



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA LAPANGAN FUTSAL CIMAHPAR BOGOR**

Skripsi

Diajukan oleh :  
M Saepul Alam  
021115065

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**MEI 2019**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA LAPANGAN FUTSAL CIMAHPAR BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan  
Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,

(Dr. Hendro Sasongko., Ak, M.M.,CA.)

Ketua Program Studi,

(Tutus Rully., SE., M.M.)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA LAPANGAN FUTSAL CIMAHPAR BOGOR**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari : Sabtu Tanggal : 11/Mei/2019

M Saepul Alam  
021115065

Menyetujui,  
Ketua Sidang



(Hj. Dra. Sri Hartini., M.M.)

Ketua Komisi Pembimbing,



(Oktori Kiswati Z., SE., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing,



(Yetty Husnul H., SE., M.M.)

## ABSTRAK

M Saepul Alam, 021115065, Ekonomi Manajemen, Manajemen Pemasaran, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapangan Futsal Cimahpar Bogor, Dibawah Bimbingan : Ketua komisi pembimbing Ibu Oktori Kiswati Z dan Anggota komisi pembimbing Ibu Yetty Husnul H. 2019.

konsumen lapangan futsal akan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, namun demikian kenyataan yang ditemukan pada Lapangan Futsal Cimahpar masih banyak yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini terlihat dari penurunan jumlah pelanggan 2 tahun terakhir dan adanya peningkatan keluhan. Pemberian pelayanan yang memuaskan adalah faktor penting sehingga konsumen tidak pindah ke jasa lapangan futsal lain.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui berbagai acuan dalam perencanaan berdasarkan Analisis kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cimahpar Futsal Bogor. Dengan menggunakan data kualitatif yang bersumber dari sumber primer yang diperoleh dari hasil kuisioner terhadap 100 orang pada pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar yang diambil menggunakan metode Probabilitas Sampling. Metode Analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, dan menggunakan metode analisis data Importance Performance Analysis (IPA). dan data sekunder melalui Studi pustaka, serta literatur dan Buku-buku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kinerja Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki kinerja yang sangat baik hal ini ditunjukkan pada jawaban responden terhadap masing-masing atribut yaitu Tangible 74,5%, Reliability 82,5%, Responsiveness 73,3%, Assurance 77,1%, dan Emphaty 77,6%. yang memiliki nilai total tanggapan responden berkisar 60% sampai dengan 80% yang berada pada rentang Baik dan Sangat Baik, sedangkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui tingkat kesesuaian kinerja pelayanan dan harapan konsumen memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 91,13% yang artinya pelanggan merasa tidak puas akan kinerja kualitas pelayanan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor tetapi jika diukur per atribut terdapat 5 dari 15 atribut yang sudah sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan. Berdasarkan posisi pada diagram kartesius pada kuadran A terdapat 6 atribut kualitas pelayanan, pada kuadran B terdapat 2 atribut kualitas pelayanan, pada kuadran C terdapat 1 atribut kualitas pelayanan, serta pada kuadran D terdapat 6 atribut kualitas pelayanan. Berdasarkan pemetaan menggunakan diagram kartesius yang dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat rekomendasi bagi pihak Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dengan memperhatikan pelayanan yang kurang cekatan dalam melayani para pelanggan, dan adapun hal hal mendasar yang harus di perbaiki oleh pihak lapangan futsal adalah 1 (Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan) 2 (penjaga lapangan dalam melayani pelanggan) 3 (penjaga lapangan harus siap membantu pelanggan yang kesulitan) 4 (penjaga lapangan memahami apa keinginan dan kebutuhan pelanggan) 5 (pelanggan menginginkan jaminan rasa nyaman atas penyewaan lapangan).

***Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Importance Performance Analysis (IPA), Diagram Kartesius.***

## KATA PENGANTAR

Asslamu'alaikum Waromatullahhiwabarokatuh.

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia hidayah dan Ridho-Nya kepada penulis selama menyusun skripsi ini dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAPANGAN FUTSAL CIMAHPAR BOGOR”**.

Penulisan skripsi ini disusun dengan maksud untuk melengkapi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini penulis dengan penuh kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak. Dr. H. Bibin Rubini., M.pd., Ak., selaku selaku Rektor Universitas Pakuan, Bogor.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko., Ak., M.M., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
3. Ibu Tutus Rully., SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Yudhia Mulya., SE., M.M, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Ibu Oktori Kiswati Z., SE., M.M, selaku ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Yetty Husnul H., SE., M.M, selaku anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi dalam penyusunan proposal penelitian.
6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
7. Manajer Lapangan Futsal Cimahpar Bogor Ibu Hj. Nurhayati., S.pd yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan riset serta memberikan data-data dalam makalah seminar.
8. Orang tuaku tercinta yang telah memberikan dukungan dan doanya yang tak terhingga serta bantuan moral dan materil dalam penulisan makalah seminar ini. Kedua kakakku yang selalu memberikan nasehat dan supportnya.
9. Sahabat karib terdekat: Sukandar, Herdian dan Mila Rahmawati yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan makalah seminar ini.
10. Teman-teman kelas B Angkatan 2015 atas dukungan doa dan motivasinya.
11. Teman-teman seperjuangan; Sukandar, Herdian, Mila Rahmawati, Rifqi, Siska, Fajar Hindarko, Mughny, serta pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang tentunya telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan dan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahiwabarakatuh.

Bogor, Mei 2019

M Saepul Alam

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>Daftar Lampiran</b> .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan dan Identifikasi Masalah .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1 Maksud Penelitian .....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran, Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran ...	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.3 Konsep Pemasaran .....	9
2.2 Jasa .....	11
2.2.1 Pengertian Jasa .....	11
2.2.2 Karakteristik Jasa .....	11
2.3 Kualitas Pelayanan .....	13
2.3.1 pengertian Kualitas Pelayanan .....	13
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	14
2.3.3 Kinerja Pelayanan .....	16
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	16
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	16
2.4.2 Harapan Pelanggan .....	17
2.5 Diagram Kartesius .....	17
2.6 Penelitian Sebelumnya Dan Kerangka Pemikiran .....	18
2.6.1 Penelitian Sebelumnya .....	18
2.6.2 Kerangka Pemikiran .....	24
2.7. Hipotesis Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian .....	27
3.2.1 Objek Penelitian .....	27

3.2.2	Unit Analisis .....	27
3.2.3	Lokasi Penelitian .....	27
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	27
3.4	Oprasional Variabel .....	28
3.5	Metode Penarikan Sampel .....	29
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
3.7	Metode Analisis .....	37
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	37
3.7.2	Metode Impotrntance Performance Analysis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Dan Lokasi Penelitian .....	40
4.1.1	Sejarah Cimahpar Futsal Bogor .....	40
4.1.2	Visi Misi .....	40
4.1.3	Kegiatan Usaha .....	40
4.1.4	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	40
4.1.5	Profil Responden .....	41
4.2	Pembahasan .....	47
4.2.1	Kualitas Pelayanan Cimahpar Futsal Bogor .....	47
4.2.2	Tingkat Kepuasan Pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor.....	59
4.2.3	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cimahpar Futsal Bogor .....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan .....	75
5.2	Saran .....	76
<b>JADWAL PENELITIAN</b>		
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data dan jumlah pengguna lapangan Cimahpar Futsal Bogor.....	3
Tabel 2	Keluhan pelanggan Cimahpar Futsal Bogor .....	4
Tabel 3	Data Hasil kuisioner Kualitas pelayanan Cimahpar Futsal Bogor.....	4
Tabel 4	Jumlah Perusahaan Pesaing Cimahpar Futsal Bogor .....	5
Tabel 5	Penelitian Sebelumnya .....	18
Tabel 6	Oprasionalisasi Variabel Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cimahpar Futsal Bogor.....	28
Tabel 7	Daftar Pengguna Lapangan Futsal Cimahpar Bogor.....	30
Tabel 8	Sekala Likert .....	31
Tabel 9	Keterangan Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	32
Tabel 10	Keterangan Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	33
Tabel 11	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	34
Tabel 12	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	35
Tabel 13	Keterangan Hasil Uji Reliabilitass Kualitas Pelayanan .....	35
Tabel 14	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	36
Tabel 15	Keterangan Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	37
Tabel 16	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 17	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 18	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terahir .....	43
Tabel 19	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 20	Profil Responden Berdasarkan Kunjungan Perminggu .....	45
Tabel 21	Profil Responden Karakteristik Pengguna Lapangan Futsal .....	46
Tabel 22	Tempat Parkir Yang Luas dan Memadai .....	48
Tabel 23	Kebersihan dan Kenyamanan Sekitar Lapangan .....	48
Tabel 24	Kondisi Lapangan dan Fasilitas Yang Baik .....	49
Tabel 25	Pelayanan Dalam Booking Lapangan Cepat .....	50
Tabel 26	Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah .....	50
Tabel 27	Kemudahan Ketika Memesan (booking) Lapangan .....	51
Tabel 28	Penjaga Lapangan Cepat Dalam Melayani Pelanggan .....	52
Tabel 29	Penjaga Lapangan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Pelanggan Pelanggan .....	52
Tabel 30	Penjaga Lapangan Mampu Memahami Keinginan dan Kebutuhan Pelanggan .....	53
Tabel 31	Penjaga Lapangan Bersikap Jujur .....	53
Tabel 32	Penjaga Lapangan Ramah dan Sopan .....	54
Tabel 33	Jaminan rasa Nyaman Atas Jasa Penyewaan Lapangan .....	55
Tabel 34	Pelayanan Booking Lapangan Tersedia 24 Jam .....	55
Tabel 35	Penjaga Lapangan Memberikan perhatian Kepada Pelanggan .....	56
Tabel 36	Kinerja Penjaga Lapangan Sanggup Merespon Keluhan dan Saran Dari Pelanggan .....	57
Tabel 37	Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan Cimahpar Futsal Bogor .....	57
Tabel 38	Tingkat Kinerja Pada Indikator Tempat Parkir Yang Luas dan Memadai .....	59

Tabel 39	Tingkat Harapan Pada Indikator Tempat Parkir Yang Luas dan Memadai .....	59
Tabel 40	Tingkat Kinerja Pada Indikator Kebersihan Dan Kenyamanan Sekitar Lapangan .....	60
Tabel 41	Tingkat Harapan Pada Indikator Kebersihan dan Kenyamanan Sekitar Lapangan .....	60
Tabel 42	Tingkat Kinerja Pada Indikator Kondisi Lapangan dan Fasilitas Yang Baik.....	60
Tabel 43	Tingkat Harapan Pada Indikator Kondisi Lapangan dan Fasilitas Yang Baik.....	61
Tabel 44	Tingkat Kinerja Pada Indikator Pelayanan Dalam Booking Lapangan Cepat.....	61
Tabel 45	Tingkat Harapan Pada Indikator Pelayanan Dalam Booking Lapangan Cepat.....	61
Tabel 46	Tingkat Kinerja Pada Indikator Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah.....	62
Tabel 47	Tingkat Harapan Pada Indikator Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah .....	62
Tabel 48	Tingkat Kinerja Pada Indikator Kemudahan Ketika Memesan Lapangan .....	63
Tabel 49	Tingkat Harapan Pada Indikator Kemudahan Ketika Memesan Lapangan .....	63
Tabel 50	Tingkat Kinerja Pada Indikator Penjaga Lapangan Cepat Dalam Melayani Pelanggan .....	63
Tabel 51	Tingkat Harapan Pada Indikator Penjaga Lapangan Cepat Dalam Melayani Pelanggan .....	64
Tabel 52	Tingkat Kinerja Pada Indikator Penjaga Lapangan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadai Pelanggan .....	64
Tabel 53	Tingkat Harapan Pada Indikator Penjaga Lapangan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadai Pelanggan .....	64
Tabel 54	Tingkat Kinerja Pada Indikator Penjaga Lapangan Memahami Kebutuhan Pelanggan .....	65
Tabel 55	Tingkat Harapan Pada Indikator Penjaga Lapangan Memahami Kebutuhan Pelanggan.....	65
Tabel 56	Tingkat Kinerja Pada Indikator Penjaga Lapangan Bersikap Jujur .....	66
Tabel 57	Tingkat Harapan Pada Indikator Penjaga Lapangan Bersikap Jujur.....	66
Tabel 58	Tingkat Kinerja Pada Indikator Penjaga Lapangan Bersikap Ramah dan Sopan .....	66
Tabel 59	Tingkat Harapan Pada Indikator Penjaga Lapangan Bersikap Ramah dan Sopan.....	67
Tabel 60	Tingkat Kinerja Pada Indikator Jaminan Rasa Nyaman Atas Penyewaan Lapangan.....	67

