



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA ZONA FUTSAL JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Achmad Erfan Santoso

NIM 150910202066

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA ZONA FUTSAL JEMBER**

The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction In Zona Futsal Jember

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Strata
Satu (S1) Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Achmad Erfan Santoso
NIM 150910202066

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2020**

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga setiap untaian kata didalamnya dapat menjadi persembahan sebagai ungkapan atas segala rasa sayang dan terimakasih saya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Prayitno dan Ibu Muji Astutik yang membesarkan, mendidik, dan merawat saya dengan penuh kasih sayang. Terimakasih atas doa dan semangat yang tiada henti.
2. Nova Anita Yuanes, yang selalu membantu dan memberikan semangat.
3. Sahabat-sahabat terbaik serta seluruh pihak yang menginspirasi.
4. Almamater Kampus tercinta Universitas Jember beserta dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

MOTTO

“There is no easy walk to freedom anywhere, and many of us will have to pass through the valley of the shadow of death. Again and again before we reach the mountain top of our desires”

“Tidak ada jalan mudah menuju kebebasan, dan banyak dari kita akan harus melewati lembah gelap menyeramkan. Lagi dan lagi sebelum akhirnya kita meraih puncak kebahagiaan”

(Nelson Mandela)



Brainyquote.com. 2001. Nelson Mandela Quotes. https://www.brainyquote.com/quotes/nelson_mandela_131681 [Diakses 5 Desember 2019].

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Erfan Santoso

NIM : 150910202066

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Zona Futsal Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 7 Januari 2020

Yang menyatakan,

Achmad Erfan Santoso

NIM 150910202066

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA ZONA FUTSAL JEMBER**

Oleh

Achmad Erfan Santoso
NIM 150910202066

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Didik Eko Julianto, M. AB.

Dosen Pembimbing II : Drs. Suhartono, M.P.

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Zona Futsal Jember” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

hari : Selasa
tanggal : 7 Januari 2020
tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji
Ketua,

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos., MM.
NIP 19750825 200212 1 002

Dosen Pembimbing Utama,

Dosen Pembimbing Anggota,

Drs. Didik Eko Julianto, M. AB.
NIP 19610722 198902 1 001

Drs. Suhartono, M.P.
NIP 19600214 198803 1 002

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Ika Sisbintari S.Sos., M.AB.
NIP 19740207 200501 2 001

Dra. Sri Wahjuni, M.Si.
NIP 19560409 198702 2 001

Mengesahkan,
Penjabat Dekan,

Prof. Dr. Hadi Prayitno, M.Kes.
NIP 19610608 198802 1 001

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Zona Futsal Jember; Achmad Erfan Santoso; 150910202066; 2020; 87 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Perkembangan bisnis penyewaan lapangan futsal yang semakin pesat, membuat pelaku bisnis penyedia jasa penyewaan lapangan futsal saling bersaing dengan para kompetitornya. Persaingan yang semakin pesat, mengharuskan perusahaan penyedia jasa penyewaan lapangan futsal melakukan pemasaran yang efektif. Upaya yang dapat dilakukan untuk bersaing dan dapat bertahan dari kompetitornya yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang maksimal akan menciptakan kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas, maka pelanggan tersebut akan datang kembali secara terus menerus dan menjadi pelanggan tetap. Lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan jasa menurut Parasuraman (1990), yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Emphaty*).

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Zona Futsal Jember. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menyewa lapangan futsal di Zona Futsal Jember. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian yaitu dengan bergantung pada jumlah indikator yang digunakan pada semua variabel penelitian (Ferdinand: 2005). Jumlah sampel sama dengan jumlah indikator dikalikan dengan skala angka (derajat kepercayaan) 5 sampai 10. Jumlah indikator yang digunakan pada penelitian ini ada 7 indikator, sedangkan peneliti memilih derajat kepercayaan 10 sesuai dengan teori Ferdinand (2005). Perhitungan jumlah sampel penelitian diperoleh dari $7 \times 10 = 70$. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 70 responden.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil pengujian regresi linier sederhana atas pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Zona Futsal Jember menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan, yaitu berdasarkan persamaan $Y = 5,115 + 0,228X + e$. Sementara itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 57,5% yang berarti bahwa variabel bebas kualitas pelayanan (X) berpengaruh pada variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) sebesar 57,5% dan sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Zona Futsal Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

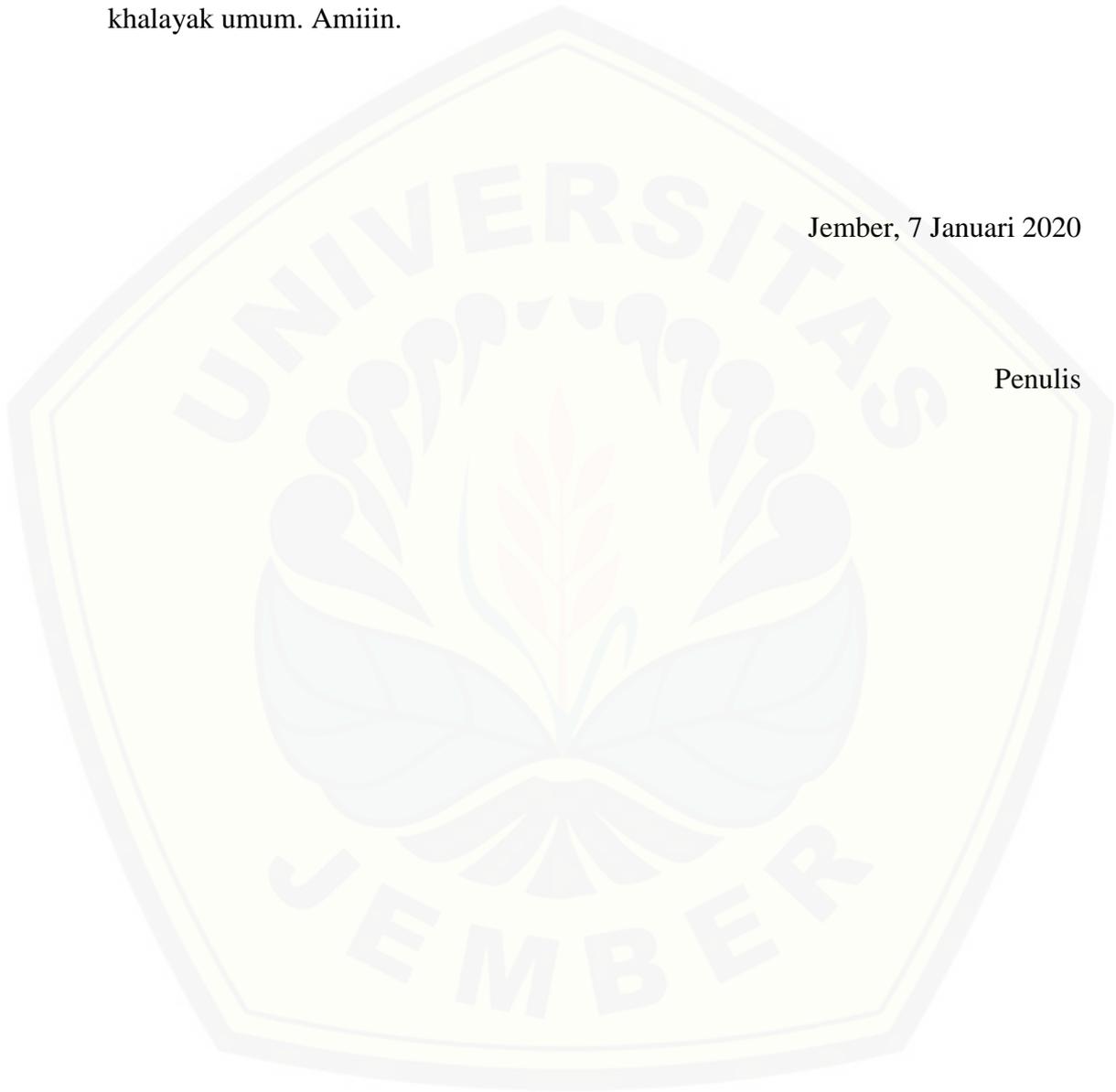
Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hadi Prayitno, M.Kes., selaku Penjabat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi;
4. Dra. Sri Wahjuni, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan;
5. Drs. Suhartono, M.P., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi;
6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
7. Seluruh Dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
8. Zona Futsal Jember, selaku tempat penyewaan lapangan futsal yang telah bersedia dijadikan sebagai tempat penelitian;
9. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2015 yang telah memberikan bantuan selama ini.

Penulis mengharap kritik dan saran serta masukan yang membangun dari segenap pihak. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua hal-hal baik dan yang terbaik yang telah dikontribusikan demi kesempurnaan dan terselesaikannya skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk khalayak umum. Amiiin.

Jember, 7 Januari 2020

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Pemasaran	8
2.2. Jasa	8
2.2.1. Karakteristik jasa	9
2.2.2. Klasifikasi Jasa	11
2.3. Pemasaran Jasa	12
2.4. Bauran Pemasaran Jasa	13
2.5. Kualitas Pelayanan Jasa	14
2.6. Kepuasan Pelanggan	17
2.6.1. Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	18
2.6.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	20
2.7. Hubungan kualitas pelayan jasa terhadap kepuasan pelanggan	21

2.8. Futsal	21
2.9. Penelitian Terdahulu.....	24
2.10. Kerangka Konseptual	26
2.11. Hipotesis	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	28
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	28
3.2.2. Waktu Penelitian.....	28
3.3. Populasi dan Sampel	28
3.3.1. Populasi.....	28
3.3.2. Sampel	28
3.4. Jenis dan Sumber Data	29
3.4.1. Jenis Data.....	29
3.4.2. Sumber Data	29
3.5. Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	30
3.5.1. Definisi Operasional Variabel	30
3.5.2. Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.6. Metode Pengumpulan Data	34
3.7. Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.7.1. Uji Validitas	35
3.7.2. Uji Reliabilitas	35
3.8. Analisis Regresi Linear Sederhana	36
3.9. Pengujian Hipotesis	36
3.10. Kerangka Pemecahan Masalah.....	37
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.2. Struktur Organisasi Zona Futsal Jember.....	43
4.2. Karakteristik Responden	45
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	48

