5	4	4	3	3	7	3	4	4	4	2	1	3	3	3	3	4	3	1	3	
6	3	3	4	4	4	2	2	0	3	4	4	4	4	4	3	7	3	5	4	4	4	1	4	3	5	4	4	2	1	3	
6	3	3	4	4	4	1	1	9	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	3	4	3	4	4	1	3	
7	4	3	3	4	4	2	2	0	3	4	2	3	5	4	4	6	3	4	4	4	3	1	5	3	4	4	2	4	1	3	
7	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	3	4	6	3	2	2	3	5	1	2	3	4	3	5	1	3		
7	4	2	4	4	4	2	2	0	3	5	4	4	3	4	2	5	3	4	4	3	4	1	5	3	3	4	4	1	3		
7	3	4	4	5	3	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	6	3	3	4	4	5	1	6	4	4	4	3	5	2	4	
7	4	4	3	4	4	1	2	0	3	4	4	4	3	3	4	6	3	4	3	3	4	1	4	3	3	4	3	4	1	3	
7	3	3	4	4	4	2	2	0	3	3	4	4	4	4	4	6	3	5	4	4	3	1	6	4	5	4	3	3	1	3	
7	4	3	4	5	4	1	2	1	3	4	3	4	3	3	5	5	3	5	4	4	4	1	7	4	4	5	4	4	2	4	
7	3	4	4	3	4	3	2	1	3	3	4	4	4	2	4	5	3	3	4	4	3	1	4	3	3	4	3	2	1	3	
7	3	3	3	4	4	3	2	0	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	1	4	3	5	4	4	3	2	1	3

79	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	5	4	3	4	4	2	3	4	4	4	5	1	4	4	3	3	4	5	1	3	
80	4	4	4	5	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	3	2	3	2	5	3	4	1	3	4	4	3	4	4	1	3	
81	4	4	4	5	4	3	2	4	3	4	3	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	1	3		
82	4	3	2	2	4	4	1	3	5	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	1	3	3	5	4	5	4	2	4	
83	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	1	3	4	4	3	4	1	3		
84	2	4	4	2	4	5	2	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	1	3	4	4	3	4	1	3		
85	4	4	5	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	2	1	3	4	4	4	4	3	1	3	
86	4	4	3	4	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	1	3	3	4	3	4	3	1	3	
87	4	3	2	5	5	4	2	3	4	4	2	5	3	3	4	2	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	4	3	1	3	
88	3	4	3	4	5	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	5	3	4	1	4	4	4	4	4	2	1	3	
89	3	5	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	2	1	3	4	5	3	4	2	0	4	
90	2	5	3	3	4	4	2	1	3	3	4	4	2	4	4	2	3	4	2	4	4	1	3	5	3	4	4	5	2	4	
91	2	3	4	4	4	2	1	3	5	3	3	4	4	4	3	2	3	2	5	4	5	1	4	5	4	3	4	4	2	4	
92	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	1	3	4	2	3	4	4	1	3	
93	4	5	2	4	4	4	2	3	4	5	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	1	3	4	3	3	3	1	3		
94	4	3	2	4	5	3	2	1	3	4	3	3	5	4	4	2	3	2	4	4	4	1	3	3	4	4	4	1	3		
95	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	5	4	4	1	4	3	5	3	3	1	3		
96	4	5	4	3	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	1	3	4	4	4	4	4	2	4	
97	4	3	5	4	4	2	2	3	4	4	4	3	5	3	4	4	2	3	4	5	4	3	1	4	3	4	5	4	4	2	4
98	4	5	2	4	5	3	2	3	4	4	2	4	4	4	3	2	3	4	4	3	5	1	4	4	4	3	4	4	1	3	
99	4	4	2	2	5	4	2	1	3	4	2	3	3	4	4	4	2	4	2	3	3	1	3	4	4	4	5	3	2	4	
100	4	5	3	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4	2	4	2	3	4	5	3	4	1	4	3	4	4	4	5	2	4	