Tabel 61	Tingkat Harapan Pada Indikator Jaminan Rasa Nyaman Atas Penyewaan Lapangan.....	67
Tabel 62	Tingkat Kinerja Pada Indikator Pelayanan Booking Tersedia 24 Jam .....	68
Tabel 63	Tingkat Harapan Pada Indikator Pelayanan Booking Tersedia 24 Jam .....	68
Tabel 64	Tingkat Kinerja Pada Indikator Penjaga Lapangan Memeberikan Perhatian Kepada Pelanggan .....	69
Tabel 65	Tingkat Harapan Pada Indikator Penjaga Lapangan Memeberikan Perhatian Kepada Pelanggan .....	69
Tabel 66	Tingkat Kinerja Pada Indikator Penjaga Lapangan sanggup Merespon Keluhan Pelanggan .....	69
Tabel 67	Tingkat Harapan Pada Indikator Penjaga Lapangan sanggup Merespon Keluhan Pelanggan .....	70
Tabel 68	Tingkat Kesesuaian Atribut Pelayanan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Pengunjung .....	3
Gambar 2	Diagram Kartesius .....	17
Gambar 3	Konstelasi Penelitian .....	25
Gambar 4	Struktur Organisasi .....	41
Gambar 5	Jenis Kelamin .....	42
Gambar 6	Usia .....	43
Gambar 7	Pendidikan Terakhir .....	44
Gambar 8	Pekerjaan .....	45
Gambar 9	Kunjungan Perminggu .....	46
Gambar 10	Karakteristik Pengguna Lapangan .....	47
Gambar 11	Analisis Diagram Kartesius .....	72

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 2 Koding Kuesioner Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan
- Lampiran 3 Koding Kuesioner Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan
- Lampiran 4 Kualitas Pelayanan
- Lampiran 5 Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 6 Surat Keterangan Riset

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dengan adanya perkembangan teknologi dan kemajuan zaman ditambah lagi di era globalisasi ini mengakibatkan perilaku konsumen berubah dalam segi pemenuhan kebutuhan dari keinginan konsumen sehingga terjadi persaingan bisnis bagi para pengusaha di bidang industri produk ataupun jasa, bisa kita lihat dengan semakin beragamnya macam jenis barang ataupun jasa yang ditawarkan memberi peluang pada kita untuk memilih produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan kita, akan tetapi perkembangan yang demikian itu bisa dirasakan sebagai sebuah beban bagi para pelaku bisnis. Mereka tidak bisa lagi menjalankan bisnisnya tanpa perhitungan dan perencanaan yang matang, karena semakin bertambahnya pelaku bisnis dalam industri dapat berarti semakin bertambahnya pesaing dan meningkatkan tingkat persaingan. Mereka harus mampu merebut hati pasar sasarannya untuk mencapai volume penjualan tertentu agar tetap bertahan, setiap perusahaan menghadapi sejumlah besar pesaing.

Olahraga pada dasarnya merupakan kebutuhan setiap manusia didalam kehidupan agar kondisi fisik dan kesehatannya tetap terjaga dengan baik. Kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga dimasa sekarang ini membuat masyarakat mulai tertarik untuk mendatangi pusat-pusat pelayanan jasa dibidang olahraga, seperti yang sudah diketahui bahwa dengan tubuh yang bugar aktifitas menjadi lancar. Selain itu, banyak orang yang merasa tingkat kepercayaan diri mereka akan bertambah jika mereka mempunyai tubuh yang ideal. Postur tubuh yang ideal akan diperoleh dengan latihan secara teratur di pusat-pusat kebugaran atau tempat-tempat yang menyediakan jasa dibidang olahraga, pola makan yang cukup gizi, dan pola tidur yang seimbang.

Kehidupan sekarang ini, menuntut manusia lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja yang menyebabkan seseorang jarang melakukan aktifitas olahraga. Kebutuhan akan kesehatan menjadi suatu hal yang sangat penting dan berharga dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, manusia ingin berusaha untuk menjaga kesehatannya. Salah satu cara untuk memelihara kesehatan tetap terjaga adalah melakukan aktifitas olahraga. Dari sekian banyak cabang olahraga, cabang olahraga futsal menjadi salah satu pilihan untuk menghabiskan waktu luang setelah seharian penuh dalam kesibukan pekerjaan. Pada tahun 2002, olahraga futsal mulai merambah ke indonesia. Kompetensi resmi tingkat nasional di indonesia mulai di adakan tahun 2008 oleh badan futsal nasional (BFN), lembaga yang khusus didirikan oleh PSSI untuk mengelola futsal di indonesia. Dengan cepat, futsal mendapat tempat dihati pencinta olahraga sepakbola. Mulai dari lingkungan sekolah, kampus sampai perusahaan. Tak jarang pihak-pihak

tertentu mengadakan turnamen futsal dilingkungannya untuk menjalin keakraban diantara sesama karyawan ataupun sesama masyarakat yang ada di daerah tersebut.

Pengusaha yang teliti terhadap situasi yang ada sekarang akan mengalokasikan modalnya dengan berlomba-lomba untuk mendirikan maupun memperbaiki tempat usaha jasa lapangan futsal. Salah satunya adalah Cimahpar futsal yang terletak di Jln. Tumenggung wiradireja no. 108 cimahpar-bogor. Semakin bertambah banyaknya usaha jasa lapangan futsal di daerah bogor semakin meningkat pula persaingan antar pengusaha jasa ini. Pada saat ini, konsumen yang dihadapi adalah konsumen yang mempunyai kepekaan tinggi terhadap barang dan jasa yang dipakai, akan berpindah ke perusahaan jasa lain apabila tidak merasa puas. Sejauh mana sebuah pusat pelayanan jasa memperhatikan kualitas pelayanan akan selalu menjadi bahan evaluasi bagi konsumen sehingga mereka tertarik untuk datang. pelayanan menurut kotler dan keller (2016:143) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu : jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersiapkan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersiapkan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Setiap konsumen lapangan futsal akan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, namun demikian kenyataan yang ditemukan di setiap jasa lapangan futsal masih banyak yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Pemberian pelayanan yang memuaskan adalah faktor yang penting sehingga konsumen tidak pindah ke jasa lapangan futsal lain. menurut kotler dan keller (2016:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk ( atau hasil ) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

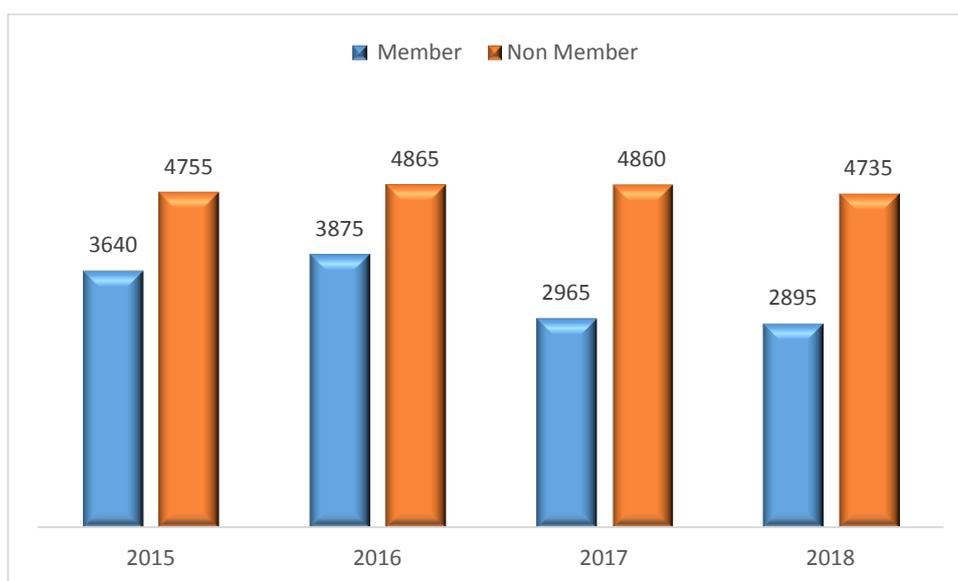
Cimahpar futsal, didirikan pada tanggal 2 agustus 2008. Lokasi terletak di Jln. Tumenggung wiradireja no. 108 cimahpar-bogor. Pemilik bernama Hj. Oom romlah. Berdiri di atas luas tanah kurang lebih 10.000 meter, Cimahpar Futsal buka 24 jam. Fasilitas yang tersedia terdiri dari : 6 lapangan futsal, fitnes center, 6 kamar mandi, luas parkir di halaman bisa menampung 25 mobil dan kurang

lebih 90 motor. Dan tingkat keamanan dan kenyamanan cctv yang tersebar di beberapa titik, di delapan titik yaitu : dua titik (parkiran dan tempat kasir) di enam titik (lapangan futsal). Adapun data jumlah kunjungan pengguna lapangan futsal selama 4 tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah pengguna Cimahpar Futsal Bogor tahun 2015 - 2018

Tahun	Member	(%)	Non Member	(%)	Total	Penurunan/kenaikan Pertahun (%)
2015	3640	43	4755	57	8395	-
2016	3875	44	4865	56	8740	0,04
2017	2965	38	4860	62	7825	-0,10
2018	2895	38	4735	62	7630	-0,02

Sumber: Sekunder Cimahpar Futsal, 2019



Gambar 1. Grafik Pengunjung

Berdasarkan dari data tabel dan grafik diatas menunjukkan data jumlah pengguna Lapangan Futsal Cimahpar pada tahun 2015 sampai 2018. Dari tahun 2015 sampai 2017 Member (pelanggan yang sudah menjadi keanggotaan pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar) mengalami fluktuasi dan pada 2018 mengalami penurunan, sedangkan pada data pengunjung Non Member (Pelanggan yang belum menjadi keanggotaan pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar) juga mengalami fluktuasi dan pada 2018 nya juga mengalami penurunan.. Secara total pengunjung tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 0,04%, pada tahun 2017 turun sebesar 0,10% dan pada tahun 2018 turun lagi sebesar 0,02%.

Turunnya jumlah pelanggan dikarenakan kepuasannya tidak tercapai dan tidak sesuai dengan harapan ditandai dengan data keluhan pelanggan yang didapat dari kotak saran pengunjung lapangan Futsal Cimahpar Bogor.

Tabel 2. Keluhan pelanggan Cimahpar Futsal Bogor 2018-2019

No	Waktu	Kotak saran	Jumlah
1	September 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bolanya kempes</li> <li>Jaring pengaman lapangan rusak</li> </ul>	2
2	Oktober 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Banyak sampah di sekitar lapangan</li> <li>Kurangnya tempat duduk</li> </ul>	2
3	November 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wc kotor</li> <li>Stok bola sedikit</li> <li>Lampu lapangan agak redup</li> </ul>	3
4	Desember 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lampu wc mati</li> <li>Bola di lapangan kempes</li> </ul>	2
5	Januari 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>jaring penjaga lapangan perlu di perbaiki</li> <li>penjaga kurang ramah</li> <li>tempat menunggu kurang</li> <li>area parkir becek</li> <li>lampu lapangan kurang terang</li> </ul>	6

Sumber Sekunder Cimahpar Futsal, 2018

Berdasarkan tabel diatas masih ada keluhan konsumen/ pengunjung lapangan Futsal Cimahpar terkait tentang sarana dan prasarana pada tempat tersebut dari bulan september 2018 sampai januari 2019 jumlah keluhan semakin meningkat menandakan harapan para konsumen belum tercapai pada lapangan Futsal Cimahpar.