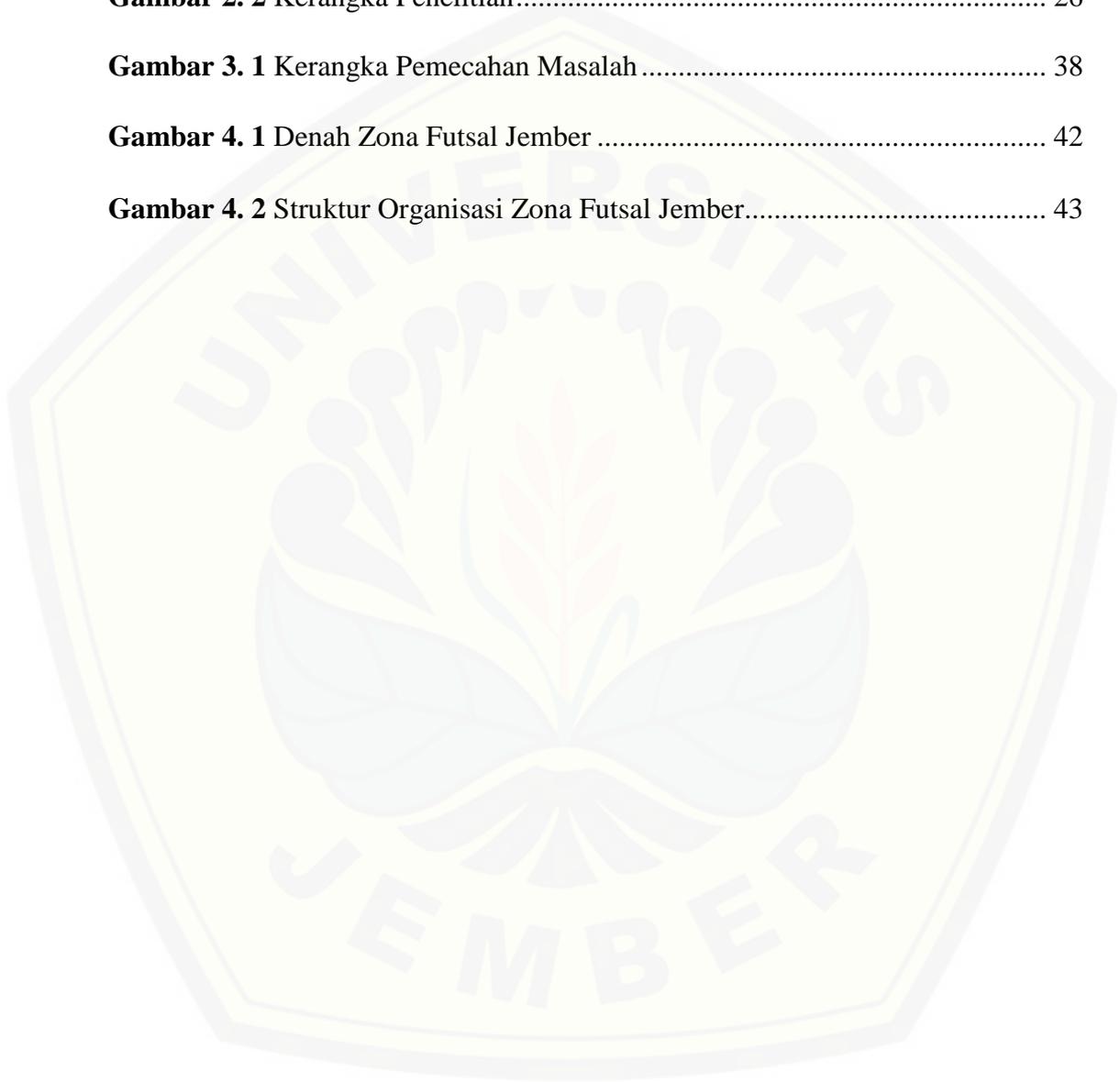
4.4. Uji Instrumen Penelitian	50
4.4.1. Uji Validitas	50
4.4.2. Uji Reliabilitas	51
4.5. Analisis Regresi Linear Sederhana	52
4.6. Uji Hipotesis	53
4.6.1. Uji T (Uji Parsial)	53
4.6.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.7. Pembahasan	54
4.7.1. Pembahasan Masing-Masing Indikator Pada Kualitas Pelayanan (X)	54
4.7.2. Pembahasan Masing-Masing Indikator Pada Kepuasan Pelanggan (Y)	57
4.7.3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
BAB 5. PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peringkat Futsal Indonesia	2
Tabel 1. 2 Jumlah Penyewaan Lapangan di Zona Futsal	4
Tabel 1. 3 Daftar Tempat Futsal di Kabupaten Jember.....	5
Tabel 1. 4 Daftar Tempat Futsal di Area Kampus Jember	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menyewa Lapangan	47
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 9 Hasil Regresi Linear Sederhana	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji T	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Konseptual <i>Servqual</i>	16
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian.....	26
Gambar 3. 1 Kerangka Pemecahan Masalah	38
Gambar 4. 1 Denah Zona Futsal Jember	42
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Zona Futsal Jember.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	67
Lampiran 2. Data Uji Instrument Penelitian	71
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner	73
Lampiran 4. Uji validitas.....	77
Lampiran 5. Uji reliabilitas	81
Lampiran 6. Regresi linear sederhana	83
Lampiran 7. Tabel Nilai r Produk Moment.....	84
Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian	85
Lampiran 9. Surat Balasan Penelitian	86
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian	87

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk yang semakin pesat membuat kebutuhan penduduk juga semakin meningkat. Salah satu kebutuhan yang diprioritaskan oleh penduduk selain kebutuhan pokok adalah kebutuhan akan kesehatan tubuh. Upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan tubuh adalah dengan melakukan olahraga. Dilansir dari berita harian Tribunnews.com, olahraga merupakan aktivitas yang wajib untuk semua orang agar tercipta kesehatan tubuh, karena orang yang sering melakukan aktivitas olahraga akan selalu dapat mempertahankan kesehatan tubuhnya mulai dari kesehatan jantung, memperlancar aliran darah keseluruh tubuh, mengatur keseimbangan sistim imun di dalam tubuh, dan meningkatkan daya tahan tubuh.

Aktivitas olahraga yang dapat dilakukan ada berbagai macam, seperti lari, renang, sepakbola, futsal, volly, bersepeda, tenis, badminton, basket dan lain sebagainya. Jenis olahraga yang berkembang di Indonesia salah satunya adalah futsal. Menurut Lhaksana (2011: 7) futsal adalah permainan yang sangat cepat dan dinamis dengan *passing* akurat yang memungkinkan terjadinya banyak gol. Pada dasarnya futsal merupakan olahraga yang dikembangkan dari sepak bola, namun terdapat perbedaan dari keduanya yaitu dari aturan permainannya (*Law of The Rule*). Futsal merupakan permainan bola yang dimainkan oleh dua tim, yang masing-masing beranggotakan lima orang.

Perkembangan futsal di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang cukup dinamis. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya lembaga negara yang menaungi futsal di Indonesia yang dikenal dengan Federasi Futsal Indonesia. Sementara itu, prestasi futsal Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup baik meskipun di tahun 2018 mengalami penurunan. Berikut peringkat futsal Indonesia di dunia, dari 110 negara dunia seperti yang tertera pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Peringkat Futsal Indonesia

Tahun	Peringkat di Dunia
2012	47
2015	44
2018	55

Sumber: *Futsal World Ranking* (www.futsalworldranking.be)

Sementara itu, peringkat futsal Indonesia di Asia pada tahun 2019 menurut *Futsal World Ranking* yaitu berada diperingkat 10 dari 32 negara di Asia. Futsal Indonesia masih mengungguli futsal Malaysia yang berada pada peringkat 11 Asia.

Futsal merupakan salah satu olahraga *in door*, yang digemari oleh semua kalangan. Data dari *Google Trend* (dalam kumparan.com) menunjukkan, Indonesia menduduki peringkat ke 2 di dunia pada tahun 2015 untuk negara dengan pencarian kata kunci futsal terbanyak. Sementara itu, data lapangan menunjukkan bahwa olahraga futsal saat ini dijadikan sebagai salah satu kegiatan ekstrakurikuler di setiap sekolah baik jenjang SMP maupun SMA. Selain itu di Universitas sendiri, olahraga futsal juga merupakan salah satu kegiatan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang bertujuan mengembangkan minat, bakat dan keahlian mahasiswa selain olahraga sepakbola, basket, teater, volly, tari, dan lainnya. Dengan adanya fenomena tersebut, banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan hal tersebut untuk mendirikan tempat penyewaan lapangan futsal diberbagai kota.

Pada bisnis penyewaan lapangan futsal, standar pelayanan yang harus diberikan adalah ketersediaan fasilitas yang baik, seperti ukuran lapangan dengan panjang 25 sampai 43 meter dan lebarnya 15 sampai 25 meter. Selain itu, permukaan lapangan yang rata atau tak abrasit dengan jenis lapangan bisa berupa lapangan rumput sintetis dan lapangan lantai. Kelengkapan fasilitas lainnya juga harus terpenuhi seperti bola standar nasional, gawang dengan ukuran tinggi 3 meter dan lebar 2 meter, dan juga pencahayaan yang baik ketika lapangan digunakan. Sementara itu pelayanan yang diberikan oleh karyawan juga harus baik, agar pelanggan yang menyewa lapangan futsal merasa nyaman.

Perkembangan bisnis penyewaan lapangan futsal yang semakin pesat, membuat pelaku bisnis penyedia jasa penyewaan lapangan futsal saling bersaing dengan para kompetitornya. Persaingan yang semakin pesat, mengharuskan

perusahaan penyedia jasa penyewaan lapangan futsal melakukan pemasaran yang efektif. Upaya yang dapat dilakukan untuk bersaing dan dapat bertahan dari kompetitornya yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti pemenuhan fasilitas penunjang di tempat penyewaan lapangan futsal. Fasilitas penunjang tersebut antara lain: ketersediaan kamar mandi, lahan parkir yang luas, mushola, *cafe*, distro yang menjual perlengkapan futsal, dan *wifi*. Pemenuhan fasilitas penunjang dari lapangan futsal akan menambah kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan. Pada dasarnya peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan jasa perlu dilakukan dan dikerjakan dengan baik oleh penyedia jasa, karena semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin puas. Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2006: 70) terdapat lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan jasa, yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*). Keunggulan suatu produk jasa bergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan atau belum.

Namun sebagai perusahaan penyedia jasa penyewaan lapangan futsal, pelayanan yang diberikan di Zona Futsal kadang kalanya tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Hal tersebut seperti, kebersihan lapangan futsal yang tidak dijaga, sehingga ketika lapangan akan digunakan oleh pemain kondisinya masih kotor. Selain itu tidak adanya perlengkapan penunjang futsal yang disediakan oleh Zona futsal, seperti rompi yang bisa digunakan ketika bermain futsal. Sedangkan kebersihan dan ketersediaan rompi haruslah tersedia bagi perusahaan penyedia jasa penyewaan lapangan futsal.

Dengan demikian, apabila pelayanan jasa tidak diberikan secara maksimal akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Sedangkan seperti yang diketahui bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Menurut Engel, et al., (dalam Tjiptono, 2004: 146) kepuasan

pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa pelanggan berdasarkan perbandingan antara produk yang dibeli, sesuai atau tidak dengan harapannya. Jika kualitas yang diperlihatkan oleh jasa sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan maka dapat diketahui kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diterima.

Pada dasarnya pemenuhan fasilitas-fasilitas pada tempat penyewaan lapangan futsal diperlukan untuk membuat tempat penyewaan lapangan futsal lebih unggul dari pesaingnya. Dengan pemberian kualitas pelayanan yang baik dapat membuat konsumen merasa puas ketika menyewa lapangan futsal. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap produsen atau lembaga penyedia layanan jasa. Pelanggan yang puas terhadap produk atau pelayanan jasa cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.

Zona Futsal Jember merupakan perusahaan penyedia jasa penyewaan lapangan futsal di Kabupaten Jember yang beralamat di Jl. Tidar No 17 Karangrejo Sumbersari, Kabupaten Jember. Zona Futsal terletak di area kampus, dengan fasilitas yang disediakan terdiri dari fasilitas utama dan fasilitas penunjang. Fasilitas utama yang disediakan yaitu berupa lapangan futsal yang berjumlah 7 lapangan, terdiri dari dua jenis lapangan yaitu lapangan lantai berjumlah 6 buah dan lapangan rumput sintetis berjumlah 1 buah. Sementara untuk fasilitas penunjang lainnya terdiri dari *cafe*, mushola, kamar mandi, dan juga toko *sport* khusus *jersey*, sepatu dan peralatan futsal lainnya. Berikut data penyewaan lapangan futsal di Zona Futsal Jember selama 3 tahun terakhir, pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1. 2 Jumlah Penyewaan Lapangan di Zona Futsal

No.	Tahun	Jumlah Penyewaan
1	2017	1586
2	2018	1934
3	2019	2487

Sumber: Zona Futsal Jember (diolah 2019)

Berdasarkan Tabel 1.2. jumlah penyewaan lapangan futsal oleh pelanggan Zona Futsal Jember dari tahun 2017 samapai 2019 mengalami peningkatan. Hal

tersebut ditandai dengan setiap hari 7 lapangan di Zona Futsal selalu *full* terpakai. Pada penyewaan lapangan futsal di Zona, rata-rata jam operasional yang selalu ramai yaitu pada pukul 15.00 -17.00 WIB dan 18.00 - 24.00 WIB setiap harinya. Pelanggan yang melakukan penyewaan lapangan futsal terdiri dari pelajar atau mahasiswa, pegawai atau karyawan dan juga wiraswasta.

Jam operasional kerja atau penyewaan lapangan di Zona yaitu mulai pukul 07.00 - 24.00 WIB. Untuk sistem penyewaan lapangan futsal menggunakan sistem perjam dengan harga Rp 100.000,- perlapangan. Sehingga menyesuaikan dengan kebutuhan para pelanggan jika ingin menyewa lapangan futsal lebih dari satu jam, dengan didasarkan pada ketentuan tersebut.