X2.3	Pearson Correlation	.371**	.301**	1	.283**	.275**	.247*	.529*	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.004	.006	.013	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.181	.373**	.283**	1	-.009	.066	.199*	.490**
	Sig. (2-tailed)	.071	.000	.004		.931	.514	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.191	.323**	.275**	-.009	1	.171	.162	.492**
	Sig. (2-tailed)	.057	.001	.006	.931		.089	.108	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.368**	.306**	.247*	.066	.171	1	.205*	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.013	.514	.089		.041	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.211*	.307**	.529**	.199*	.162	.205*	1	.592**
	Sig. (2-tailed)	.035	.002	.000	.048	.108	.041		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_Total	Pearson Correlation	.662**	.706**	.711**	.490**	.492**	.561**	.592*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3_Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.456**	.559**	.311**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.456**	1	.252*	.376**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.559**	.252*	1	.358**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.311**	.376**	.358**	1	.725**

	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X3_Total	Pearson Correlation	.789**	.715**	.703**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y_Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.378**	.688**	.299**	.437**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.378**	1	.440**	.349**	.430**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.688**	.440**	1	.287**	.476**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.299**	.349**	.287**	1	.199*	.620**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.004		.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.437**	.430**	.476**	.199*	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.048		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_Total	Pearson Correlation	.764**	.695**	.778**	.620**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	7

Reliability Statistics

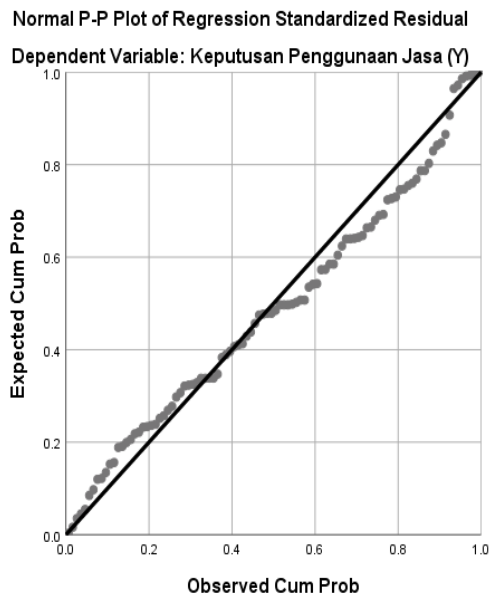
Cronbach's Alpha	N of Items
.708	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	5

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.28629218
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.065
Test Statistic		.079

Asymp. Sig. (2-tailed)	.123 ^c
------------------------	-------------------

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas (X1)	.861	1.161
	Lokasi (X2)	.924	1.082
	Harga (X3)	.817	1.223

- Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.506	.240		2.106	.038
	Fasilitas (X1)	-.042	.042	-.109	-.999	.321
	Lokasi (X2)	-.047	.055	-.091	-.863	.390
	Harga (X3)	.010	.040	.027	.241	.810

- Dependent Variable: ABSRES

Uji Regresi Berganda

1. Korelasi Determinasi (R²)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.455	.355		1.284	.202
	Fasilitas (X1)	.162	.062	.195	2.602	.011
	Lokasi (X2)	.367	.081	.330	4.550	.000
	Harga (X3)	.359	.059	.466	6.038	.000

- Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

2. Koefisien Korelasi r

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.519	.29073

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

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Uji Hipotesis

1. Uji t (Piasal)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.455	.355		1.284	.202
	Fasilitas (X1)	.162	.062	.195	2.602	.011
	Lokasi (X2)	.367	.081	.330	4.550	.000
	Harga (X3)	.359	.059	.466	6.038	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

2. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.276	3	3.092	36.580	.000 ^b
	Residual	8.114	96	.085		
	Total	17.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

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

**Lampiran 4 : Dokumentasi Sport Futsal
Tampilan Depan Lapangan Sport**



Lapngan 1

Lapngan 2



**Lanjutan Lampiran 4 : Dokumentasi Penyebaran Koesioner
Pegguna 1**



Pegguna 3



Pegguna 2



Pegguna 4



Dokumentasi Bersama Pak Herman Selaku Pengurus Sport



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : SYUQRIE

NIM : 1502095146

Program Studi : Administrasi Bisnis

Telah melakukan penelitian selama 1 bulan mulai tanggal 30 Maret / 30 April 2022 pada usaha Sport Futsal.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tarakan, 18 Mei 2022



Herman

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SYUQRIE

NIM : 1502095146

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman Hak Bebas Royalti non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Kota Tarakan” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti non-Eksklusif ini kepada UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman berhak menyimpan, mengalih media, menformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), memuat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Samarinda, 1 November 2022

Yang menyatakan



Syuqrie