Berdasarkan penelitian awal, yang disebar ke 30 responden yang mencangkup member dan Non Member dari pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar dengan persentase 38% (11 responden) dari pelanggan member dan 62% (19 responden) dari pelanggan Non Member, ternyata masih banyak keluhan dari pengunjung dan hal ini bisa dilihat dengan data di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Kuisisioner Kualitas Pelayanan Cimahpar Futsal Bogor

Pertanyaan		Jawaban			
Bentuk Fisik (Tangible)		Sesuai	Tidak Sesuai	Sesuai (%)	Tidak Sesuai (%)
1	Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan	11	19	36,7	63,3
<b>Empati (Emphaty)</b>					
2	Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan.	8	22	26,7	73,3
<b>Keandalan (Reability)</b>					

Pertanyaan		Jawaban			
Bentuk Fisik (Tangible)		Sesuai	Tidak Sesuai	Sesuai (%)	Tidak Sesuai (%)
3	Prosedur penyewaan lapangan jelas dan mudah.	14	16	46,7	53,3
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>					
4	Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.	10	20	33,3	66,7
<b>Kepastian (Assurance)</b>					
5	Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan.	12	18	40	60

Sumber: Data Primer Lapangan Cimahpar, 2019

Dari tabel diatas terlihat bahwa dari segi kondisi indikator Bentuk Fisik (*Tangible*) 63,3% yang mengatakan tidak sesuai dan 36,7% yang mengatakan sesuai, dari segi kondisi indikator Empati (*Emphaty*) 73,3% yang mengatakan tidak sesuai dan 26,7% yang mengatakan sesuai, dari segi kondisi indikator keandalan (*Reability*) 53,3% yang mengatakan tidak sesuai dan 46,7% yang mengatakan sesuai, dari segi kondisi indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*) 66,7% yang mengatakan tidak sesuai dan 33,3% yang mengatakan sesuai, kemudian dari segi kondisi indikator Kepastian (*Assurance*) 60% yang mengatakan tidak sesuai dan 40% yang mengatakan sesuai. Bahwa dari hasil kuisisioner di atas masih banyak yang mengatakan tidak sesuai daripada sesuai.

Tabel 4. Pesaing Cimahpar Futsal Bogor Tahun 2019

No	Nama perusahaan	Alamat
1	Bima Futsal	Jl. Bima Raya Ujung Komplek Perum Indraprasta I, Bogor, Jawa barat 16154
2	Dewana Futsal	Jl. KH Sholeh Iskandar (depan perumahan bukit cimanggu) Bogor, JawaBarat
3	Fun Futsal	Jl. Sukasari 2 No. 14, Bogor Timur, Bogor, Jawa Barat
4	Galaxy Futsal	Jl. Raya Tajur No. 59 (di belakang bioskop Galaxy Tajur), Bogor, Jawa Barat
5	Benz Futsal	Jl. Jagung Ujung, Ciheuleut, Kota Bogor 16144, Bogor Timur, Jawa Barat
6	Pandu Futsal	Jl. Panduraya, Indraprasta, Bogor Barat

Sumber Sekunder Cimahpar Futsal, 2019

Berdasarkan table di atas menunjukkan data jumlah pesaing Lapangan Futsal Cimahpar tahun 2019 terdapat 6 lapangan Futsal pesaing yang terbesar di beberapa tempat disekitaran Bogor Antara lain, Bima Futsal, Dewana Futsal, Fun Futsal, Galaxy Futsal, Benz Futsal, Pandu Futsal.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lapangan Futsal terhadap konsumennya dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAPANGAN FUTSAL CIMAHPAR BOGOR”**.

## **1.2 Perumusan Dan Identifikasi Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latarblakang masalah diatas, identifikasi permasalahan Cimahpar Futsal Bogor adalah sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan pelanggan dari tahun 2016 sampai 2018 pada Lapangan Futsal Cimahpar.
2. Meningkatnya keluhan pada bulan januari 2019
3. Masih banyak Indikator Kualitas Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi permasalahan, maka perumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada Cimahpar Futsal Bogor ?
2. Bagaimana tingkat Kepuasan pelanggan pada Cimahpart Futsal Bogor ?
3. Apakah analisis antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai acuan dalam penyusunan perencanaan Cimahpar Futsal Bogor?

## **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan untuk memperoleh suatu informasi dan data yang relevan tepat dan akurat mengalami hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sebagai bahan kajian untuk kedepannya dalam menyelesaikan sekripsi agar dapat mengetahui kualitas pelayanan jasa dan tingkat kepuasan pelanggan pada Cimahpar Futsal Bogor.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian erat kaitannya dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Dari rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya, maka dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Cimahpar Futsal Bogor.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Cimahpar Futsal Bogor.

3. Untuk mengetahui berbagai acuan dalam perencanaan berdasarkan Analisis kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cimahpar Futsal Bogor.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dalam kegunaan penelitian ini diharapkan agar penelitian yang dilakukan bisa memberikan dampak positif atau bermanfaat.

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Bagi penulis, akan menambah pengetahuan, pembelajaran atau pemahaman sekaligus pengembangan teori dari ilmu pengetahuan yang diperoleh pada saat dibangku kuliah pada khususnya mengenai bidang manajemen jasa.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Bagi perusahaan diharapkan memberikan masukan atau ide pemikiran atau pertimbangan pada perusahaan serta saran-saran yang bermanfaat bagi kepuasan pelanggan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pemasaran, Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran**

##### **2.1.1 Pengertian Pemasaran**

Menurut Ali Hasan (2018 : 1) Pemasaran (*marketing*) merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan, karyawan, pemegang saham). Sebagai ilmu, *marketing* merupakan ilmu pengetahuan yang obyektif, yang diperoleh dengan penggunaan-penggunaan instrumen tertentu untuk mengukur kinerja dari aktifitas bisnis dalam membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan pelanggan atau pemakai.

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 5) *marketing is social and managerial process by which individuals & groups obtain what they need & want through creating, offering & exchanging products of value with others.*

Menurut Buchari Alma, (2014 : 130) *“marketing is often referred to as “distribution” by businessman – includes all the activities necessary to place tangible goods in the hand of house hold consumers and user.*

Dari pengertian-pengertian mengenai pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli di atas penulis menarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu proses untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan proses sosial dimana seseorang atau kelompok bisnis, melakukan bisnis yang saling menguntungkan antara produsen dan pelanggan .

##### **2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen Pemasaran Menurut Kotler dan Keller (2016 : 5) *marketing management is ‘the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value’.*

Menurut Agustina Shinta (2011 : 1) Manajemen Pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Menurut Sofian Assauri (2014 : 12) Manajemen Pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) panjang.

Dari definisi-definisi di atas penulis menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu usaha dalam meraih pasar sasaran dengan proses perencanaan, pengorganisasian, penganalisisan, dan pengendalian dalam proses pertukaran guna mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

### 2.1.3 Konsep Manajemen Pemasaran

Menurut Fandy Tjiptono dan Chandra (2014 : 19) Konsep inti pemasaran terdiri atas:

1. Konsep produksi (*production concept*) berkeyakinan bahwa pelanggan akan menyukai produk-produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah.
2. Konsep produk (*product concept*) berpandangan bahwa pelanggan bakal menyukai produk-produk yang memberi kualitas, kinerja atau fitur inovatif terbaik.
3. Konsep penjualan (*selling concept*) berkeyakinan bahwa pelanggan tidak akan tertarik untuk membeli produk dalam jumlah banyak, jika mereka tidak diyakinkan dan bahkan bila perlu dibujuk.
4. Konsep pemasaran (*marketing concept*) berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (*customer value*) kepada pasar sasarnya secara lebih efektif dibandingkan pada pesaing.
5. Konsep pemasaran total (*societal marketing concept*) berkeyakinan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan lebih efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga bisa mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan pelanggan dan masyarakat.

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 12) konsep inti dalam pemasaran :

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan  
Kebutuhan adalah syarat hidup manusia. Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk dapat bertahan hidup. Orang juga memiliki kebutuhan yang kuat dan rekreasi, pendidikan, dan hiburan. Kebutuhan-kebutuhan ini akan menjadi keinginan ketika di arahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Permintaan keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar.
2. Pasar sasaran, *Positioning*, dan Segmentasi  
Setelah mengidentifikasi segmen pasar, pasar lalu memutuskan segmen mana yang memberikan peluang terbesar. Segmen itulah yang akan menjadi pasar sasarnya. Untuk setiap segmen, perusahaan mengembangkan suatu penawaran pasar yang diposisikannya didalam benak pembeli sasaran sebagai keuntungan utama.
3. Penawaran dan Merk  
Perusahaan memenuhi kebutuhan dengan mengajukan sebuah proposal nilai (*value proposition*), yaitu serangkaian keuntungan yang mereka tawarkan kepada

pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Proposal nilai yang sifatnya tidak berwujud dengan suatu penawaran. Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, informasi, dan pengalaman. Merk (*brand*) adalah penawaran dari sumber yang diketahui.

#### 4. Nilai dan Kepuasan

Nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan, dan harga (“qsp”), yang disebut juga “tiga elemen nilai pelanggan”. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi.

Buchari Alma (2016:13-15) menyatakan bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, maka terdapat lima konsep baru dalam perkembangan kehidupan manajemen pemasaran, sebagai berikut:

##### 1. Konsep Produksi

Konsep produksi bertitik tolak dari anggapan, bahwa konsumen ingin produk dengan harga murah dan mudah didapatkan dimana-mana. Produsen akan membuat produksi secara massal, menekankan biaya dengan efisiensi tinggi, sehingga harga pokok pabrik bisa ditekan dan harga jual lebih rendah dari saingan.

##### 2. Konsep Produk

Dalam konsep ini produsen tidak hanya memusatkan perhatian pada teknis pembuatan produk saja, atau hanya membuat barang dengan *to please oneself*, dengan menuruti bagaimana selera produsen sendiri, melainkan lebih dari itu produsen harus memperhatikan selera konsumen bagaimana menghasilkan produk yang unggul dan memperbaiki mutunya dari waktu ke waktu sesuai dengan keinginan konsumen.

##### 3. Konsep Penjualan

Paham dari konsep ini ialah berorientasi pada penjualan dimana konsumen ingin membeli barang, apabila mereka dirangsang untuk membeli. Ciri khas dari konsep penjualan yaitu dengan adanya promosi besar-besaran.

##### 4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran berorientasi pada pelanggan dimana konsumen tidak hanya sekedar membeli fisik barang, tetapi mengharapkan sesuatu dari barang itu. Ini merupakan hal yang disebut dengan *wants*, yaitu ada sesuatu lain yang diharapkan setelah membeli barang tersebut. Apabila hal ini dapat terpusatkan maka kegiatan *marketing* perusahaan akan tercapai.

##### 5. Konsep Kemasyarakatan, Memiliki Rasa Tanggung Jawab dan Berwawasan Sosial

Pada konsep ini tanggung jawab sosial dalam arti luas, harus menghasilkan barang yang baik, tidak merusak kesehatan masyarakat. Menggunakan sumber daya alam secara bertanggung jawab, selalu menjaga kebersihan air dan kebersihan udara dari ancaman polusi, mengurangi kebisingan mesin pabrik. Semua ini harus dilakukan

dalam menciptakan suasana kehidupan yang baik dan tenang dengan penuh rasa tanggung jawab, tidak mementingkan keuntungan perusahaan semata.

Berdasarkan pengertian konsep pemasaran menurut para ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa konsep pemasaran barang atau jasa yang dihasilkan haruslah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumennya sampai konsumen merasa puas dengan apa yang ditawarkan kepadanya.

## **2.2 Jasa**

### **2.2.1 Pengertian Jasa**

Menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry ( 2013 : 16) Jasa adalah suatu aktifitas ekonomi yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain. Sering kali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu ( time-based), dalam bentuk suatu kegiatan (*performances*) yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima. Obyek, maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli.

Menurut Buchari Alma ( 2014 : 243) *services are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To product a service may or may not required, there is no transfer of the title ( permanent ownership) to these tangible goods.*

Menurut Kotler dan Keller ( 2016:214 ) mendefinisikan jasa sebagai berikut: *“any act or that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It’s production may or not to be tied to a physical product.”*

Berdasarkan pengertian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip bersifat intangible dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan jasa sehingga tidak mengakibatkan kepemilikan apapun tetapi tetap menciptakan nilai tambah bagi penerima.

### **2.2.2 Karakteristik Jasa**

Jasa ini banyak macamnya, mulai dari salon kecantikan sampai kepada armada angkatan laut, dari taman hiburan rakyat sampai taman dunia fantasi, dari mess sampai ke hotel berbintang 5,dan sebagainya. Secara umum kita melihat karakteristik umum dari jasa. Beberapa perbedaan antara jasa dan barang menurut Buchari Alma (2016 : 244).

1. Pembelian jasa, sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi.
2. Jasa bersifat tidak berwujud, berbeda dengan barang yang bersifat berwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dan sebagainya.
3. Barang bersifat tahan lama, tetapi jasa tidak. Jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama.
4. Barang dapat disimpan, sedangkan jasa tidak dapat disimpan.

5. Ramalan permintaan dan marketing barang merupakan masalah, tidak halnya demikian dengan marketing jasa. Untuk menghadapi masa-masa puncak, dapat dilatih tenaga khusus.
6. Adanya puncak yang sangat padat, merupakan masalah tersendiri bagi marketing jasa. Pada masa puncak, ada kemungkinan layanan yang mutu jasanya dikontrol maka, ini dapat berakibat negatif terhadap perusahaan, karena banyak langganan meraa tidak puas.
7. Usaha jasa sangat mementingkan usaha unsur manusia.
8. Distribusinya bersifat langsung, dari produsen ke pelanggan.