Semakin banyaknya pesaing jasa penyewaan lapangan futsal di Kabupaten Jember membuat Zona Futsal selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan. Upaya tersebut dilakukan agar para pelanggan tidak lari ke para pesaingnya. Berikut daftar tempat penyewaan lapangan futsal yang ada di Kabupaten Jember tertera pada Tabel 1.3.

Tabel 1. 3 Daftar Tempat Futsal di Kabupaten Jember

No.	Nama Futsal	Alamat
1	Jack Futsal	Jalan Wijaya Kusuma Kec Patrang Krajan Patrang, Kabupaten Jember
2	Jaya Makmur Futsal JMF	Jl Manggar Krajan Kesilir Wuluhan Kabupaten Jember
3	Zona Futsal	Jl Tidar No 17 Karangrejo Summersari Kabupaten Jember
4	Olimpico Futsal	Jl Perumahan Gn Batu Gumuk Kerang Summersari Kabupaten Jember
5	Shindo Elfha Futsal	Jl Mastrip No 51 Lingkungan Panji Summersari Kabupaten Jember
6	Top Skor Futsal	Mrapa Sempusari Kaliwates Kabupaten Jember
7	Glory Futsal Caf	Ragang Sukowono Kabupaten Jember
8	United Futsal	Perumahan Jember Regency, Sempusari, Kaliwates, Kabupaten Jember.
9	King Futsal	Jl. Kh. Shidiq Jember Kidul, Kaliwates, Kabupaten Jember.
10	Dream Futsal	Rowotamtu Rambipuji, Kabupaten Jember.

Sumber: www.carifutsal.com (diolah 2019)

Berdasarkan Tabel 1.3 tersebut banyak perusahaan penyedia jasa penyewaan lapangan futsal yang tersebar di Kabupaten Jember. Namun sebagai Kota Pendidikan, pesaing jasa penyewaan lapangan futsal khususnya di area kampus juga banyak. Hal tersebut dikarenakan banyak perguruan tinggi, baik itu yang berstatus PTN maupun PTS di Kabupaten Jember. Berikut daftar nama pesaing Zona Futsal di area Kampus Jember pada Tabel 1.4.

Tabel 1. 4 Daftar Tempat Futsal di Area Kampus Jember

No.	Nama Futsal	Jumlah Lapangan	Fasilitas
1	Zona Futsal	7 lapangan (6 lapangan lantai dan 1 lapangan rumput sintetis)	Wifi, toko <i>sport</i> , tempat parkir, mushola, <i>cafe</i> , kamar mandi.
2	Jack Futsal	3 lapangan lantai	Wifi, toko <i>sport</i> , tempat parkir, mushola, <i>cafe</i> , kamar mandi.
3	Shindo Elfha Futsal	4 lapangan lantai	Tempat parkir, kantin, kamar mandi.
4	Olimpico Futsal	2 lapangan lantai	Wifi, tempat parkir, <i>cafe</i> , kamar mandi.

Sumber: diolah oleh peneliti (2019)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat diketahui dari beberapa tempat futsal yang ada di area kampus, salah satu tempat futsal yang terbaik adalah Zona Futsal Jember. Jika dibandingkan dengan kompetitornya, dari segi pemenuhan lapangan futsal, Zona Futsal memiliki jumlah lapangan yang terbanyak yaitu berjumlah 7 lapangan. Selain itu, untuk fasilitas yang disediakan lebih lengkap jika dibandingkan dengan Shindo Elfha Futsal, dan Olimpico Futsal. Meskipun di Jack Futsal juga memiliki fasilitas yang lengkap, namun untuk jumlah lapangan masih unggul Zona Futsal. Selain itu letak Zona Futsal berada di pusat area kampus jika dibandingkan dengan Jack Futsal. Oleh sebab itu, dengan pertimbangan tersebut maka penelitian ini dilakukan di Zona Futsal Jember.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk meninjau lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan di tempat penyewaan lapangan futsal, dan akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember”.

1.2. Rumusan Masalah

Ketika menggunakan lapangan futsal untuk kegiatan olahraga, kondisi lapangan dan lingkungan sekitar tempat futsal haruslah baik dan bagus. Hal tersebut termasuk bentuk pelayanan perusahaan jasa penyewaan lapangan futsal kepada pelanggannya. Dengan kualitas pelayanan yang baik dan maksimal dapat diketahui penilaian pelanggan atas pelayanan yang didapatkan sesuai atau tidak dengan harapannya. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin puas.

Untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka pada penelitian ini dibatasi pada bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari 5 indikator menurut Parasuraman (1990), yaitu bukti fisik, keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati. Sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan indikator yang digunakan ada dua menurut Kotler dan Keller (2016), yaitu memberi tanggapan positif dan *Net Promoter*. Sehingga, rumusan masalah pada penelitian ini adalah "bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember?"

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Zona Futsal Jember.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut.

- a. bagi perusahaan, sebagai tambahan informasi dan bentuk evaluasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasanya sehingga kepuasan pelanggan lebih bagus lagi;
- b. bagi peneliti, dapat mengetahui tentang pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember;
- c. bagi Akademis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pertimbangan untuk mengembangkan penelitian yang sejenis.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran

Pada dunia bisnis salah satu kegiatan penting untuk dilakukan adalah pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2016) pemasaran adalah proses sosial manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan serta apa yang diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu dengan orang lain atau satu sama lain. Sementara itu, menurut Stanton (2001) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun kepada pembeli potensial.

Berdasarkan uraian tersebut, pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan menciptakan dan menawarkan barang dan jasa dengan tujuan sebagai sarana yang dapat memberikan kepuasan pada keinginan dan kebutuhan dari pelanggan.

2.2. Jasa

Jasa atau layanan menurut Adrian (2000: 27) merupakan kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidak berwujudan atau *intangibility* yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau beberapa properti dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja dapat berhubungan atau dapat pula tidak berkaitan dengan produk fisik. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Sementara Lehtinen (dalam Lupiyoadi, Rambat : 2011. 23) menyatakan bahwa: *A service is an activity or a series of activities which take place in interactions with a contact person or physical machine and which provides consumer satisfaction.*

Hal tersebut berarti jasa merupakan kegiatan atau serangkaian kegiatan yang terjadi dalam interaksi dengan penghubung atau mesin fisik dan yang memberikan kepuasan konsumen.

Sementara menurut Kotler dan Armstrong (2016) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Sementara menurut Tjptono (2006: 6), jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sehingga Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Jadi jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

2.2.1. Karakteristik jasa

Karakteristik jasa menurut Tjptono (2006: 15) dibagi menjadi empat, yaitu sebagai berikut.

1) Tidak terwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat *intangible* adalah tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Menurut Berry (dalam Tjptono. 2006: 15), konsep *intangible* memiliki dua pengertian, yaitu: (1) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasakan. (2) Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

2) Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikomunikasi, sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikomunikasikan secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat variabel karena banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa menurut Bovee, dkk (dalam

Tjiptono. 2006: 17) yaitu: (1) Kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, (2) Moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, (3) Beban kerja perusahaan.

4) Mudah lenyap (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Menurut Stanton, Etzel dan Walker (dalam Tjiptono. 2006: 18) ada pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam kasus tertentu jasa dapat disimpan dalam bentuk pemesanan (misalnya: reservasi tiket pesawat).

Sementara menurut Nasution (2004:8) juga membagi karakteristik jasa menjadi empat bagian, yaitu sebagai berikut.

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat tidak berwujud (*intangibility*), artinya jasa tidak dapat dilihat, dicium, diraba, didengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Nilai tidak berwujud dari jasa dapat berupa kenikmatan, rasa aman, serta kepuasan. Untuk mendapat semua itu biasanya konsumen akan mencari terlebih dahulu informasi dari jasa yang akan digunakannya seperti lokasi, harga, serta bentuk pelayanan yang akan diberikan.

2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Tidak Dapat Dipisahkan artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya dengan konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Interaksi antara penyedia jasa dengan konsumen terjadi ketika jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa.

3) *Variability/heterogeneity* (berubah-ubah)

Jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyaji jasa tersebut dilakukan. Konsumen sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan suatu jasa biasanya akan meminta pendapat orang lain, oleh karena itu penyedia jasa akan terus berlomba-

lomba menawarkan bervariasi jasa dengan kualitas yang baik guna menciptakan kepuasan dari konsumennya.

4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang sehingga jasa berbeda dengan barang, karena barang dapat disimpan dan digunakan berulang kali. Apabila jasa tidak langsung digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Suatu jasa yang diberikan oleh penyedia jasa tergantung dari permintaan pasar yang berubah-ubah.

2.2.2. Klasifikasi Jasa

Menurut Tjiptono (2014:36), pemasaran jasa dapat diklasifikasikan menjadi tujuh kriteria, sebagai berikut:

1) Segmen pasar

Pada segmen pasar jasa dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya asuransi jiwa dan pendidikan) dan jasa kepada organisasi misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen dan jasa konsultan hukum.

2) Tingkat Keberwujudan

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria tersebut jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut:

- a) *Rented goods service*. Dalam jenis ini konsumen hanya menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu, berdasarkan tarif tertentu dan selama jangka waktu tertentu. Misalnya penyewaan mobil, VCD, hotel, villa, apartemen, dll.
- b) *Owned goods service*. Barang-barang yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan, dan dipelihara oleh perusahaan jasa. Jenis ini juga menyangkut perubahan bentuk barang yang dimiliki oleh konsumen. Contohnya jasa reparasi (arloji, sepeda motor, komputer, pencucian mobil, perawatan, rumput lapangan golf, laundry, dll) .

c) *Non goods service*. Jasa ini adalah jasa personal bersifat intangible yang ditawarkan pada konsumen. Misalnya supir, pengasuh bayi, dosen, tutor, pemandu wisata, ahli kecantikan, dan lain-lain.

3) Keterampilan Penyedia Jasa

Keterampilan Penyedia Jasa terdiri dari jasa profesional (misalnya konsultan manajemen, konsultan pajak, konsultan hukum, dokter, perawat, arsitek, dan lain-lain) yang memiliki pelanggan yang selektif dan jasa non-profesional (misalnya supir taksi dan security).

4) Tujuan Organisasi Jasa, Berdasarkan tujuan organisasi pemberi jasa, kategori jasa dikelompokkan menjadi dua yaitu; a. *Commercial services* (Pelayanan komersial) atau *profit services* (jasa keuntungan) Seperti: penerbangan, Periklanan, Perhotelan, Perbankan dan lain-lain. b. *Nonprofit service* Seperti: Perpustakaan Umum, Panti Asuhan, sekolah, yayasan, dan museum.

5) Regulasi

Dari aspek ini jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (misalnya pialang, angkutan umum, dan perbaikan) dan *non regulated service* (misalnya catering dan pengecatan rumah).

6) Tingkat Intensitas Karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikembangkan menjadi dua macam, yaitu *equipment based service* (seperti cuci mobil otomatis, ATM, dan binatu) dan *people based service* (seperti pelatih sepak bola, satpam, jasa akuntan, konsultan manajemen dan konsultan hukum).

7) Tingkat Kontak Penyedia Jasa dan Pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dapat dibagi menjadi *high contact service* (seperti universitas, bank, dokter, dan jasa pegadaian) dan *low contact service* (misalnya bioskop).

2.3. Pemasaran Jasa

Menurut Lupiyoadi (2011), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Sementara menurut

Yazid (2008: 13), pemasaran jasa merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada pasar. Keterlibatan semua pihak, dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial, dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut merupakan hal yang tidak bisa ditawar-menawar lagi.

Menurut Daryanto (2011: 236), pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji, yaitu janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Kerangka kerja strategis diketahui sebagai *service triangle* yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun *customer relationship*.

2.4. Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan sebuah strategi pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi maupun konsumen. Awalnya bauran pemasaran menekankan pada beberapa faktor seperti produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*) yang kemudian dikenal dengan istilah 4P. Seiring perkembangan zaman terdapat penambahan faktor yang semula 4P menjadi 7P. Ketujuh faktor faktor dalam bauran pemasaran yang sekarang disebut dengan 7P adalah produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) bauran pemasaran dibagi menjadi tujuh faktor atau 7P, yaitu sebagai berikut.