Disamping keterlibatan konsumen secara aktif dalam proses penyampaian jasa, menurut Farida Jasfar (2009:20-25) terdapat empat karakteristik utama yang membedakan jasa dengan produk adalah:

1. Sifat jasa yang tidak dapat dilihat (*intangibility*)  
Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli, sehingga mengurangi ketidakpastian, para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut.
2. Keterlibatan konsumen dalam proses jasa (*inseparability*)  
Keterlibatan konsumen di dalam proses jasa sangat membutuhkan perhatian dalam penyusunan rancangan fasilitas pendukung. Dalam proses produksi jasa, mulai dari saat kehadiran konsumen sampai dengan selesainya proses tersebut, konsumen terlibat secara terus menerus, sehingga suasana dan fasilitas yang digunakan, seperti dekorasi interior, *layout*, ketenangan, bahkan warna yang menarik serta personel yang terlibat dalam proses jasa tersebut sangat mempengaruhi nilai persepsi konsumen terhadap kualitas jasa yang dijual.
3. Sifat jasa yang mudah rusak (*perishability*)  
Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama. Pemanfaatan secara penuh kapasitas dari suatu jasa merupakan suatu tantangan bagi manajemen jasa karena permintaan jasa sngat bervariasi, sementara membentuk persediaan jasa untuk mengatasi fluktuasi ini bukan merupakan suatu pilihan. Menghadapi situasi seperti ini perusahaan-perusahaan jasa harus mampu mengevaluasi kapasitasnya dan berusaha mencari substitusi yang tidak dapat memenuhi permintaan agar setiap saat dapat melakukan penyeimbangan antara penawaran dan permintaan.
4. Sifat jasa yang berbeda-beda (*variability*)  
Jasa bersifat sangat berbeda karena pada umumnya jasa merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi kualitas dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Pada industri jasa yang bersifat berbasis orang-orang (*people based*), komponen manusia yang terlibat jauh lebih banyak daripada jasa yang bersifat berbasis peralatan (*equipment-based*).

Sopiah dan Sangadji (2013:94) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik yang membedakannya dengan barang, yaitu :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Dengan kata lain, pelanggan tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum mereka menikmatinya sendiri. Oleh karena itu, untuk mengurangi ketidakpastian, pelanggan akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa tersebut.

2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Biasanya barang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan, dijual, baru kemudian dikonsumsi secara bersamaan. Sementara jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan keluaran non-baku (*nonstandardized output*), artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Karakteristik *perishability* ini tidak akan menjadi masalah jika permintaan tetap. Tetapi jika perusahaan berfluktuasi, maka perusahaan jasa mengalami masalah.

Berdasarkan pendapat dari para ahli di atas mengenai karakteristik jasa, penulis menyimpulkan bahwa jasa berbeda dengan barang, secara garis besarnya jasa itu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, beragam dan jasa itu tahan lama.

## 2.3 Kualitas Pelayanan

### 2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016:143) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas pelayanan menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz and Jacky Mussry (2013:154) “kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan”.

Menurut Fandy Tjiptono (2014 : 268) definisi “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”

Dari pengertian menurut para ahli penulis menyimpulkan bahwa, kualitas pelayanan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang dengan memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas, sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan maka pelanggan akan merasa terpenuhi kebutuhannya.

### 2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptomo (2017 : 174-175) telah melakukan berbagai penelitian terhadap jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.
2. Keandalan (*reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi.
3. Daya tanggap, (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
4. Jaminan, (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
5. Empati (*empaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam oprasi yang nyaman.

Adapun menurut Farida jasfar (2009 : 51) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan jasa.

- a. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan dibutuhkan pelanggan. Membiarkan pelanggan menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Misalnya, karena keberangkatan pesawat, penumpang diberikan makanan dan minuman.
- c. *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.
- d. *Emphaty* (empati), yang meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

- e. *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan pelanggan lain pengguna jasa, misalnya keributan yang dilakukan oleh tamu lain dihotel.

Menurut Kotler (2012:284) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : “Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance”.

- **Bukti Fisik**  
Yaitu penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
- **Empati**  
Yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- **Kehandalan**  
Yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- **Cepat tanggap**  
Yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
- **Jaminan**  
Yaitu kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Berdasarkan beberapa pendapat beberapa ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan maka digunakan lima dimensi yang terdiri dari *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*.

### 2.3.3 Kinerja Pelayanan

kinerja memiliki kaitan yang erat dengan harapan pelanggan karena melalui kinerja yang diberikan oleh perusahaan konsumen dapat mengetahui atau merasakan apakah sesuai dengan yang diinginkannya atau tidak. Adapun menurut para ahli yang mengemukakan mengenai kinerja yaitu :

Menurut Fandy Tjiptono (2017 : 171) kinerja (*performance*) yakni efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah produk.

Menurut Suparno Eko Widodo (2015 : 131) bahwa istilah kinerja dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang) yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan padanya.

Buchari Alma (2014 : 64) mengemukakan bahwa kinerja memiliki dua dimensi yaitu :

1. *Instrumental Performance* (daya tahan) yang berkaitan dengan fungsi fisik suatu produk
2. *Expersive Symbolic Performance* (corak model), berkenaan dengan kinerja estetis atau peningkatan citra diri.

Dari pengertian menurut para ahli di atas penulis menyimpulkan bahwa, kinerja merupakan menyangkut atribut produk, tingkat atribut atau hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan padanya.

## **2.4 Kepuasan Pelanggan**

### **2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut kotler dan keller (2016 : 138-139) *'person's felling of pleasure or disappointment which resulted from comparing a product's perceived performance or outcome against his/her expectations'*.

Menurut Fandy Tjiptono (2014 : 311) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

J. Supranto (2011 : 233) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai "Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakan dengan yang diharapkannya".

Dari pengertian-pengertian mengenai kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh para ahli di atas penulis menarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi konsumen terhadap barang atau jasa dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan yang diharapkan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

### **2.4.2 Harapan Pelanggan**

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman, dan kerabat serta informasi dan janji-janji perusahaan, dan para pesaing. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut kemulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan, kemudian dibandingkannya.

Menurut Fandi Tjiptono (2017 : 159) mengemukakan bahwa harapan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan nilai kepuasan pelanggan . berdasarkan pengertiannya harapan pelanggan merupakan tingkat kinerja yang dianggap pelanggan seharusnya mereka dapatkan dari produk yang dikonsumsi. Sedangkan menurut daryanto dan Setyabudi (2014 : 91) ekspektasi pelanggan jasa

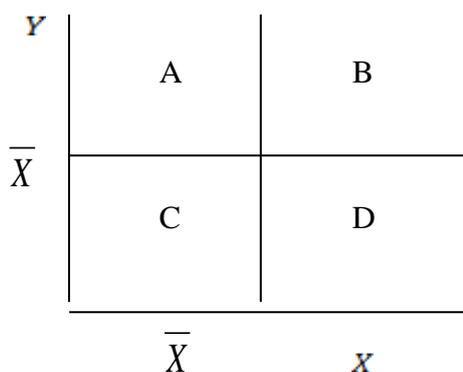
adalah keyakinan tentang penghantaran jasa yang berfungsi sebagai standar atau titik referensi dalam bertindak, dimana performansi sebagai pertimbangan.

Dari pengertian-pengertian mengenai harapan pelanggan yang dikemukakan menurut para ahli di atas penulis menarik kesimpulan bahwa harapan pelanggan merupakan salah satu indikator mengenai keyakinan tentang penghantaran jasa serta tingkat kinerja yang di anggap pelanggan, yang seharusnya mereka dapatkan dari prodk yang dikonsumsi.

## 2.5 Diagram Kartesius

Menurut J Supranto (2011) Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana  $X$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan  $Y$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja / pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf  $X$  dan  $Y$ , dimana:  $X$  merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan  $Y$  merupakan tingkat harapan pelanggan.

Selanjutnya sumbu mendatar ( $X$ ) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan tegak ( $Y$ ) akan diisi oleh skor tingkat harapan



Sumber: J. Supranto (2011)

Gambar 2. Diagram Kartesius

Keterangan :

1. Kuadran A (Prioritas Utama)  
Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini masih rendah dan belum maksimal.
2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang dianggap penting oleh konsumen dan tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini sesuai apa yang di harapkan konsumen.

### 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang kurang penting oleh konsumen dan tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini kurang terlalu baik.

### 4. Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang dianggap kurang penting oleh konsumen, tetapi tingkat kinerjanya dirasakan terlalu berlebihan.

## 2.6 Penelitian Sebelumnya Dan Kerangka Pemikiran

### 2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 5. penelitian sebelumnya

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Indikator	Hasil	Publikasi
1.	Riyan Afri Yansah, Budi Hartono dan MB. Hariyono	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang	Kualitas pelayanan (X) Kepuasan pelanggan (Y)	<i>tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy</i> terhadap kepuasan	Berdasarkan uji regresi berganda, variabel <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy</i> memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. variabel <i>Empathy</i> merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen	Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan 23 (1): 2013, 30 - 34 ISSN: 0852-3581 ©Fakultas Peternakan UB, <a href="http://jiip.ub.ac.id/">http://jiip.ub.ac.id/</a>

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Indikator	Hasil	Publikasi
2.	Moh Aris Pasigai	Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Pada Kantor samsat Kabupaten Luwu Utara	Kualitas pelayanan (X) Kepuasan pelanggan (Y)	1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Realibility</i> (kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (empati) Terhadap kepuasan konsumen	Hasil analisis menunjukkan bahwa perbandingan antara nilai harapan dengan nilai kenyataan untuk setiap dimensi kualitas masih negatif, yang berarti harapan pelanggan yang tinggi terhadap setiap dimensi kualitas pelayanan tersebut belum didapatkan dalam pelayanan yang nyata dari para karyawan kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara. Nilai gap untuk setiap dimensi kualitas pelayanan adalah Responsiveness sebesar -0,86, Reliability sebesar -1,03, Emphaty sebesar -0,74, Assurance -0,99, dan Tangible sebesar -1,10.	(FEBIS UNISMU H Makassar) Blance : Jurnal Ekonomi Studi. ISSN :1858-2192. - Volume 1 No. 2 Juli – Oktober 2017
3.	Biyanda Eninurkhayaton, Antono Suryoputro, dan Eka Yunila Fatmasari	Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Rawat Jalan di Puskesmas Duren dan Puskesmas Bergas Kabupaten Semarang Tahun 2017	Variabel (X) Tingkat Kepuasan, dengan indikator: • Tingkat kinerja • Tingkat harapan Variabel (Y) Kualitas Pelayanan, dengan indikator: • Bukti	Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan pendekatan <i>cross sectional</i> . populasi penelitian adalah pasien yang	Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan dimensi kualitas layanan secara keseluruhan adalah 79,70%. Sedangkan Tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan terhadap pelayanan yang diterima pada dimensi <i>reliability</i> sebesar (79,36%). Tingkat	Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal) Volume 5, Nomor 4, Oktober 2017 (ISSN: 2356-3346)

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Indikator	Hasil	Publikasi
			<p>langsung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keandalan</li> <li>• Daya tanggap</li> <li>• Jaminan</li> <li>• Empati</li> </ul>	<p>memanfaatkan pelayanan rawat jalan di puskesmas duren dan puskesmas bergas kabupaten semarang dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih berdasarkan <i>simple random sampling</i>. Analisis data menggunakan analisis univariat, <i>Importance Performance Analysis</i>, dan analisis bivariat dengan menggunakan uji Chi Square.</p>	<p>kesesuaian antara harapan dan kenyataan terhadap pelayanan yang diterimapada dimensi <i>responsiveness</i> sebesar (77,00%). Tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan terhadap pelayanan yang diterima <i>assurance</i> sebesar (79,44%). Tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan terhadap pelayanan yang diterima pada dimensi <i>empathy</i> sebesar (80,88%).</p>	
4.	Mohammad Fuaduzzaki Khoirurrohman, Budi Hartono dan Hari Dwi Utami. 12 oktober 2014	Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian ayam goreng di “Ayam Goreng Roker” di Malang	Kualitas pelayanan (X) Kepuasan pelanggan (Y)	1.Kehandalan (Realibility), 2. Daya Tanggap (Responsiveness), 3. Jaminan (Assurance), 4. Empati (Empathy), 5. Bukti Fisik	bahwa kepuasan konsumen diwujudkan setelah mengkonsumsi produk dan merekomendasikan kepada orang lain, harga yang cukup murah, kesesuaian harga dengan ukuran kemasan produk dan tidak ada komplain	Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan 25 (2): 80 - 88 ISSN: 0852-3581 E-ISSN: 9772443D 76DD3 ©Fakultas Peternakan

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Indikator	Hasil	Publikasi
				(Tangibles), Terhadap kepuasan pelanggan	terhadap pelayanan serta berbicara positif kepada orang lain. Selain itu, kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan kualitas pelayanan berupa “keterampilan pelayanan dan akses pembelian”, “keterampilan pegawai”, “kelayakan lokasi dan penampilan pegawai” dan “kelayakan fasilitas parkir” memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan “kelayakan produk, tempat dan pelayanan” dan “ketepatan administrasi” memiliki pengaruh sangat dominan terhadap kepuasan konsumen.	n UB, <a href="http://jiip.ub.ac.id/">http://jiip.ub.ac.id/</a>
5.	Wulan Siti Aisah (021113215)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor	Kualitas pelayanan (X) Kepuasan pelanggan (Y)	variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas yang diberikan PDAM Tirta Pakuan kota Bogor sangat baik sebagaimana tanggapan puas dari responden terhadap dari masing-masing variabel penelitian. Pelanggan tidak puas terhadap kinerja PDAM Tirta Pakuan Kota	Sekripsi, Universitas Pakuan 2017

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Indikator	Hasil	Publikasi
					Bogor dimana kinerja yang diberikan masih dibawah harapoan pelanggan dengan nilai rata-rata harapan sebesar 3,47 dan nilai kinerja sebesar 3,10. Hasil tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan secara keseluruhan mencapai 89,26% menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas akan kinerja pelayanan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor.	
6.	A.A.Sagung Pipit Ingka Pratiwi 1	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Metro Futsal Renon Denpasar	Kualitas pelayanan (X) Kepuasan pelanggan (Y)	bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy).	Penelitian ini bertujuan agar mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan manakah variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen Metro Futsal. Analisis data yang digunakan dengan menggunakan Method of Successive Internal (MSI) dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) diketahui besarnya 0,779. Ini menunjukkan bahwa 77,9%	Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN 1309-8047 Volume 17, pipit.ingka@yahoo.com

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Indikator	Hasil	Publikasi
					<p>variasi perubahan naik turunnya variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan 22,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Metro Futsal.</p>	

### 2.6.2 Kerangka Pemikiran

Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, upaya meningkatkan penjualan harus terus dilakukan agar perusahaan tetap mendapatkan laba/keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan pelanggan yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan, dari kualitas pelayanan tersebut perusahaan menginginkan pelanggan atau pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan dalam menentukan pelayanan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta harus mempunyai strategi pelayanan yang tepat dan cepat agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan dikatakan berhasil jika pelanggan merasa puas dengan hasil yang diterimanya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Pelayanan yang baik harus dapat memenuhi segala aspek yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kualitas pelayanan tidak dapat terbangun secara otomatis, tetapi harus diusahakan untuk dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan baik sekarang maupun masa yang akan datang sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy

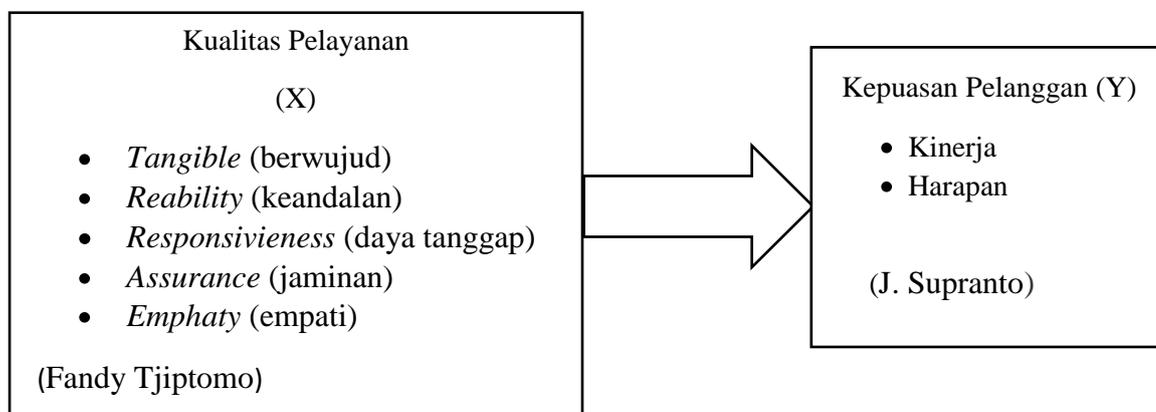
Tjiptono (2014 : 268) definisi Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan komponen yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan, dari kualitas pelayanan tersebut perusahaan menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan dalam menentukan pelayanan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta harus mempunyai strategi pelayanan yang tepat dan cepat agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan harus memperhatikan dimensi kualitas pelayanan agar menjadi tolak ukur terhadap kepuasan konsumen itu sendiri, menurut Fandy Tjiptono (2017 : 174-175) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : “Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap(*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*)”.

Kepuasan pelanggan dikatakan berhasil jika pelanggan merasa puas dengan hasil yang diterimanya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Pelayanan yang baik harus dapat memenuhi segala aspek yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Menurut J. Supranto (2011 : 233) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai “Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakan dengan yang diharapkannya”.

Menurut Irham Fahmi (2013 : 226) mengatakan bahwa kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat profit oriented dan non oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2017 : 159) menyatakan bahwa harapan pelanggan merupakan tingkat kinerja yang dianggap pelanggan, seharusnya mereka dapatkan dari produk yang dikonsumsi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Sagung pipit Ingka Pratiwi dengan memiliki variabel yang sama oleh peneliti yaitu variabel independen (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan) dengan indikator yang sama yaitu Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance terhadap kepuasan pelanggan tetapi disisi lain memiliki perbedaan Sagung pipit Ingka Pratiwi menggunakan Method of Successive Internal (MSI) dan analisis regresi linier berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu membandingkan antara tingkat kepentingan suatu atribut dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan dengan deskriptif survei.

Penelitian ini menjelaskan tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada lapangan futsal cimahpar Bogor. Penulis mencoba membuat konstelasi penelitian seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Konstelasi Penelitian

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah, bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan di lapangan Futsal Cimahpar Bogor kurang baik.
2. Kepuasan pelanggan yang menggunakan lapangan Futsal Cimahpar Bogor kurang puas.
3. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat rekomendasi bagi lapangan Futsal Cimahpar Bogor.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan karakteristik masalah, jenis penelitian ini termasuk penelitian Deskriptif dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif survei yang bertujuan untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk mengumpulkan data dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan masalah yang akan dipecahkan.

#### **3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah kualitas Pelayanan yang meliputi 5 indikator : berwujud, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan, serta kepuasan pelanggan meliputi 2 indikator kesesuaian Kinerja dengan Harapan.

##### **3.2.2 Unit Analisis**

Unit analisis yang digunakan oleh penulis *dyads* yaitu peneliti memperoleh data dari perusahaan dan data yang diperoleh dari respon setiap orang atau individu yang dimaksudkan yaitu pelanggan yang datang ke Lapangan Futsal Cimahpar Bogor.

##### **3.2.3 Lokasi Penelitian**

Untuk membahas objek atau variabel yang diteliti, penulis memilih lokasi penelitian di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor yang berada di Jln. Tumenggung wiradireja no. 108 cimahpar-bogor, Jawa Barat, Indonesia.

#### **3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif yang diperoleh dari hasil survey melalui wawancara dan penyebaran angket (kuisisioner). Data kualitatif juga diperoleh dari hasil observasi, wawancara, atau berupa uraian/penjelasan mengenai variabel yang diteliti.

Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

- Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh penulis melalui hasil kuisisioner kepada para pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor mengenai variabel-variabel yang diteliti.
- Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain. Data sekunder yang digunakan peneliti diperoleh dari berbagai sumber seperti data perkembangan jumlah pengunjung dari perusahaan.

### 3.4 Oprasional Variabel

Dalam mempermudah proses analisis, maka penulis mengklasifikasikan variabel-variabel penelitian kedalam kelompok dari indikator yang dipakai dalam penelitian ini.

a. Variabel bebas (independen)

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor yang dapat dinilai berdasarkan 5 indikator yang menyertainya yaitu produk fisik (*tangible*), *Empaty* (*Emphaty*), Daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*Asurance*) dan di ukur dengan sekala ordinal menggunakan model sekala Likert.

b. Variabel terikat (Dependen)

Variabel treikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dengan indikator yang menyertainya yaitu kinerja dan harapan, kemudian di ukur dengan skala ordinal dan menggunakan jawaban model skala Likert.

Tabel 6. Oprasionalisasi variabel analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cimahpar Futsal Bogor

Varibel	Indikator	Ukuran	Skala
	1. Tangibles	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tempat parkir yang luas dan memadai.</li> <li>Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan</li> <li>Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik.</li> </ol>	Ordinal
	2. Reliabiity	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pelayanan dalam booking lapangan cepat.</li> <li>Proosedur penyewaan lapangan jelas dan mudah.</li> <li>Kemudahan ketika memesan(booking) lapangan.</li> </ol>	Ordinal
	3. Responsiv enes	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penjaga lapangan cepat dalam melayani konsumen.</li> <li>Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan.</li> <li>Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.</li> </ol>	Ordinal
	4. Assurance	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penjaga lapangan bersikap jujur.</li> <li>Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan.</li> <li>Jaminan rasanyaman atas jasa</li> </ol>	Ordinal

Varibel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (X)		penyewaan lapangan	
	5. Emphaty	1. Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam. 2. Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan 3. Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan.	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kinerja	1. Tingkat Kinerja	Ordinal
	2. Harapan	1. Tingkat Harapan	

### 3.5 Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data Primer yang diperoleh dari responden Lapangan Futsal Cimahpar Bogor, Metode penarikan sampel yang digunakan adalah probabilitas sampling dengan teknik simple random sampling.

Data sampel yang dapat diberlakukan untuk populasi maka sampel yang digunakan sebagai sumber data harus representatif. Untuk itu pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara random dengan kesalahan tertentu, dan dalam menentukan jumlah sampel adalah dengan menerapkan metode slovin dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

keterangan :

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Tingkat Kesalahan (error)

dalam menentukan jumlah sampel peulis menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi sebanyak 7630 orang. Yang merupakan jumlah pengunjung pelanggan member dan Non Member di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor selama satu tahun (2018).

Tabel 7. Daftar Pengguna Lapangan Futsal Cimahpar Bogor Tahun 2019

<b>Bulan</b>	<b>Member</b>	<b>Bulan</b>	<b>Non Member</b>
Januari	226	Januari	415
Februari	217	Februari	345
Maret	219	Maret	425
April	245	April	397
Mei	244	Mei	369
Juni	230	Juni	421
Juli	210	Juli	419
Agustus	275	Agustus	415
September	243	September	364
Oktober	248	Oktober	386
November	232	November	405
Desember	306	Desember	374
Total	2895	Total	4735
Total member dan Non Member	7630		

Sumber data sekunder Lapangan Futsal 2018

$$n = \frac{7630}{1 + (7630)(0,1)^2} = 98,71$$

Jadi dari hasil perhitungan menggunakan slovin dengan tingkat error 10%, sehingga jumlah sampel yang di ambil untuk penelitian setelah dibulatkan yaitu 100 responden yang tersebar kedalam 2 bagian yaitu:

1. *Member* =  $\frac{2895}{7630} 100\% = 38, \frac{38}{100} 100 = 38 \text{ orang}$
2. *Non Member* =  $\frac{4735}{7630} 100\% = 62, \frac{62}{100} 100 = 62 \text{ orang}$

Jadi dari perhitungan diatas 100 responden tersebut terdiri atas 38 orang dari pelanggan (member) dan 62 orang dari pelanggan (Non Member).