1. Produk (*product*), yang dimaksud produk adalah terkait dengan produk berkualitas, yang ditawarkan dengan harga terjangkau jelas akan menjadi sasaran pasar. Brand produk juga menjadi penting karena ada beberapa segmen di pasar yang menjadikan brand sebagai alasan utama memilih produk.
2. Harga (*price*), adalah elemen penting yang menempel pada sebuah produk. Harga menjadi kunci utama bagi konsumen untuk membeli barang, khususnya

konsumen kelas menengah ke bawah dalam pemasaran. Penentuan harga bisa menjadi kekuatan untuk bersaing di dalam pasar.

3. Tempat (*place*), berkaitan dengan akses tempat maupun distribusi produk. Lokasi menjadi penting peranannya dalam pemasaran karena terkait dengan after-sales satisfaction maupun before-sales satisfaction pelanggan.
4. Promosi (*promotion*), adalah alat utama dalam pemasaran sebuah produk. Promosi ini juga yang kemudian banyak menggerus keuangan perusahaan demi memperkenalkan produknya ke pasar. Promosi dapat berupa iklan di media cetak maupun media elektronik, brosur, baliho, dan *sponsorship*.
5. Orang (*people*), adalah komitmen, insentif, penampilan, perilaku, dan kebiasaan. Apapun yang menempel pada pelanggan maupun karyawan perusahaan.
6. Proses (*process*), adalah salah satu elemen inti yang ada di *9 core elements of marketing*, namun melihat korelasi yang penting maka elemen ini di tarik masuk menjadi salah satu bagian dalam *marketing mix*. Beberapa indikator proses yang diperlukan adalah prosedur, kebijakan, mekanisasi, arah aktifitas, dan sebagainya.
7. Bukti fisik (*Physical evidence*) merupakan lingkungan, warna, tata letak, dan fasilitas tambahan. Ini terkait dengan tampilan sebuah produk/jasa yang ditawarkan. Terkait dengan *packaging* yang disajikan untuk menarik minat konsumen.

2.5. Kualitas Pelayanan Jasa

Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2004) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manufaktur, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sementara menurut Moenir (2006: 17) pelayanan merupakan sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung.

Menurut Kotler (dalam Krisdayanto. 2018: 4) kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*Perceived Service*) dengan tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan (*expected Service*).

Kualitas pelayanan dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Hal yang sama juga dinyatakan oleh Supranto (dalam Alawiyah. 2018) Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik bagi penyedia jasa.

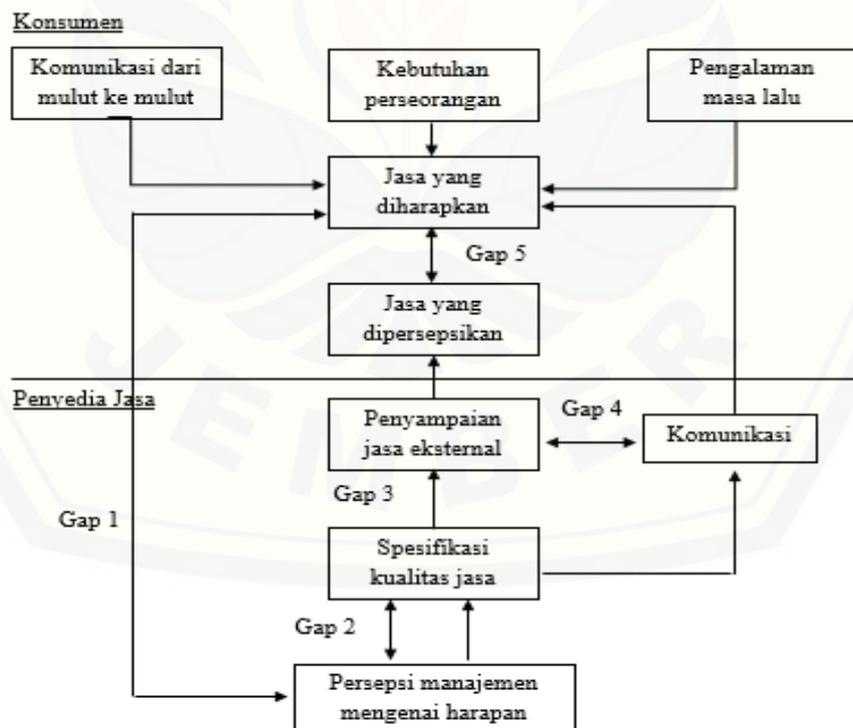
Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur-unsur kualitas pelayanan merupakan hasil temuan penelitian dari teori kualitas pelayanan yang disampaikan oleh Parasuraman (1990) yang disebut dimensi *Servqual*. Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuisioner. Teknik *servqual* dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Indikator yang akan dinilai untuk mengukur kualitas pelayanan jasa, diantaranya adalah :

1. Bukti fisik (*Tangibles*) adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.
2. Reabilitas (*Reliability*), adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*), adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.
4. Jaminan (*Assurance*), adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.
5. Empati (*Empathy*), adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

Model *Servqual* menurut Tjiptono (2004:264) meliputi analisis terhadap lima gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa, yaitu sebagai berikut.

- 1) Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen, yaitu manajemen tidak selalu memahami benar apa yang diinginkan oleh pelanggan.
- 2) Gap antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Pada hal ini manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, akan tetapi tidak menetapkan standar kualitas yang spesifik.
- 3) Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para personel mungkin kurang terlatih atau tidak memenuhi standar.
- 4) Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan dipengaruhi oleh janji yang diutarakan pemberi jasa melalui komunikasi.
- 5) Gap antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Terjadi apabila pelanggan mengukur kualitas layanan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas layanan.

Berikut gambar 2.1 merupakan model konseptual *Servqual*.



Sumber: kotler et, al (1991)

Gambar 2. 1 Model Konseptual *Servqual*

Hubungan antara persepsi dan harapan pelanggan saling terkait satu dengan yang lainnya, karena memungkinkan munculnya kesenjangan yang akan mengganggu kualitas pelayanan terhadap benda ataupun jasa bagi pelanggan. Hal tersebut berarti, apabila terjadi kesenjangan yang semakin kecil antara persepsi dengan harapan pelanggan berarti pelayanan yang dilakukan semakin prima dan baik, namun apabila kesenjangan semakin besar antara persepsi dan harapan pelanggan maka semakin tidak berkualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan Model Konseptual Kualitas Jasa (Parasuraman, dkk, 1988), jasa yang baik adalah jasa yang diharapkan sama dengan jasa yang dirasakan, sehingga nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan. Sehingga gap ini dapat menjadi acuan dalam peningkatan pelayanan pada pelanggan.

2.6. Kepuasan Pelanggan

Pelanggan merupakan konsumen seperti pembeli atau pengguna jasa yang melakukan kegiatan pembelian barang ataupun penggunaan jasa secara berulang-ulang pada sebuah perusahaan. Menurut Lupioadi dan Hamdani (2006: 174), pelanggan adalah seseorang yang secara berulang-ulang datang ke tempat yang sama untuk membeli barang atau memperoleh jasa yang diinginkannya karena merasa puas dengan barang dan jasa tersebut. Sementara menurut Nasution (2004: 102) pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk suatu perusahaan.

Menurut Gasperz (dalam Laksana. 2008: 10) pengertian pelanggan ada tiga yaitu sebagai berikut

1. Pelanggan internal (*Internal Customer*), adalah orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi (Performance) pekerjaan atau perusahaan kita.
2. Pelanggan antara (*Intermedieate Customer*), adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu.
3. Pelanggan Eksternal (*Eksternal Customer*), adalah pembeli atau pemakai akhir produk, yang sering disebut dengan pelanggan nyata (*Real Customer*).

Kepuasan sendiri menurut Laksana (2008: 9) adalah harapan yang sama dengan kenyataan. Sementara kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Armstrong (dalam Laksana. 2008: 9) kepuasan adalah “*Customer satisfaction is the outcome felt by buyer who have experienced a company performance that has fulfilled expectations*”, yang berarti bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang telah mengalami atau menerima kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapannya.

Menurut Engel, et al., (dalam Tjiptono, 2004: 146), menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekarang - kurangnya sama atau melampaui harapan dari pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan”.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan itu sendiri berkaitan dengan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Jadi kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur antara kesesuaian harapan pelanggan dengan apa yang secara nyata dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016) ada 2 yaitu sebagai berikut.

1. Memberikan tanggapan positif

Pelanggan yang puas akan memberikan tanggapan positif kepada produk ataupun perusahaan yang telah memberikan pengalaman baik bagi pelanggan. Perusahaan yang telah mencapai kepuasan pelanggan tinggi akan mendapatkan *rating* teratas. Sehingga target pasar konsumen akan jauh lebih mengenal perusahaan melalui citra yang dibentuk oleh pelanggan.

2. *Net Promoter*

Kepuasan pelanggan juga dapat dilihat dari proses rekomendasi pelanggan produk perusahaan kepada calon konsumen lain. Reichheld (dalam Kotler dan Keller. 2016) menyebut ini dengan sebutan *net promoter*.

2.6.1. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Menurut Dwiwinarsih (2009: 4) tingkat kepuasan pelanggan merupakan sebuah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan

pelanggan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Begitu juga, apabila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Menurut Lupiyoadi (2011), untuk dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu sebagai berikut.

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil yang didapatkan baik berupa barang ataupun jasa sesuai dengan apa yang diharapkan atau dalam kata lain berkualitas.

2. Pelayanan

Terutama untuk penyedia jasa maka pelayanan menjadi sangat penting dan pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk merk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan dari kualitas produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merk tertentu.

4. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi memiliki harga yang relatif murah akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tambahan waktu cenderung akan puas terhadap produk yang diberikan.

Harapan pelanggan pada dasarnya dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasaran saingannya. Pelanggan yang puas akan setia, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Upaya yang dapat dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah perusahaan harus menciptakan dan

mengelola suatu sistem yang bertugas untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak lagi dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

2.6.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (dalam Septiyandi. 2010: 15), mengidentifikasi empat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran (*Complain and sugestion system*)

Perusahaan jasa yang berorientasi pada pelanggan harus memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan berupa kartu komentar, saluran telepon bebas pulsa, sms, dan lain-lain.

2. Pembeli Bayangan (*Ghost shopping*)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan jasa perusahaan dan pesaing. Mereka akan melaporkan mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibanding para pesaing.

3. Analisis kehilangan konsumen (*Lost customer analysis*)

Perusahaan dapat menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih pada perusahaan lain, agar dapat memahami segala sesuatu yang menyebabkan hal itu terjadi dan dapat mengambil kebijakan perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei kepuasan konsumen (*Consumers Surveys*)

Sebagian besar produsen dapat menggunakan metode survei baik via pos, telepon, *e-mail* maupun wawancara langsung.

Perusahaan yang sukses akan selalu memprioritaskan kepuasan pelanggannya. Karena dengan adanya kepuasan pelanggan akan membuat perusahaan tersebut memperoleh keuntungan dan dapat mengalahkan pesaingnya. Oleh sebab itu, sangatlah penting bagi sebuah perusahaan untuk mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga perusahaan dapat memberikan *feedback* atau timbal balik kepada pelanggannya. Untuk

mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan, maka diperlukan pengukuran kepuasan pelanggan.

2.7. Hubungan kualitas pelayan jasa terhadap kepuasan pelanggan

Lupiyoadi (2011) menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Apabila pelayan jasa yang diberikan maksimal dan baik, maka pelanggan akan merasa puas karena sesuai dengan harapannya. Namun apabila pelayan jasa yang diberikan tidak maksimal dan buruk, maka pelanggan akan merasa tidak puas karena tidak sesuai dengan harapannya. Dengan demikian pelayanan yang baik akan menentukan kepuasan dari pelanggan.

Jasa yang baik adalah jasa yang diharapkan sama dengan jasa yang dirasakan, sehingga nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2007) menyatakan bahwa dampak positif antara kepuasan konsumen yaitu akan menciptakan hubungan yang harmonis antara konsumen dengan perusahaan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas konsumen, dan membuat rekomendasi dari mulut ke mulut.