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling di atas, maka data yang terpilih dikumpulkan melalui metode :

1. Data penelitian primer diperoleh dari obyek penelitian dengan observasi, survey, wawancara, dan hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada pelanggan pengguna Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dan kemudian di olah untuk tujuan penelitian.
2. Data penelitian sekunder yaitu data yang telah di olah menjadi tabel, atau gambar yang dapat memberikan informasi bagi pihak lain.
3. Skala pengukuran yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sekala likert. Sekala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Sekala likert untuk memberikan ukuran sikap seseorang tingkat ordinal. Sekala likert merupakan sekala yang sering digunakan dalam penelitian survey dengan orang-orang yang menyatakan sikap atau tanggapan lain sehubungan dengan kategori tingkat ordinal. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan sebagai berikut:

Tabel 8. Sekala Likert

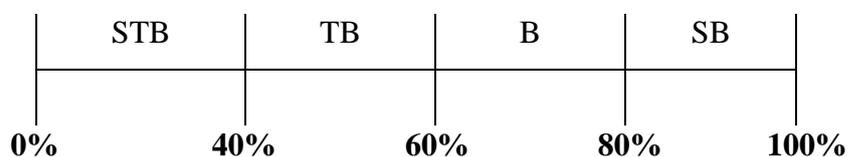
Kriteria	Skor
Sangat Baik (SB)	4
Baik (B)	3
Tidak Baik (TB)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	1

Sumber : sugiyono (2014 : 169)

Total dari nilai jawaban setiap butir pernyataan kemudian dibuatkan rentang sekala untuk mengetahui total responden. Dengan rumus sebagai berikut :

Tanggapan total responden menggunakan sekala likert

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{sekor total hasil jawaban responden}}{\text{sekor tertinggi responden}} \times 100\% \dots$$



Sumber : sugiyono (2014 : 137)

#### 3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian ini :

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid, terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Setelah itu dilakukan perbandingan antara nilai r hitung dan r tabel.

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Dimana :

n = Jumlah respon

$r_{xy}$  = Koefesien korelasi (r-hitung)

$\sum x$  = Skor variabel kualitas pelayanan

$\sum y$  = Skor varibale kepuasan pelanggan

$\sum xy$  = Hasil perkalian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Sumber : Sugiyono (2017 : 228).

Adapun kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut :

Jika r hitung > r tabel maka dapat dikatakan valid.

Jika r hitung < r tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Adapun kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut :

Jika r hitung > r tabel maka dapat dikatakan valid.

Jika r hitung < r tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Pertanyaan kusioner digunakan *Analysis Corrected Item-Total Correlation* dengan program bantuan SPSS 23 untuk mencari koefesien korelasi dari *Product Moment pearson* terhadap jawaban 30 responden dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) 10% atau 0,1 sehingga nilai r tabel yang digunakan adalah  $df/dk = 30/2$  adalah 0,3061. Maka untuk setiap instrumen pertanyaan terhadap kinerja kualitas pelayanan yang diuji akan dinyatakan valid jika memiliki nilai r hitung > r tabel (0,3061).

Tabel 9. Keterangan Hasil Uji Validitas  
Kualitas Pelayanan

Indikator	No.Soa	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Tangibel	1	0,427	0,3061	Valid
	2	0,530	0,3061	Valid
	3	0,552	0,3061	Valid
Reliability	4	0,524	0,3061	Valid
	5	0,719	0,3061	Valid

Indikator	No.SoaI	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Keterangan
	6	0,580	0,3061	Valid
Responsiveness	7	0,710	0,3061	Valid
	8	0,652	0,3061	Valid
	9	0,529	0,3061	Valid
Assurance	10	0,338	0,3061	Valid
	11	0,630	0,3061	Valid
	12	0,668	0,3061	Valid
Empathy	13	0,443	0,3061	Valid
	14	0,662	0,3061	Valid
	15	0,614	0,3061	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 2019

Tabel 10. Keterangan Hasil Uji Validitas  
Kepuasan Pelanggan

Indikator	No.SoaI	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Keterangan
Tangibel	1	0,597	0,3061	Valid
	2	0,596	0,3061	Valid
	3	0,622	0,3061	Valid
Reliability	4	0,819	0,3061	Valid
	5	0,598	0,3061	Valid
	6	0,692	0,3061	Valid
Responsiveness	7	0,730	0,3061	Valid
	8	0,697	0,3061	Valid
	9	0,496	0,3061	Valid
Assurance	10	0,661	0,3061	Valid
	11	0,693	0,3061	Valid
	12	0,692	0,3061	Valid
Empathy	13	0,794	0,3061	Valid
	14	0,813	0,3061	Valid
	15	0,837	0,3061	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Melalui tabel hasil uji validitas pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa terdapat 15 butir dari pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3061).

b. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel, terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran yang digunakan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,60. Rumus untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

- $\alpha$  = Koefesien korelasi
- r = Korelasi antar kuisisioner
- k = Jumlah kuisisioner

Tabel 11. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,49	Reliabel Rendah
>0,50 – 0,69	Reliabel Moderat
>0,70 – 0,89	Reliabel Tinggi
>0,90 – 1,00	Reliabel Sempurna

Sumber : Primer, (Sugiyono 2014 : 168)

- Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Uji Reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach's alpha*, bahwa data atau case yang valid berjumlah 30. Dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,852

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.852	15

Data Diolah : SPSS 23 2019

*Output case processing summary* menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau *case* yang valid berjumlah 30 dengan persentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan (*exclude*) dan *reliability statistics* menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,852 yang berarti diterima maka disimpulkan instrumen penelitian telah reliabel.

Tabel 13. Keterangan Hasil Uji Reliabilitas  
Kualitas Pelayanan

Indikator	No.Soa	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan
Tangibel	1	0,852	0,851	Reliabel
	2	0,852	0,848	Reliabel
	3	0,852	0,844	Reliabel
Reliability	4	0,852	0,845	Reliabel
	5	0,852	0,834	Reliabel
	6	0,852	0,843	Reliabel
Responsiveness	7	0,852	0,834	Reliabel
	8	0,852	0,838	Reliabel
	9	0,852	0,848	Reliabel

Indikator	No.SoaI	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan
Assurance	10	0,852	0,851	Reliabel
	11	0,852	0,840	Reliabel
	12	0,852	0,837	Reliabel
Empathy	13	0,852	0,849	Reliabel
	14	0,852	0,838	Reliabel
	15	0,852	0,841	Reliabel

Data Diolah : SPSS 23 2019

- Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Uji Reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach's alpha*, bahwa data atau case yang valid berjumlah 30. Dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,913

Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	30	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	15

Data Diolah : SPSS 23 2019

*Output case processing summary* menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau *case* yang valid berjumlah 30 dengan persentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan (*exclude*) dan *reliability statistics* menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,913 yang berarti diterima maka disimpulkan instrumen penelitian telah reliabel.

Tabel 15. Keterangan Hasil Uji Reliabilitas  
Kepuasan Pelanggan

Indikator	No.Soaal	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan
Tangibel	1	0,913	0,910	Reliabel
	2	0,913	0,912	Reliabel
	3	0,913	0,912	Reliabel
Reliability	4	0,913	0,902	Reliabel
	5	0,913	0,911	Reliabel
	6	0,913	0,909	Reliabel
Responsiveness	7	0,913	0,905	Reliabel
	8	0,913	0,907	Reliabel
	9	0,913	0,912	Reliabel
Assurance	10	0,913	0,908	Reliabel
	11	0,913	0,907	Reliabel
	12	0,913	0,907	Reliabel
Empathy	13	0,913	0,902	Reliabel
	14	0,913	0,901	Reliabel
	15	0,913	0,900	Reliabel

Data Diolah : SPSS 23 2019

Melalui tabel hasil uji reliabilitas pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa keduanya dinyatakan reliabel karena Alpha yang didapat lebih besar dari Alpha yang ditentukan  $0,852 > 0,60$  dan  $0,913 > 0,60$ .

Hasil selengkapnya bisa dilihat dilampiran.

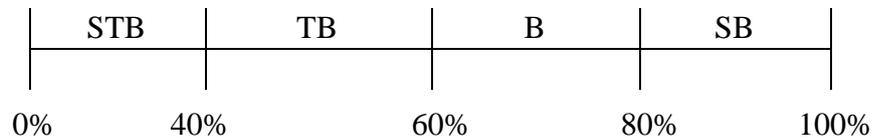
### 3.7 Metode Analisis

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapangan Futsal Cimahpar, dengan analisis deskriptif menggunakan rumus tanggapan total responden.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Resoinden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Setelah diketahui tanggapan total responden, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata indeks variabel bebas dan tidak bebas untuk mengetahui bagaimana keadaan variabelnya.



Sumber : Sugiyono (2014;137)

### 3.7.2 Metode Importance Performance Analysis (IPA)

- Analisis Tingkat Kesesuaian

Dalam metode ini pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan/konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai dengan tidak sesuai.

Terdapat dua hal yang dapat terjadi dalam tingkat kesesuaian :

1. Apabila kinerja (persepsi) di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas (Supranto, 2011).
2. Apabila kinerja (persepsi) sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas (Supranto, 2011)

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan :

1. Tingkat kesesuaian  $> 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan.
2. Tingkat kesesuaian  $= 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan.
3. Tingkat kesesuaian  $< 100\%$  berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan.

J Supranto (2011 : 241) mengemukakan bahwa rumus tingkat kesesuaian dapat digunakan sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

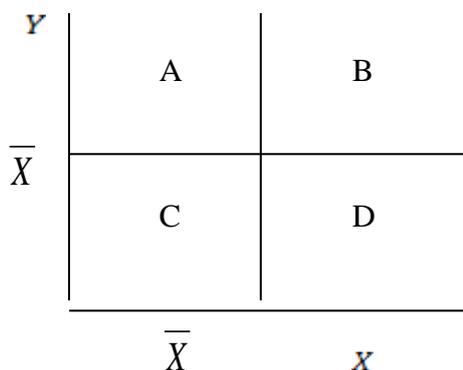
Keterangan :

*Tki = Tingkat kesesuaian responden*

*Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan*

*Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan*

- Diagram Kartesius



Rumus yang digunakan :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \quad , \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Rata-Rata dari rata-rata skor tingkat kualitas pelayanan pelaksanaan seluruh atribut.

$\bar{Y}$  = Rata-Rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

$K$  = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan..

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kualitas pelayanan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad , \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kualitas pelayanan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata harapan

$\sum X_i$  = Jumlah skor tingkat kualitas pelayanan

$\sum Y_i$  = Jumlah skor tingkat harapan

$n$  = Jumlah Responden.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Cimahpar Futsal Bogor**

Cimahpar Futsal didirikan pada tanggal 2 Agustus 2008. Lokasi terletak di Jln. Tumenggung Wiradireja No. 108 Cimahpar-Bogor. Pemilik bernama Hj. Oom Romlah. Berdiri di atas luas tanah kurang lebih 10.000 meter, Cimahpar Futsal buka 24 jam. Fasilitas yang tersedia terdiri dari : 6 lapangan futsal, fitness center, 6 kamar mandi, luas parkir di halaman bisa menampung 25 mobil dan kurang lebih 90 motor. Dan tingkat keamanan dan kenyamanan CCTV yang tersebar di beberapa titik, di delapan titik yaitu : dua titik (parkir dan tempat kasir) di enam titik (lapangan futsal).

##### **4.1.2 Visi Misi**

Visi : Membentuk anak-anak muda yang berkarakter bermental kuat menjadikan olah raga futsal sebagai pelayanan olah raga yang membawa dampak positif untuk banyak orang.

Misi : Menjadikan olah raga bagi sesama kalangan dan mempererat persatuan.

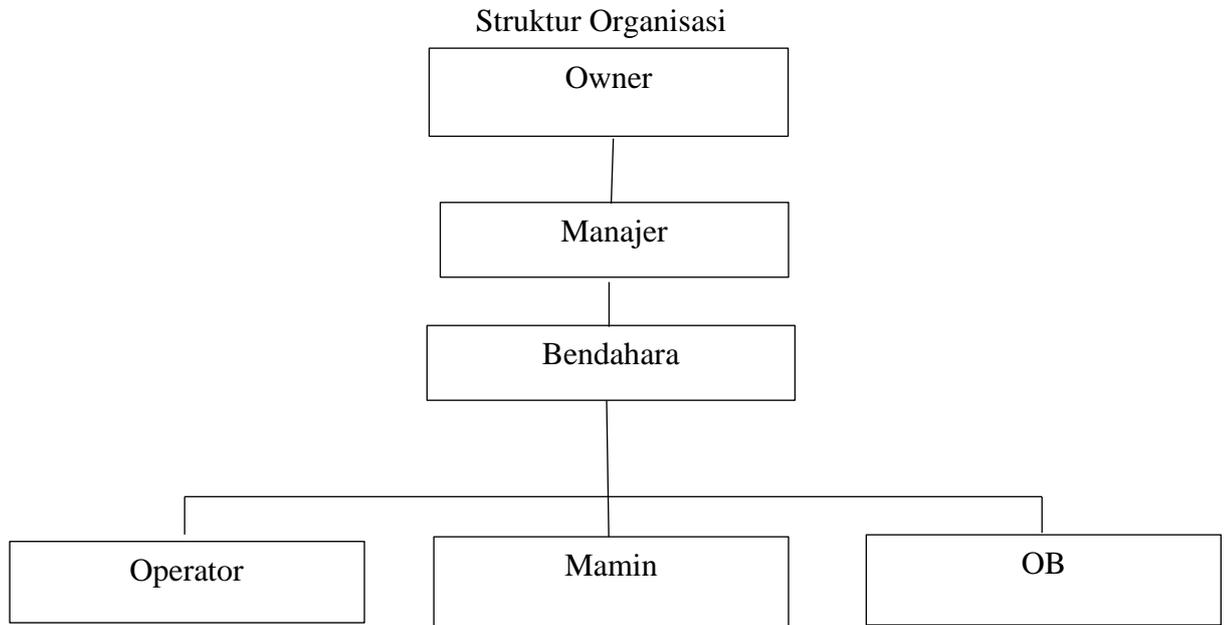
##### **4.1.3 Kegiatan Usaha**

Cimahpar Futsal merupakan kegiatan usaha dibidang jasa penyewaan Lapangan Futsal untuk memberikan pelayanan yang maksimal. Pihak Lapangan Futsal Bogor Menyediakan 6 Lapangan Futsal agar pengunjung dapat merasa nyaman dengan banyaknya pilihan Lapangan Futsal, disamping itu pihak Lapangan Futsal Cimahpar Bogor menjual minuman dan makanan ringan.

##### **4.1.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas**

###### **a. Struktur Organisasi**

Dalam sebuah organisasi perusahaan tentu terdiri dari beberapa bagian yang saling berkaitan antara satu sama lain. Keterkaitan tersebut dapat digambarkan melalui sebuah struktur atau bagan yang berfungsi untuk memperoleh gambaran posisi setiap bagian pada organisasi sehingga keterkaitan yang berupa garis perintah, koordinasi, tanggungjawab ataupun pembagian tugas antara setiap bagian dalam organisasi tersebut dapat diketahui dengan jelas. Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki bagan struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 4. Struktur Organisasi Cimahpar Futsal Bogor

b. Uraian Tugas

Berdasarkan struktur organisasi diatas dapat diketahui bahwa uraian tugas dari masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

1. Owner sebagai pemilik Lapangan Futsal. Manajer sebagai pemegang tanggungjawab atas tujuan perusahaan sekaligus pemimpin perusahaan.
2. Manajer juga memegang kendali atas segala kebijakan strategis yang menyangkut berjalannya perusahaan.
3. Bendahara bertugas mengurus tentang arus keluar masuk keuangan Lapangan Futsal Cimahpar.
4. Operator bertugas sebagai mengawasi hal-hal mengenai lapangan.
5. Mamin bertugas menjaga kantin, dan
6. Office Boy bertugas menjaga kebersihan pada area lapangan.

#### 4.1.5 Profil Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor yang dikategorikan kedalam 5 kriteria yaitu : Jenis Kelamin responden, Usia responden, Pendidikan Terakhir responden, Pekerjaan responden, responden. Berdasarkan kategori dalam angket kuisioner dapat diketahui informasi mengenai responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

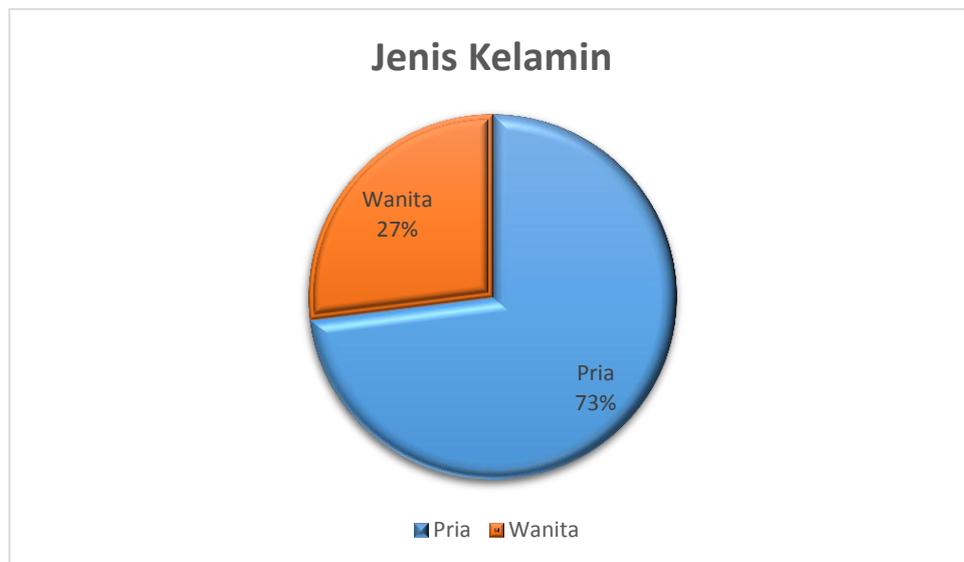
1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Informasi mengenai jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut :

Tabel 16. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Pria	73	73
2	Wanita	27	27
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)



Gambar 5. Jenis Kelamin

Berdasarkan data diatas, dari 100 orang Responden yang diteliti sebanyak 73% merupakan responden berjenis kelamin Pria sedangkan sisanya sebanyak 27% merupakan jenis responden berjenis kelamin wanita. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pengunjung berjenis kelamin Pria.

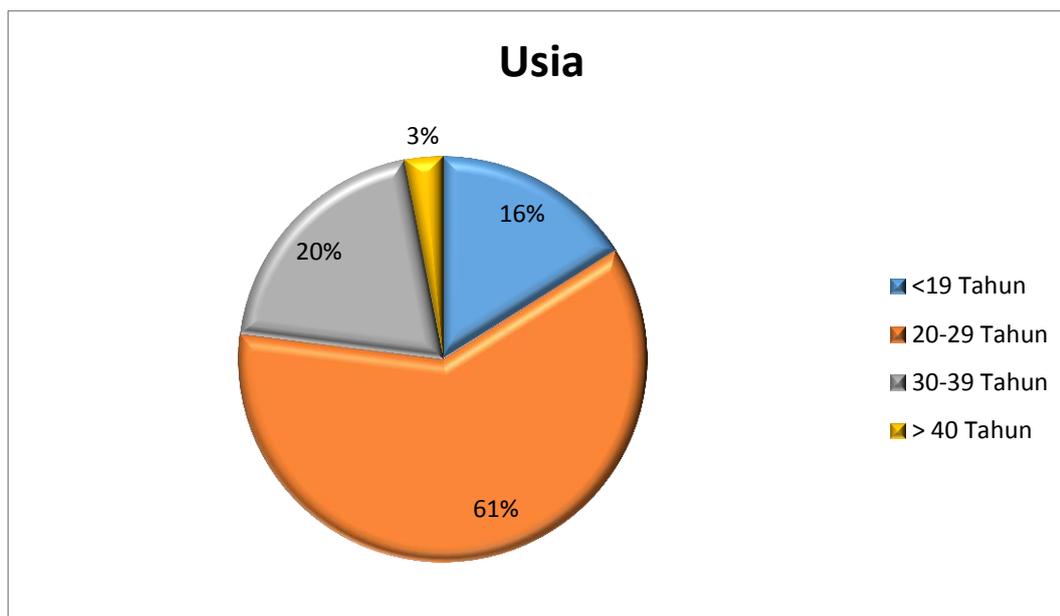
## 2. Usia Responden

Informasi mengenai usia responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut :

Tabel 17. Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<19 Tahun	16	16
2	20-29 Tahun	61	61
3	30-39 Tahun	20	20
5	> 40 Tahun	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)



Gambar 6. Usia

Berdasarkan data diatas, dari 100 orang reponden yang diteliti 16% diantaranya merupakan responden dengan usia <19 tahun, responden dengan usia 20-29 tahun memiliki persentase sebanyak 61%, responden dengan usia 30-39 tahun memiliki persentase sebanyak 20%, dan responden dengan usia >40 tahun sebanyak 3% maka dapat disimpulkan bahwa usia responden pada penelitian ini rata-rata merupakan pengunjung dengan usia 20-29 tahun.

### 3. Pendidikan Terakhir responden

Informasi mengenai Pendidikan Terakhir responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 18. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SMP	6	6
2	SMA/SMK	44	44
3	S1	30	30
4	Lainnya	20	20
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)



Gambar 7. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data diatas, dari 100 orang reponden yang diteliti 6% diantaranya berpendidikan terakhir SMP, 44% responden SMA/SMK, 30% responden itu S1, dan 20% responden memilih lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak pada penelitian ini adalah responden dengan latar belakang pendidikannya itu SMA/SMK.

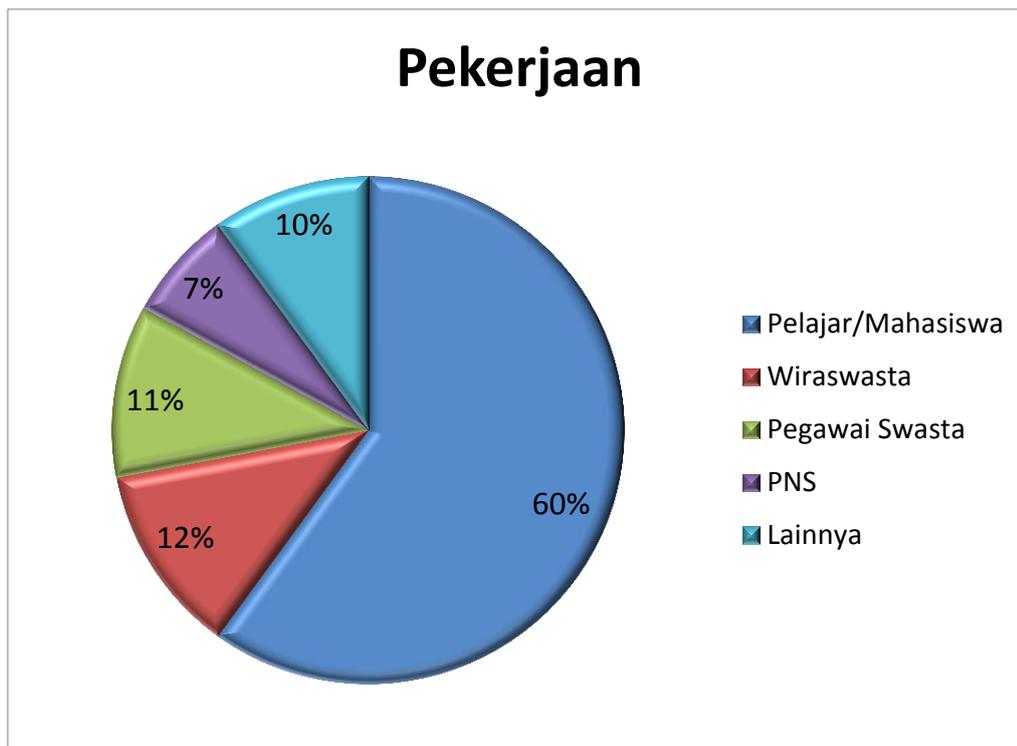
#### 4. Pekerjaan Responden

Informasi mengenai pekerjaan responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 19. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	60	60
2	Pegawai Negeri	12	12
3	Pegawai Swasta	11	11
4	Wiraswasta	7	7
5	Lainnya	10	10
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)



Gambar 8. Pekerjaan

Berdasarkan data diatas, dari 100 orang reponden yang diteliti 60% diantaranya merupakan dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, 12% responden merupakan Pegawai Negeri, 11% responden merupakan Pegawai Swasta, 7% responden merupakan Wiraswasta, dan 10% merupakan lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak pada penelitian ini adalah responden dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa.

#### 5. Kunjungan Perminggu

Informasi mengenai Kunjungan Perminggu responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 20. Profil Responden Berdasarkan Kunjungan Perminggu

No	Kunjungan Perminggu	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< 2	51	51
2	2 – 5	41	41
4	> 5	8	8
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)



Gambar 9. Kunjungan Perminngu

Berdasarkan data diatas, Tingkat Kunjungan perminngu responden < 2 sebanyak 51%, untuk 2-5 kali perminngu sebanyak 41%, dan untuk kunjungan perminngu > 5 sebanyak 8%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berkunjung dalam seminningunya yaitu < 2 yaitu dengan persentase 51%.