Hal yang sama juga disampaikan Alma (2000: 279) yang menyatakan bahwa hal penting perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah penerapan kualitas pelayanan sehingga tercapai kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen dan tidak terbujuk untuk berpindah kepada perusahaan lain.

Berdasarkan uraian tersebut kualitas pelayanan merupakan syarat kelangsungan hidup bagi sebuah perusahaan jasa, karena dengan tingginya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa akan mencerminkan kepuasan para pelanggan.

2.8. Futsal

Futsal merupakan olahraga yang dikembangkan dari olahraga sepakbola, namun memiliki perbedaan diantara keduanya yaitu terletak pada *law of the game*

atau peraturan permainannya. Sementara untuk elemen teknik dasar dari keduanya tetap sama. Secara umum permainan futsal dan sepakbola sama, yaitu memainkan bola dengan kaki kecuali untuk penjaga gawang diperbolehkan menggunakan tangan, dengan tujuan utamanya adalah untuk menciptakan atau menggagalkan terciptanya gol.

Menurut Lhaksana (2011: 7), futsal adalah permainan yang sangat cepat dan dinamis dengan *passing* yang akurat yang memungkinkan terjadinya banyak gol. Dari segi lapangan yang relatif kecil, hampir tidak ada ruang untuk membuat kesalahan. Futsal merupakan olahraga beregu, yang mana kolektivitas tinggi akan mengangkat prestasi. Menurut Javier Lozano (dalam Lhaksana. 2011: 57), futsal bukan hanya suatu permainan bagi pemain yang merasa lebih nyaman di lapangan sempit. Sementara menurut *United State Soccer federation* (USSF) bahwa futsal merupakan *mini-soccer* yang biasa dimainkan dalam lapangan seukuran dengan lapangan basket dalam berbagai jenis permukaan yang sangat ekonomis dan aman dimainkan.

Olahraga futsal bertujuan untuk membangun keterampilan, membutuhkan refleks yang sangat cepat, kecepatan berfikir dan ketepatan dalam mengumpan serta merupakan permainan yang menarik untuk dimainkan oleh anak-anak ataupun oleh orang dewasa.

Perbedaan mendasar pada lapangan yang digunakan dengan perbandingan kurang lebih satu banding enam, sehingga menuntut peralatan dan peraturan pertandingan atau permainan yang disesuaikan. Untuk ukuran bola menggunakan bola dengan berdiameter 62 cm - 68 cm, dan jumlah pemain 5 orang. Pemain dipimpin oleh *referee* dan *assisten referee* dalam lapangan, dimana setiap babak selama 20 menit bersih (khusus selama *ball in play*), tanpa pembatasan jumlah pergantian pemain, dan diberikan satu kali kesempatan untuk melakukan *time out*.

Peraturan permainannya terjadi perubahan pada tidak adanya *off side*, lalu batas waktu 4 detik untuk memulai permainan kembali, tendangan ke dalam (*kick in*) menggantikan lemparan ke dalam pada permainan sepakbola, pemain yang dikeluarkan (*terkena kartu merah*) dapat digantikan, dan tidak diperbolehkan ada benturan badan bahkan merebut dengan *sliding*.

Berdasarkan uraian tersebut, futsal adalah aktivitas permainan beregu yang dimainkan oleh lima orang dalam durasi waktu tertentu, dimainkan pada lapangan, gawang dan bola yang relatif lebih kecil dari permainan sepakbola yang mengutamakan kecepatan bergerak, serta aman untuk dimainkan. Tim yang menang adalah tim yang lebih banyak mencetak gol ke gawang lawannya.



2.9. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

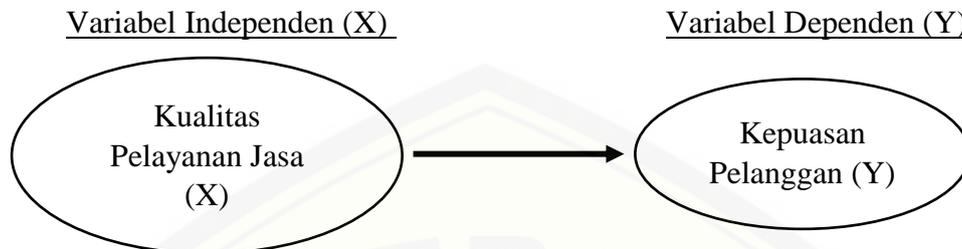
No.	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
1	Muhammad Miftahul Azim (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Satria Namira Husada Sidoarjo (Skripsi)	<u>Variabel X:</u> kualitas pelayanan <u>Variabel Y:</u> Kepuasan Pasien	Jenis penelitian: Kuantitatif Analisis data: uji validitas dan uji reliabilitas, Regresi linier sederhana, uji T, dan koefisien Determinasi (R^2)	Kualitas Pelayanan jasa kesehatan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Satria Namira Husada Sidoarjo.
2	Beti Dwi Raharjo (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember (Skripsi)	<u>Variabel X:</u> Kualitas Pelayanan <u>Variabel Y:</u> Kepuasan Konsumen	Jenis penelitian: Kuantitatif. Analisis data: uji validitas dan uji reliabilitas, Regresi linier sederhana, uji T, dan koefisien Determinasi (R^2)	Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan konsumen pada Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember.
3	Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, dan Joko Widodo (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti	<u>Variabel X:</u> Kualitas Pelayanan <u>Variabel Y:</u> Kepuasan Pelanggan	Jenis penelitian: Kuantitatif Analisis data: uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana,	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti

No.	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
		Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi		analisis varian garis regresi, efektifitas garis regresi, uji T dan standart error estimati	Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.



2.10. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini, digambarkan oleh Gambar 2.2 dibawah ini.



Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian

2.11. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H_1 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Zona Futsal Jember.
- H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Zona Futsal Jember.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian secara umum merupakan cara atau upaya sistematis yang digunakan oleh peneliti untuk memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017: 2) Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sehingga, dapat dikatakan bahwa metode penelitian merupakan metode ilmiah untuk mendapatkan pengetahuan ilmiah atau jawaban dari permasalahan yang ada dengan cara ilmiah seperti rasional, empiris dan sistematis.

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan Kuantitatif. *Explanatory research* adalah sebuah penelitian yang menjelaskan peristiwa, dan hubungan antara variabel. Menurut Sugiyono (2017: 21) penelitian eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain. Sementara, menurut Umar (2003) penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Tipe penelitian *explanatory research* menurut Sugiyono (2017:6), yaitu tipe penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, seperti mengedarkan kuesioner, test, wawancara dan sebagainya.

Pada dasarnya penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya dimana hasil penelitian berupa statistik. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menurut Hamdi (2014: 5) yaitu menekankan pada fenomena-fenomena secara objektif dan dikaji secara kuantitatif, yaitu dengan maksimalisasi objektivitas dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol. Dengan demikian, penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah sebuah penelitian dengan data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif dan

data tersebut dapat dikuantitatifkan serta diolah dengan menggunakan teknik statistik. Menurut Yusuf (2014: 46) penelitian dengan pendekatan kuantitatif langkah-langkah yang telah dirumuskan dalam rencana penelitian dipegang secara teguh dengan tujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel yang diteliti. Dengan menggunakan penelitian *explanatory research* dengan pendekatan Kuantitatif dapat diketahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember.

3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang akan digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data penelitian dari responden. Penelitian ini dilakukan di Zona Futsal Jember dengan alamat Jl Tidar No 17 Karangrejo Sumpersari Kabupaten Jember.

3.2.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan waktu yang digunakan oleh peneliti ketika mengambil data penelitian. Waktu yang digunakan di penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan selesai, setelah mendapatkan persetujuan dari Universitas Jember.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan seluruh objek pada sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2004) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas, ada karakteristik tertentu yang oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menyewa lapangan futsal di Zona Futsal Jember.

3.3.2. Sampel

Menurut Rumidi (2006: 50) sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017: 85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu

yaitu sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria subjek yang dijadikan sebagai sumber data adalah sebagai berikut.

- a) Responden berumur 17 tahun keatas, karena pada umur tersebut responden sudah bisa membaca, menulis, dan dapat menyampaikan argumennya berdasarkan pelayanan yang diperoleh.
- b) Responden merupakan pelanggan dari Zona Futsal Jember dengan minimal melakukan menggunakan lapangan futsal sebanyak 2 kali.
- c) Responden pernah menggunakan lapangan futsal di tempat lain selain di Zona Futsal Jember, karena dengan pernah menggunakan penyewaan tempat futsal lain maka responden dapat membandingkan pelayanan yang diperoleh.

Penentuan banyaknya sampel pada penelitian ini menggunakan Rumus Ferdinand (2005:75) yaitu jumlah sampel yang digunakan bergantung pada jumlah indikator yang digunakan pada semua variabel, dengan dikalikan dengan skala angka 5 sampai 10. Karena dalam penelitian ini jumlah indikator yang digunakan ada 7, maka:

Penentuan Sampel : $7 \times 10 = 70$ responden

Berdasarkan hal tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 responden.

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian adalah data kuantitatif (berupa angka), yang kemudian diolah dengan menggunakan statistik. Semua pertanyaan pada kuesioner yang berkaitan dengan variabel yang diamati diukur dengan Skala Likert. Lima skala likert yang digunakan adalah Skor 1 mengindikasikan sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 netral, skor 4 setuju, dan skor 5 sangat setuju terhadap pertanyaan yang diajukan pada kuesioner.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya menurut Sugiyono (2017), sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut.

1. Data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data primer dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini adalah data dari hasil atau jawaban kuesioner pada 70 pelanggan Zona Futsal Jember, serta pihak lain yang terlibat dalam objek penelitian ini apabila dibutuhkan data tambahan terkait informasi yang diteliti.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang diteliti. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur, artikel, jurnal serta sumber lain yang berkenaan dengan penelitian ini.

3.5. Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.5.1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menurut Sugiyono (2017) merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti, sehingga diperoleh informasi mengenai penelitian tersebut dan dapat ditarik kesimpulan. Definisi operasional bertujuan untuk memberikan batasan pada variabel penelitian agar tidak ada perbedaan tafsiran dan kesalah pahaman dalam penjelasan variabel. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan (X)

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan tujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman et.al (1990) dapat diukur berdasarkan 5 indikator sebagai berikut.

1) Bukti fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik adalah bukti konkret kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Kemampuan dan penampilan sarana prasarana yang bisa diandalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. Item yang digunakan pada indikator ini terdiri dari: kebersihan tempat futsal, keamanan tempat parkir, kualitas penerangan

bagus, kualitas jaringan internet, dan penampilan karyawan yang bersih dan rapi.

2) Reabilitas (*Reliability*)

Reabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat, dan terpercaya. Item yang digunakan pada indikator ini terdiri dari: penggunaan lapangan sesuai jadwal *booking*, dan teknis pelayanan yang konsisten

3) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti. Item yang digunakan pada indikator ini yaitu kecepatan dalam memberikan pelayanan, dan kecepatan merespon keluhan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Item yang digunakan pada indikator ini terdiri dari: perlengkapan futsal sesuai dengan standar yang ada, dan sikap sosial karyawan.

5) Empati (*Empathy*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik. Item yang digunakan pada indikator ini yaitu membantu dengan sepenuh hati, dan ramah kepada pelanggan.

2. Kepuasan pelanggan (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan pelanggan. Menurut Engel, et al., (dalam Tjiptono, 2004: 146), menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang - kurangnya sama atau melampaui harapan dari pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan pelanggan”. Sehingga pelanggan dikatakan puas apabila kinerja penyedia barang

atau jasa sesuai atau sama dengan harapan dari pelanggan. Sementara pelanggan merasa tidak puas apabila kinerja penyedia barang atau jasa di bawah harapan dari pelanggan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016) ada 2 yaitu sebagai berikut.

1) Memberikan tanggapan positif

Pelanggan yang merasa puas akan memberikan tanggapan yang positif kepada produk ataupun perusahaan yang telah memberikan pengalaman baik bagi pelanggan. Item yang digunakan pada indikator ini yaitu menceritakan hal baik tentang Zona futsal ke pelanggan lain, dan kesediaan berkunjung kembali.

2) *Net Promoter*

Pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan dan mengajak calon konsumen baru untuk dapat merasakan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Item yang digunakan pada indikator ini yaitu kesediaan merekomendasikan, mengajak pelanggan lain.

Adapun indikator yang akan diamati dalam setiap variabel kualitas pelayan jasa dan variabel kepuasan pelanggan terdapat pada Tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Item
1	Kualitas Pelayanan (X)	a. <i>Tangibles</i>	1 Kebersihan tempat futsal
			2 Keamanan tempat parkir
			3 Kualitas penerangan lapangan bagus
			4 Kualitas jaringan internet
			5 penampilan karyawan bersih dan rapi
		b. <i>Reliability</i>	1 Penggunaan lapangan sesuai jadwal <i>booking</i> .
			2 teknis pelayanan konsisten
		c. <i>Responsiveness</i>	1 Kecepatan dalam memberikan pelayanan

No.	Variabel	Indikator	Item
			2 Kecepatan merespon keluhan pelanggan
		d. <i>Assurance</i>	1 Perlengkapan futsal sesuai standart 2 sikap sosial karyawan
		e. <i>Empathy</i>	1 Membantu dengan sepenuh hati 2 Ramah kepada pelanggan
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	a. Memberikan tanggapan positif	1 Menceritakan hal baik/positif Zona futsal 2 Kesiediaan berkunjung kembali
		b. <i>Net Promoter</i>	1 Kesiediaan merekomendasikan 2 Mengajak pelanggan lain

3.5.2. Skala Pengukuran Variabel

Menurut Umar (2003: 96) skala merupakan sebuah prosedur pemberian angka atau simbol kepada sejumlah objek tertentu dalam sebuah penelitian. Jadi skala pengukurasn variabel adalah peneliti memberikan skala berupa angka yang dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diamati.

Skala Likert (*Likert Scale*) menurut Hermawan (2009: 134) merupakan suatu skala yang mengukur kesetujuan atau ketidak setujuan seseorang terhadap serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu. Sementara menurut Kinnear (dalam Umar. 2003: 98) skala likert merupakan skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seorang akan sesuatu, dengan alternatif pertanyaannya seperti setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas, atau baik sampai tidak baik. Skala likert dikembangkan oleh Rensis Likert. Pada penelitian ini skala likert yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variable terikat adalah 5 skala penilaian yaitu seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Berikut 5 skala likert yang digunakan pada penelitian ini.

- | | |
|------------------------------|---------------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | diberi skor 5 |
| 2. Setuju (S) | diberi skor 4 |
| 3. Netral (N) | diberi skor 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | diberi skor 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | diberi skor 1 |

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang relevan dan akurat. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kuesioner

Angket atau kuesioner menurut Sutopo (2006: 82) merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung artinya peneliti tidak tanya jawab dengan responden secara langsung. Menurut Arikunto (2013:194), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket karena berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau responden. Responden mempunyai kebebasan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya. Semua pertanyaan dalam kuesioner pada penelitian ini menggunakan Skala Likert yang terdiri dari 5 yaitu Skor 1 mengindikasikan sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 netral, skor 4 setuju, dan skor 5 sangat setuju.

2. Studi pustaka

Pada penelitian ini, pengumpulan data dengan studi pustaka adalah diperoleh melalui artikel ilmiah, jurnal, maupun buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut Sukardi (2013), yaitu mempelajari dokumen yang berkaitan dengan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian. Dokumentasi

berasal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah buku pelanggan dan buku inventaris Zona Futsal Jember.

3.7. Uji Instrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Validasi instrumen dilakukan untuk uji kelayakan instrumen yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Karena hanya instrumen yang valid yang dapat digunakan dalam suatu penelitian. Uji Validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat tingkat kesahihan alat ukur/instrumen yang digunakan. Menurut Sugiyono (2004: 137) instrumen yang valid adalah instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Djaali dan Mulyono (2008), Validitas dibagi menjadi tiga macam yaitu, Validitas isi, Validitas Konstruk, dan Validitas Empiris. Uji Validitas pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi Product Moment sebagai berikut (Arikunto, 2013).

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan: r_{xy} = Koefisien korelasi Product Moment
 n = banyaknya sampel
 X = skor butir
 Y = jumlah skor yang diuji

Dasar dalam menentukan kevalidan berdasarkan rumus tersebut adalah jika nilai koefisien korelasi produk moment yaitu $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan $Sig. < 0,05$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Namun apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$ dan $Sig. > 0,05$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui tingkat kehandalan (kepercayaan) item pertanyaan terhadap variabel yang diukur dalam sebuah instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika instrumen (alat ukur)

tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas menurut Arikunto (2013) adalah sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan: α = koefisien reliabilitas
 r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel
 k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai dari koefisien *Alpha Cronbach* > 0,6.

3.8. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono (2017) analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada dua hubungan fungsional ataupun kausal antara variabel dependen dengan variabel independen. Rumus analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel *dependen*, yaitu kepuasan pelanggan
 a = harga Y , bila $X=0$ (harga konstan)
 b = koefisien regresi, b positif (+) = naik dan b negatif (-) = turun
 X = nilai variabel *Independen* yaitu kualitas pelayanan

3.9. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) pada penelitian. Uji hipotesis pada penelitian ini terdiri dari dua yaitu uji T dan uji Koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut.

a. Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2016) uji beda T-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Pengujian

hipotesis dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Pada penelitian ini dasar pengambilan keputusan adalah:

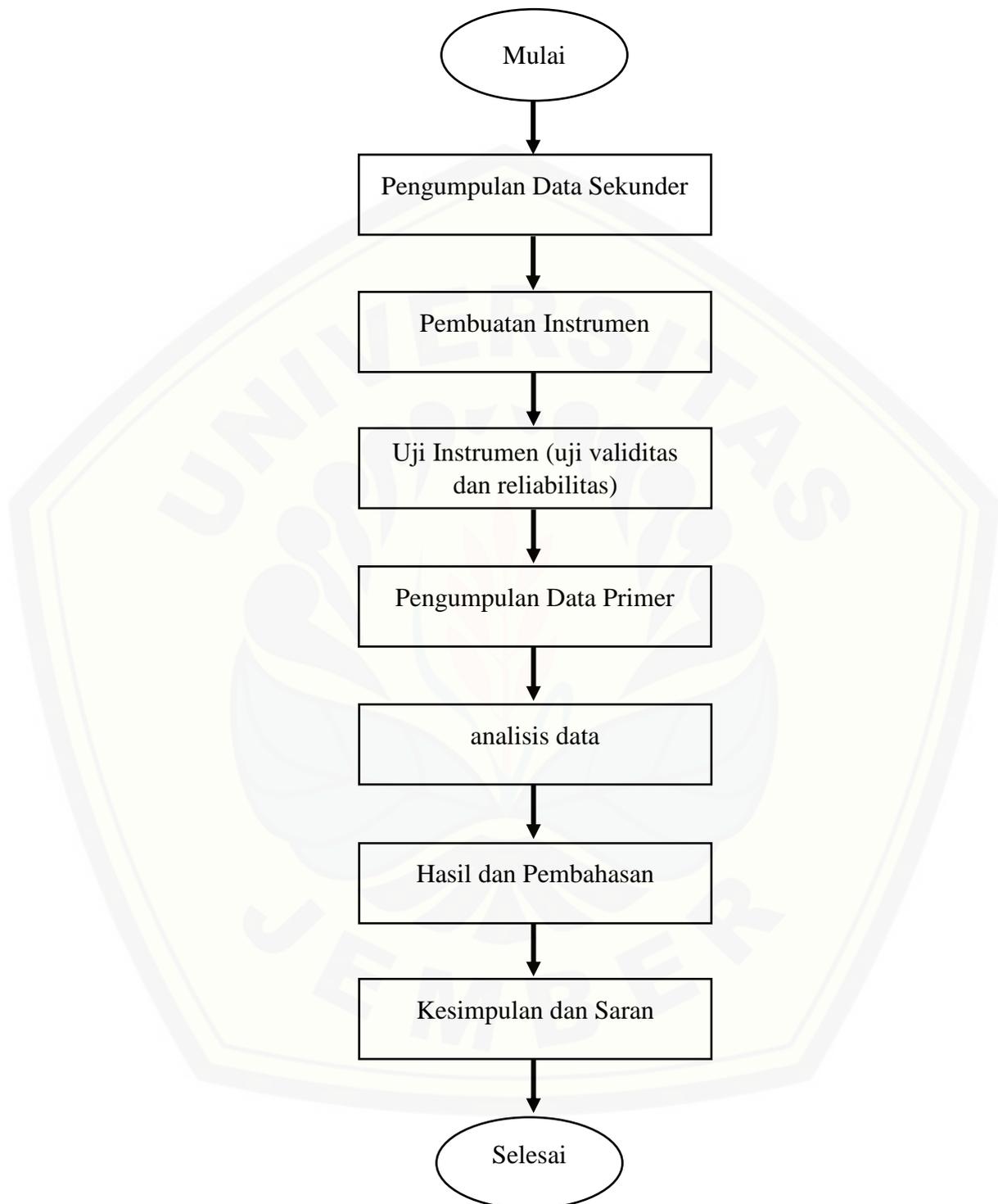
1. Jika nilai probabilitas signifikan lebih besar dari α (Sig. > 0,05), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal tersebut berarti variabel Independen (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari α (Sig. < 0,05), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut berarti variabel Independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dengan ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Inti dari koefisien determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin mendekati nol (0), maka semakin kecil pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel dalam menjelaskan variabel sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti seluruh variabel mampu menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

3.10. Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini ditunjukkan oleh gambar 3.1 berikut ini.



Gambar 3. 1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan Kegiatan:

1. Mulai

Tahap ini berkaitan dengan penentuan rancangan penelitian seperti menentukan tempat dan subjek penelitian, serta variabel bebas dan variabel terikat yang akan diamati dalam penelitian.

2. Pengumpulan data sekunder

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data sekunder terkait variabel bebas dan variabel terikat yaitu kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan. Data sekunder yang dikumpulkan meliputi data pelanggan serta data penunjang variabel yang bersumber dari buku dan artikel atau jurnal penelitian yang terkait.

3. Pembuatan instrumen

Pada tahap ini peneliti membuat instrumen yang akan digunakan dalam penelitian yaitu berupa kuesioner atau angket. Pembuatan kuesioner dilakukan dengan melihat indikator pada variabel bebas yang akan dinilai yaitu kualitas pelayanan jasa meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

4. Pengujian instrumen

Setelah instrumen dibuat, tahap selanjutnya adalah pengujian instrumen yang meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Dari hasil pengujian instrumen ini jika instrumen memenuhi kriteria valid dan reliabel maka dilanjutkan pada tahap selanjutnya dan instrumen siap digunakan untuk pengumpulan data primer. Namun apabila hasil uji instrumen menunjukkan kriteria tidak valid dan tidak reliabel, maka perlu dilakukan perbaikan terhadap instrumen.

5. Pengumpulan data primer

Pada tahap ini jika instrumen sudah valid dan reliabel, maka dilanjutkan dengan peneliti mengumpulkan data primer. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara memberikan kuesioner atau angket kepada sampel penelitian yang merupakan pelanggan dari Zona Futsal Jember. Selain memberikan kuesioner, dilakukan pula wawancara dengan pengelola Zona Futsal Jember untuk mengetahui pelayanan yang diberikan.

6. Analisis data

Tahap selanjutnya setelah data primer diperoleh, dilakukan analisis terhadap data primer. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis meliputi uji T, dan uji koefisien determinasi (R^2).

7. Hasil dan Pembahasan

Tahap selanjutnya dari hasil dari analisis data dilakukan pembahasan untuk menjawab hipotesis dan rumusan masalah dalam penelitian.

8. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir yaitu setelah semua kegiatan telah dilakukan, maka peneliti akan membuat sebuah kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban dari pemecahan masalah. Selanjutnya diikuti dengan pemberian saran berupa rekomendasi terkait objek penelitian berdasarkan kesimpulan yang dibuat.

BAB 5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian dan analisis data tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Zona Futsal Jember menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zona Futsal Jember. Hal tersebut berarti bahwa mayoritas pelanggan di Zona Futsal Jember merasakan manfaat dari masing-masing indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), reabilitas (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*). Sehingga terciptalah kepuasan dari para pelanggan Zona Futsal Jember.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Pihak Zona Futsal Jember supaya menjaga dan lebih meningkatkan lagi kebersihan semua fasilitas dan prasarana yang disediakan, begitu juga terkait kerapian dari semua karyawan yang bekerja.
- b. Pihak Zona Futsal Jember supaya lebih meningkatkan kelengkapan alat-alat futsal seperti peluit, bola, dan rompi yang dapat digunakan saat pelanggan menyewa lapangan futsal.
- c. Pihak Zona Futsal Jember supaya membuat terobosan baru terkait fasilitas *Wifi* yang disediakan, seperti menambah jaringan *wifi* agar koneksi semakin lancar dan membuat spanduk bertuliskan “*free wifi*” sehingga ketika pelanggan membawa teman atau keluarga dapat menggunakan *wifi* sambil melihat futsal.
- d. Pihak Zona Futsal Jember supaya lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan baik itu terkait bukti fisik (*Tangibles*), reabilitas (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*). Karena dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan berakibat terciptanya kepuasan pelanggan.

- e. Peneliti selanjutnya, supaya lebih memperdalam lagi item yang akan digunakan pada kuesioner sehingga dapat menggali tentang variabel penelitian yang akan diteliti.
- f. Peneliti selanjutnya, supaya mempertimbangkan variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini jika mengambil penelitian yang sejenis.



DAFTAR PUSTAKA

- Adriyan, Payne. 2000. Pemasaran Jasa, The Essence of Service Marketing. Yogyakarta: Andi.
- Alawiyah, Titien. 2018. E-Journal Administrasi Bisnis. Volume 6. No. 2. Hal: 803-817 [diakses 24 Februari 2019].
- Alma, Buchari. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Cetakan Kelimabelas. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azim, Muhammad Miftahul. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Satria Namira Husada Sidoarjo. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Djaali dan Mulyono, Pudji. 2008. Pengukuran dalam Bidang Pendidikan. Jakarta: Grasindo.
- Dwiwinarsih, Rina. 2009. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisydi Depok. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Ferdinand. 2005. Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Futsal World Rangkaing. Rangkaing Futsal Indonesia di Dunia. <https://www.futsalworldranging.be/rank.htm>. [diakses tanggal 15 Juli 2019].
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdi, Asep Saepul. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta: Deepublish.
- Hermawan, Asep. 2009. Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif. Jakarta: Grasindo.
- Imanuel, Brilliance Hymy dan Sherly Tanoto. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. *Jurnal AGORA*. Vol. 7, No. 1.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2016. Dasar-dasar pemasaran, Edisi Kelimabelas. Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, P., K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi Kelimabelas. London: Pearson Education.
- Krisdayanto, Iqbal. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandung. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1025>. [di akses tanggal 18 Februari 2019].
- Kumparan. Sejarah Futsal di Indonesia. <https://kumparan.com/mu-match/merunut-sejarah-futsal-di-indonesia-dan-orang-yang-semangat-memajukannya>. [diakses tanggal 2 Februari 2019].
- Kuntari, Bella Dwi, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk – Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* [Vol. 36 No. 1]. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lhaksana, Justinus. 2011. *Materi Coaching Clinic Mizone*. Jakarta: Difamata Sport EO.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir. 2006. *The management of conflict: Interpretations and Interests in Comperative Perspective*. Yale: University Press.
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan M.Jo., Bitner. 1990. *Delivery Quality Service*. New York: Free Press.
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan L.L., Berry. 1998. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Meansuring Consumer Perseption of Service Quality. *Jurnal of Retailing*.
- PSSI. Sejarah Futsal di Indonesia. <http://www.pssi.or.id/dev/page/detail/48/FUTSAL>. [diakses tanggal 2 Februari 2019].
- Raharjo, Beti Dwi. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- Rumidi, Sukandar. 2006. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Septiyandi, Ryo. 2010. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Pengelolaan 5G Ball Futsal Di Kabupaten Sleman. FIK UNY.
- Sholeha, Ludviyatus, Sutrisno Djaja, dan Joko Widodo. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol 12, No.1. 15-25.
- Stanton, William .J. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2003. Metodologi Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Sutopo, HB. 2006, Metode Penelitian Kualitatif, Surakarta: UNS Press.
- Tjiptono Fandy. 2004. Prinsip- Prinsip Total Quality Service. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Manajemen Jasa Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tribunnews. Lima Manfaat Olahraga Untuk Tubuh. <https://www.tribunnews.com/tribunners/2017/06/26/lima-manfaat-olahraga-untuk-menjaga-kesehatan-tubuh>. [diakses tanggal 15 Juli 2019].
- Umar, Husein. 2003. Metode Riset Bisnis, Panduan Mahasiswa untuk melakukan riset. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wikipedia. Federasi Futsal Indonesia. https://id.wikipedia.org/wiki/Federasi_Futsal_Indonesia. [diakses tanggal 6 Februari 2019]
- Yazid. 2008. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Ekonisia Kampus.
- Yusuf, Muri. 2014. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian**Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden,
di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1), maka saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Erfan Santoso

NIM : 150910202066

Perguruan tinggi : Universitas Jember

Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember

Meminta kesedian dan partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi lembar kuisisioner. Adapun informasi yang anda berikan dalam kuisisioner, akan digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Identitas dan informasi yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i semata-mata hanya untuk kepentingan karya ilmiah, dan peneliti menjamin kerahasiaan seluruh identitas dan informasi yang diberikan. Oleh karena itu, saya sangat berharap keterbukaan dan kejujuran Bapak/Ibu/Saudara/i Responden dalam mengisi kuisisioner.

Atas ketersediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan.

Hormat saya,

Achmad Erfan Santoso
NIM 150910202066

Lembar Kuisisioner**I. Identitas Responden**

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :

II. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda checklist (√) pada jawaban yang dipilih!

1. Pekerjaan

- Mahasiswa Pegawai / Karyawan
 Wiraswasta Lain-lain

2. Intensitas menyewa lapangan futsal di Zona Futsal Jember

- 2 kali 3 kali 4 -5 kali Lebih 5 kali

III. Petunjuk Pengisian

- Berikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban dari setiap pertanyaan yang dianggap sesuai dengan apa yang anda alami dan rasakan.
- Pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- Setiap butir pertanyaan dalam kuisisioner cukup diberi satu jawaban.
- Setiap jawaban yang dipilih akan diberi skor sebagai berikut.

SS (Sangat Setuju) : skor 5
S (Setuju) : skor 4
N (Netral) : skor 3
TS (Tidak Setuju) : skor 2
STS(Sangat Tidak Setuju) : skor 1

Tangibles

No.	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Lapangan futsal di Zona Futsal terjaga kebersihannya					
2	Tempat parkir di Zona Futsal terjaga keamanannya					
3	Kualitas penerangan di lapangan Zona Futsal bagus					
4	Wifi di Zona Futsal selalu lancar					
5	Karyawan di Zona Futsal memiliki tampilan yang bersih dan rapi					

Reliability

No.	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
6	Lapangan futsal di Zona Futsal digunakan sesuai jadwal <i>booking</i> pelanggan					
7	Karyawan di Zona Futsal selalu konsisten dalam memberikan pelayanan.					

Responsiveness

No.	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
8	Karyawan Zona Futsal memberikan pelayanan dengan cepat					
9	Karyawan Zona Futsal memberikan respon yang cepat pada setiap keluhan pelanggan.					

Assurance

No.	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
10	Perlengkapan futsal di Zona Futsal sesuai dengan standart.					
11	Sikap karyawan di Zona Futsal selalu sopan dan santun					

Empathy

No.	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
12	Karyawan Zona Futsal membantu pelanggan dengan sepenuh hati					
13	Karyawan Zona Futsal selalu ramah kepada pelanggan					

Kepuasan Pelanggan (Y)

Tanggapan Positif

No.	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
14	Saya akan menceritakan hal-hal yang baik tentang Zona Futsal kepada teman-teman saya					
15	Saya bersedia berkunjung kembali untuk menyewa lapangan futsal di Zona Futsal					

Net promoter

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
16	Saya dengan senang hati merekomendasikan Zona Futsal kepada teman dan saudara saya.					
17	Saya akan mengajak teman saya untuk menyewa lapangan futsal di Zona Futsal					

Lampiran 2. Data Uji Instrument Penelitian

DATA UJI INSTRUMENT PENELITIAN

Responden	Item Pertanyaan																Jumlah	
	<i>Tangible</i>					<i>Reability</i>		<i>Responsiveness</i>		<i>Assurance</i>		<i>Empathy</i>		<i>Tanggapan Positif</i>		<i>Net Promoter</i>		
	1	2	3	4	5	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1		2
1	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	68
2	5	5	5	3	4	5	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	69
3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	71
4	3	4	4	2	1	4	5	3	2	4	5	5	4	3	3	3	3	58
5	5	5	5	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	72
6	5	5	5	3	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	73
7	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	5	4	62
8	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	59
9	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	75
10	5	4	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	74
11	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	62
12	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	64
13	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
14	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	64
15	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
16	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	5	5	4	3	53
17	3	4	2	2	3	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	58
18	4	3	5	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	64

Responden	Item Pertanyaan																Jumlah	
	<i>Tangible</i>					<i>Reability</i>		<i>Responsiveness</i>		<i>Assurance</i>		<i>Empathy</i>		<i>Tanggapan Positif</i>		<i>Net Promoter</i>		
	1	2	3	4	5	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1		2
19	4	5	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	62
20	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
21	5	4	4	2	2	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	66
22	4	5	4	3	3	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	64
23	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
24	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	63
25	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	77
26	3	4	4	2	3	3	3	3	4	5	4	3	4	3	3	3	3	57
27	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	77
28	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	56
29	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	70
30	4	5	5	4	2	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	73

Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner

DATA KUESIONER PENELITIAN

Responden	Kualitas Pelayanan (X)													Kepuasan Pelanggan (Y)				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	68
2	5	5	5	3	4	5	3	4	3	5	4	4	4	3	5	4	5	71
3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	71
4	3	4	4	2	1	4	5	3	2	4	5	5	4	4	3	4	3	60
5	5	5	5	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	72
6	5	5	5	3	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	73
7	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	5	4	62
8	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	59
9	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	75
10	5	4	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	74
11	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	62
12	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
13	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	67
14	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	64
15	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
16	4	4	3	3	3	4	3	3	1	4	3	2	3	5	5	4	3	57
17	3	4	2	2	3	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	57
18	4	3	5	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	64
19	4	5	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	62
20	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65

Responden	Kualitas Pelayanan (X)													Kepuasan Pelanggan (Y)				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
21	5	4	4	2	2	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	4	4	67
22	4	5	4	3	3	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	64
23	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	68
24	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	66
25	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	77
26	3	4	4	2	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	5	4	3	62
27	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	77
28	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	59
29	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	5	74
30	4	5	5	4	2	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	73
31	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	59
32	5	4	4	3	3	4	5	4	2	3	3	2	2	3	4	4	4	59
33	4	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	4	4	59
34	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
35	3	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	72
36	3	4	2	1	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	51
37	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	59
38	4	4	4	2	3	5	5	4	3	2	3	2	2	3	4	4	4	58
39	4	5	5	1	3	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	68
40	4	5	3	2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	67
41	4	5	5	2	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	72
42	3	3	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	72
43	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	65

Responden	Kualitas Pelayanan (X)													Kepuasan Pelanggan (Y)				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
44	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	71
45	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	64
46	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	80
47	4	4	4	2	3	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	59
48	4	4	4	3	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	70
49	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	73
50	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	4	4	69
51	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	71
52	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	69
53	4	5	5	2	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	70
54	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	63
55	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	68
56	4	5	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	61
57	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	71
58	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	63
59	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
60	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	61
61	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	74
62	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	78
63	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	74
64	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	69
65	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	3	4	4	5	4	4	69
66	4	5	5	4	4	4	3	4	2	4	5	3	4	4	4	4	4	67

Responden	Kualitas Pelayanan (X)													Kepuasan Pelanggan (Y)				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
67	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	74
68	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	71
69	5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	75
70	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	73
SS	18	26	23	3	3	30	17	11	8	16	8	7	6	10	29	14	19	258
%	25,71	37,14	32,86	4,29	4,39	42,86	24,29	15,71	11,43	22,86	11,43	10	8,57	14,29	41,43	20	27,14	-
S	42	38	38	19	28	37	33	42	38	39	43	40	49	48	35	51	42	662
%	60	54,29	54,29	27,14	40	52,86	47,14	60	54,29	55,71	61,43	57,14	70	68,57	50	72,86	60	-
N	9	5	7	32	36	3	19	16	18	13	18	20	12	12	6	5	9	240
%	12,86	7,14	10	45,71	51,43	4,29	27,14	22,86	25,71	18,57	25,71	28,57	17,14	17,14	8,57	7,14	12,86	-
TS	0	0	2	14	2	0	1	1	5	2	1	3	3	0	0	0	0	34
%	-	-	2,86	20	2,86	-	1,43	1,43	7,14	2,86	1,43	4,29	4,29	-	-	-	-	-
STS	1	1	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6
%	1,43	1,43	-	2,86	1,43	-	-	-	1,43	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jumlah (Total × bobot pertanyaan)	286	298	292	217	240	307	276	273	257	279	268	261	268	278	303	289	290	-
Rata-Rata	4,09	4,26	4,17	3,10	3,43	4,39	3,94	3,90	3,67	3,99	3,83	3,73	3,83	3,97	4,33	4,13	4,14	-

Lampiran 4. Uji validitas

UJI VALIDITAS INSTRUMENT

Correlations

		Variables																	
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	Item_16	Item_17	Skor Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.461*	.634**	.370*	.410*	.527**	.282	.362*	.474**	.075	.112	.117	.320	.199	.403*	.415*	.478**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.010	.000	.044	.024	.003	.131	.049	.008	.694	.556	.539	.085	.292	.027	.023	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_2	Pearson Correlation	.461*	1	.485**	.310	.162	.660**	.187	-.143	.203	.384*	.162	.016	.152	-.018	.130	.165	.224	.481**
	Sig. (2-tailed)	.010		.007	.096	.393	.000	.322	.452	.282	.036	.393	.934	.423	.925	.493	.382	.235	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_3	Pearson Correlation	.634**	.485**	1	.461*	.224	.176	.223	.364*	.434*	.333	.412*	.345	.505**	.052	.203	.227	.281	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.010	.235	.353	.237	.048	.016	.072	.024	.062	.004	.784	.282	.227	.133	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_4	Pearson Correlation	.370*	.310	.461*	1	.399*	.067	.103	.244	.198	.342	.031	.036	.264	.164	.120	.272	-.070	.483**
	Sig. (2-tailed)	.044	.096	.010		.029	.724	.587	.194	.295	.064	.872	.850	.159	.387	.527	.145	.715	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_5	Pearson Correlation	.410*	.162	.224	.399*	1	.035	-.297	.177	.268	.398*	-.153	-.276	.126	.131	.365*	.388*	.281	.395*
	Sig. (2-tailed)	.024	.393	.235	.029		.854	.111	.350	.152	.029	.420	.139	.506	.491	.047	.034	.133	.031
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_6	Pearson Correlation	.527**	.660**	.176	.067	.035	1	.355	-.031	.127	.083	.105	-.014	.057	.016	.412*	.136	.380*	.422*
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.353	.724	.854		.054	.871	.504	.661	.579	.943	.767	.935	.024	.474	.038	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_7	Pearson Correlation	.282	.187	.223	.103	-.297	.355	1	.393*	.280	-.081	.446*	.494**	.458*	.264	.137	.017	.168	.471**
	Sig. (2-tailed)	.131	.322	.237	.587	.111	.054		.031	.134	.669	.014	.006	.011	.158	.471	.929	.375	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Item_8	Pearson Correlation	.362 ^{**}	-.143	.364 [*]	.244	.177	-.031	.393 ^{**}	1	.596 ^{***}	-.066	.384 [*]	.549 ^{***}	.558 ^{***}	.439 [*]	.179	.295	.379 [*]	.622 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.049	.452	.048	.194	.350	.871	.031		.001	.727	.036	.002	.001	.015	.343	.113	.039	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_9	Pearson Correlation	.474 ^{***}	.203	.434 [*]	.198	.268	.127	.280	.596 ^{***}	1	.235	.508 ^{***}	.477 ^{***}	.689 ^{***}	.218	.134	.401 [*]	.532 ^{***}	.741 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.008	.282	.016	.295	.152	.504	.134	.001		.212	.004	.008	.000	.248	.480	.028	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_10	Pearson Correlation	.075	.384 [*]	.333	.342	.398 ^{**}	.083	-.081	-.066	.235	1	.312	.114	.254	-.225	.082	.222	.078	.395 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.694	.036	.072	.064	.029	.661	.669	.727	.212		.094	.550	.176	.233	.668	.238	.681	.031
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_11	Pearson Correlation	.112	.162	.412 [*]	.031	-.153	.105	.446 [*]	.384 [*]	.508 ^{***}	.312	1	.552 ^{***}	.821 ^{***}	-.052	.122	.013	.163	.534 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.556	.393	.024	.872	.420	.579	.014	.036	.004	.094		.002	.000	.784	.521	.944	.390	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_12	Pearson Correlation	.117	.016	.345	.036	-.276	-.014	.494 ^{***}	.549 ^{***}	.477 ^{***}	.114	.552 ^{***}	1	.612 ^{***}	.015	-.111	.251	.417 [*]	.499 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.539	.934	.062	.850	.139	.943	.006	.002	.008	.550	.002		.000	.936	.558	.181	.022	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_13	Pearson Correlation	.320	.152	.505 ^{***}	.264	.126	.057	.458 ^{**}	.558 ^{***}	.689 ^{***}	.254	.821 ^{***}	.612 ^{***}	1	.077	.240	.223	.349	.723 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.085	.423	.004	.159	.506	.767	.011	.001	.000	.176	.000	.000		.685	.202	.237	.059	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_14	Pearson Correlation	.199	-.018	.052	.164	.131	.016	.264	.439 [*]	.218	-.225	-.052	.015	.077	1	.488 ^{***}	.547 ^{***}	.381 [*]	.380 [*]
	Sig. (2-tailed)	.292	.925	.784	.387	.491	.935	.158	.015	.248	.233	.784	.936	.685		.006	.002	.038	.038
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_15	Pearson Correlation	.403 [*]	.130	.203	.120	.365 ^{**}	.412 [*]	.137	.179	.134	.082	.122	-.111	.240	.488 ^{***}	1	.545 ^{***}	.623 ^{***}	.513 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.027	.493	.282	.527	.047	.024	.471	.343	.480	.668	.521	.558	.202	.006		.002	.000	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Item_16	Pearson Correlation	.415 ^{**}	.165	.227	.272	.388 ^{**}	.136	.017	.295	.401 ^{**}	.222	.013	.251	.223	.547 ^{***}	.545 ^{***}	1	.709 ^{***}	.609 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.023	.382	.227	.145	.034	.474	.929	.113	.028	.238	.944	.181	.237	.002	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_17	Pearson Correlation	.478 ^{***}	.224	.281	-.070	.281	.380 ^{**}	.168	.379 ^{**}	.532 ^{***}	.078	.163	.417 ^{**}	.349	.381 ^{**}	.623 ^{***}	.709 ^{***}	1	.660 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.008	.235	.133	.715	.133	.038	.375	.039	.002	.681	.390	.022	.059	.038	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor_total	Pearson Correlation	.708 ^{***}	.481 ^{***}	.689 ^{***}	.483 ^{***}	.395 ^{**}	.422 ^{**}	.471 ^{***}	.622 ^{***}	.741 ^{***}	.395 ^{**}	.534 ^{***}	.499 ^{***}	.723 ^{***}	.380 ^{**}	.513 ^{***}	.609 ^{***}	.660 ^{***}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.007	.031	.020	.009	.000	.000	.031	.002	.005	.000	.038	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Hasil validitas masing-masing item pertanyaan

Correlations

Variabels=Skor_total

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Item_1	.708**	.000	30
Item_2	.481**	.007	30
item_3	.689**	.000	30
Item_4	.483**	.007	30
Item_5	.395*	.031	30
Item_6	.422*	.020	30
Item_7	.471**	.009	30
Item_8	.622**	.000	30
Item_9	.741**	.000	30
Item_10	.395*	.031	30
Item_11	.534**	.002	30
Item_12	.499**	.005	30
Item_13	.723**	.000	30
Item_14	.380*	.038	30
Item_15	.513**	.004	30
Item_16	.609**	.000	30
Item_17	.660**	.000	30
Skor_total	1		30

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

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

Lampiran 5. Uji reliabilitas**UJI RELIABILITAS**

1. Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	45.73	23.582	.609	.804
Item_2	45.63	24.930	.432	.817
Item_3	45.67	22.920	.677	.798
Item_4	46.73	24.133	.400	.820
Item_5	46.67	25.885	.220	.832
Item_6	45.53	25.430	.284	.827
Item_7	46.03	24.861	.398	.819
Item_8	46.00	23.517	.494	.812
Item_9	46.20	21.683	.659	.797
Item_10	45.87	24.809	.334	.825
Item_11	46.00	23.862	.525	.810
Item_12	46.03	24.378	.432	.817
Item_13	45.90	23.955	.728	.801

2. Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	12.10	2.369	.549	.831
Item_2	11.87	2.257	.657	.781
Item_3	11.93	2.133	.732	.745
Item_4	12.00	2.345	.688	.769

Lampiran 6. Regresi linear sederhana

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Variabels Entered/Removed^b

Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan ^a		Enter

a. All requested variabels entered.

b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.569	1.040

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.602	1	99.602	92.097	.000 ^a
	Residual	73.541	68	1.081		
	Total	173.143	69			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.115	1.200		4.262	.000
	Kualitas Pelayanan	.228	.024	.758	9.597	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 7. Tabel Nilai r Produk Moment

TABEL NILAI r PRODUK MOMENT

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Sumber: Sugiyono (2017)

Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian

SURAT IJIN PENELITIAN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
 Jl. Kalimantan 37 Jember, Telp (0331) 337818, 339385 Fax (0331) 337818
 Email : penelitian.lp2m@unej.ac.id - pengabdian.lp2m@unej.ac.id

Nomor : 3539 /UN25.3.1/LT/2019
 Perihal : Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian

28 Agustus 2019

Yth. Pengelola
 Zona Futsal Jember
 Di
 Jember

Memperhatikan surat dari Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember nomor 3038/UN25.1.2/LT/2019 tanggal 26 Agustus 2019 perihal Ijin Penelitian mahasiswa,

Nama : Achmad Erfan Santoso
 NIM : 150910202066
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Alamat : Jl. Semeru Gg. KH. Abdus Syukur, Sumpersari-Jember
 Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember"
 Lokasi Penelitian : Zona Futsal Jember
 Jl. Tidar, Sumpersari-Jember
 Lama Penelitian : 2 Bulan (2 September-30 Oktober 2019)

maka kami mohon dengan hormat bantuan Saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul tersebut diatas.

Demikian atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.



Dr. Susanto, M.Pd.
 NIP. 196306161988021001

Tembusan Yth.
 1. Dekan FISIP Universitas Jember;
 2. Mahasiswa ybs;
 3. Arsip.



CERTIFICATE NO. QMS/173

Lampiran 9. Surat Balasan Penelitian**SURAT BALASAN PENELITIAN DARI ZONA FUTSAL****ZONA FUTSAL JEMBER**

Alamat : Jl. Tidar No. 17 Karangrejo, Sumbersari, Jember

Telp: 081232000983

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bayu Nugroho

Jabatan : Manager

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Achmad Erfan Santoso

NIM : 150910202066

Jurusan : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah melaksanakan penelitian di Zona Futsal Jember mulai Februari 2019 hingga September 2019 untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Zona Futsal Jember"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 27 September 2019

Manager,


Bayu Nugroho

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI PENELITIAN

Zona Futsal Jember



Foto Bersama Manager Zona Futsal Setelah Wawancara



Penggunaan Lapangan Futsal



Pengisian Kuesioner Penelitian