#### 6. Karakteristik Pengguna Lapangan Futsal

Informasi mengenai Karakteristik Pengguna Lapangan Futsal dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 21. Profil Responden Karakteristik Pengguna Lapangan Futsal

No	Karakteristik Pengguna Lapangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Member	38	38
2	Rutin	62	62
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)



Gambar 10. Karakteristik Pengguna Lapangan

Berdasarkan data diatas, Karakteristik pengguna lapangan futsal Cimahpar yaitu member sebanyak 38% dan Non Member sebanyak 62%. Hal tersebut sudah sesuai dengan perhitungan penarikan sample.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Kualitas Pelayanan Cimahpar Futsal Bogor

Sebagai usaha dalam bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu faktor penting dalam menentukan kelangsungan dan keberhasilan usaha. Pelayanan digambarkan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor digunakan penilaian terhadap indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty dengan kategori penilaian sebagai berikut : Sangat Baik, Baik, Tidak Baik, dan Sangat Tidak Baik. Adapun tingkat kinerja Kualitas Pelayanan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Resoinden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Pelaksanaan dalam penerapan kinerja pelayanan adalah sebagai berikut :

#### A. Produk Fisik (Tangibles)

Atribut yang termasuk kedalam indikator produk fisik (Tangible) adalah sebagai berikut :

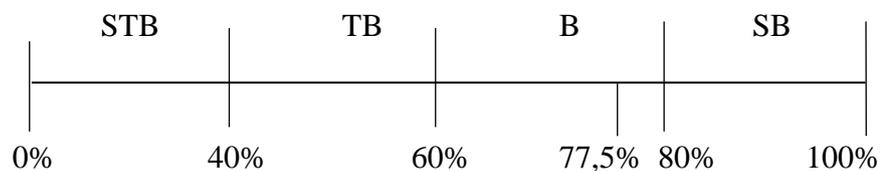
## 1. Tempat parkir yang luas dan memadai

Tabel 22. Tempat parkir yang luas dan memadai

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	33	4	132
Baik	45	3	135
Tidak Baik	21	2	42
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		310

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{310}{4 \cdot 100} \times 100\% = 77,5\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Tempat parkir yang luas dan memadai terhadap 100 Responden yaitu sebesar 77,5% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Tempat parkir yang luas dan memadai di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

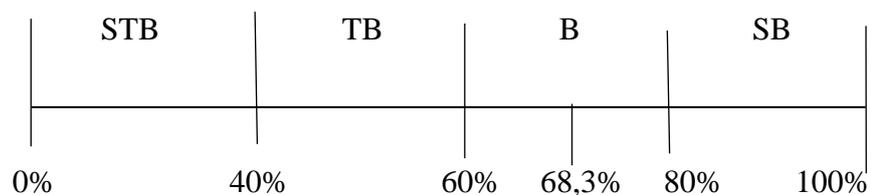
## 2. Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan

Tabel 23. Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	23	4	92
Baik	40	3	120
Tidak Baik	24	2	48
Sangat Tidak Baik	13	1	13
Jumlah	100		273

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{273}{4 \cdot 100} \times 100\% = 68,3\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 68,3% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

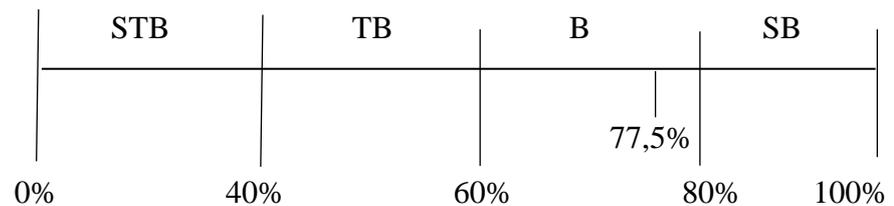
### 3. Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik

Tabel 24. Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	42	4	168
Baik	30	3	90
Tidak Baik	24	2	48
Sangat Tidak Baik	4	1	4
Jumlah	100		310

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{310}{4 \cdot 100} \times 100\% = 77,5\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik terhadap 100 Responden yaitu sebesar 77,5% penilaian pelanggan terhadap Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

#### B. Keandalan (Reliability)

Keandalan dinilai berdasarkan kemampuan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dalam memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten. Atribut untuk menilai keandalan terdiri atas :

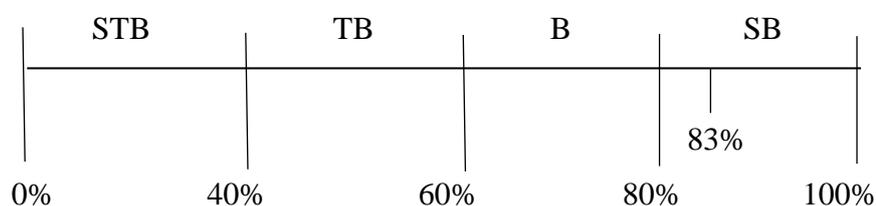
## 1. Pelayanan dalam booking lapangan cepat

Tabel 25. Pelayanan dalam booking lapangan cepat

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	45	4	180
Baik	43	3	129
Tidak Baik	11	2	22
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		332

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{332}{4 \cdot 100} \times 100\% = 83\%$$



Dari hasil perhitungan data diatas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Pelayanan dalam booking lapangan cepat terhadap 100 Responden yang berpartisipasi sebesar 83% artinya penilaian pelanggan terhadap Pelayanan dalam booking lapangan cepat di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

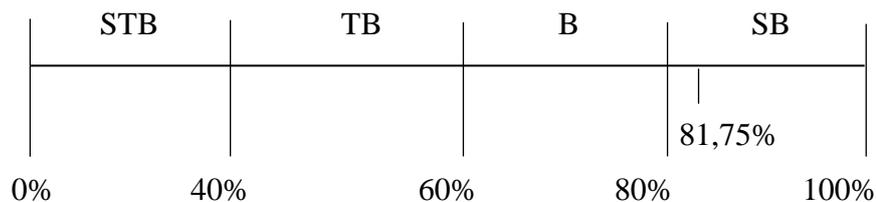
## 2. Prosedur pelayanan jelas dan mudah

Tabel 26. Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	51	4	204
Baik	28	3	84
Tidak Baik	18	2	36
Sangat Tidak Baik	3	1	3
Jumlah	100		327

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{327}{4 \cdot 100} \times 100\% = 81,8\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Prosedur pelayanan jelas dan mudah terhadap 100 Responden yaitu sebesar 81,8% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Prosedur pelayanan jelas dan mudah di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

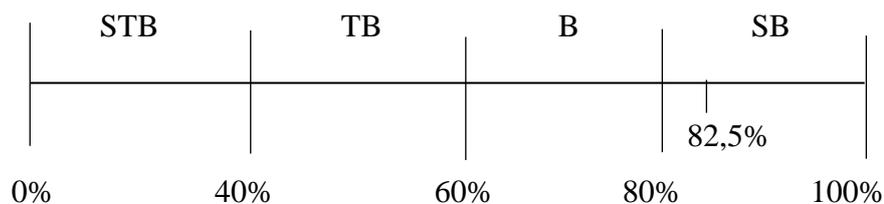
### 3. Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan

Tabel 27. Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	47	4	188
Baik	37	3	111
Tidak Baik	15	2	30
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		330

Sumber : Data Kuisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{330}{4 \cdot 100} \times 100\% = 82,5\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 82,5% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

### C. Daya Tanggap (Responsiveness)

Atribut untuk menilai daya tanggap adalah sebagai berikut :

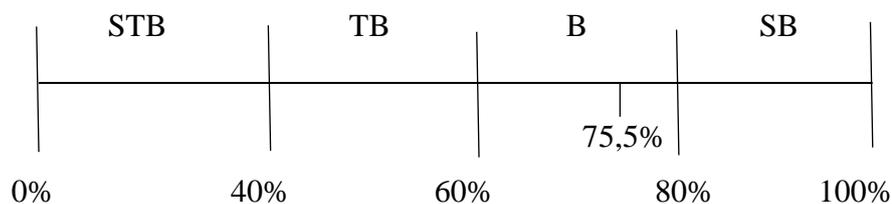
#### 1. Penjaga lapangan cepat dalam melayani Pelanggan

Tabel 28. Penjaga lapangan cepat dalam melayani Pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	32	4	128
Baik	40	3	120
Tidak Baik	26	2	52
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		302

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{302}{4 \cdot 100} \times 100\% = 75,5\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Penjaga lapangan cepat dalam melayani konsumen terhadap 100 Responden yaitu sebesar 75,5% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Penjaga lapangan cepat dalam melayani konsumen di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

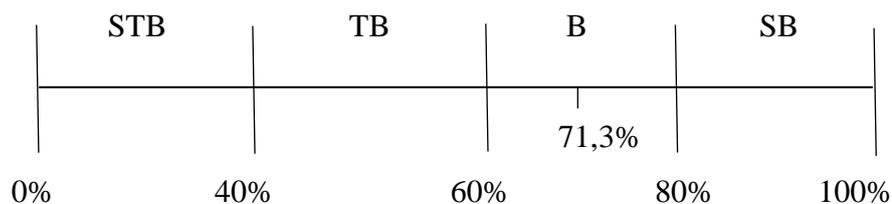
## 2. Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan

Tabel 29. Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	28	4	112
Baik	33	3	99
Tidak Baik	35	2	70
Sangat Tidak Baik	4	1	4
Jumlah	100		285

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{285}{4 \cdot 100} \times 100\% = 71,3\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan terhadap 100

responden yaitu sebesar 71,3% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

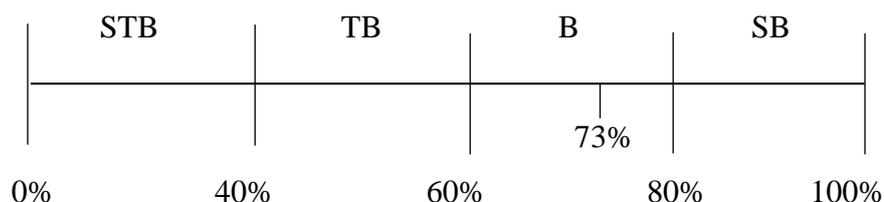
### 3. Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan

Tabel 30. Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	32	4	128
Baik	32	3	96
Tidak Baik	32	2	64
Sangat Tidak Baik	4	1	4
Jumlah	100		292

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{292}{4 \cdot 100} \times 100\% = 73\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada Kinerja Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 73% penilaian pelanggan terhadap tingkat Kinerja Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

#### D. Jaminan (Assurance)

Atribut yang termasuk kedalam indikator jaminan adalah sebagai berikut :

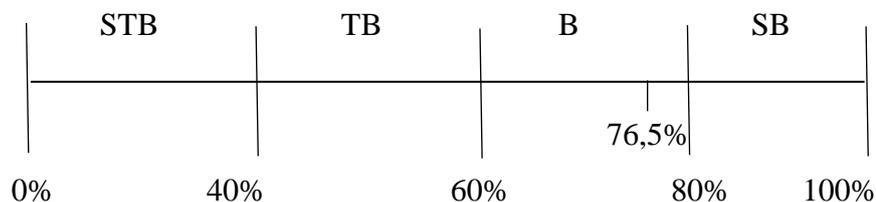
##### 1. Penjaga lapangan bersikap jujur.

Tabel 31. Penjaga lapangan bersikap jujur

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	30	4	120
Baik	48	3	144
Tidak Baik	20	2	40
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		306

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{306}{4 \ 100} \times 100\% = 76,5\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Penjaga lapangan bersikap jujur terhadap 100 Responden yaitu sebesar 76,5% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Karyawan bersikap jujur di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

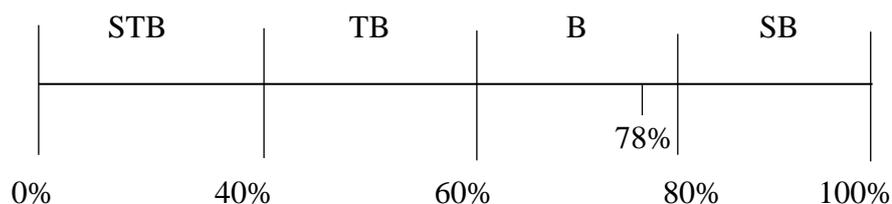
## 2. Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan

Tabel 32. Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	40	4	160
Baik	35	3	105
Tidak Baik	22	2	44
Sangat Tidak Baik	3	1	3
Jumlah	100		312

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{312}{4 \ 100} \times 100\% = 78\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 78% penilaian pelanggan terhadap tingkat Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

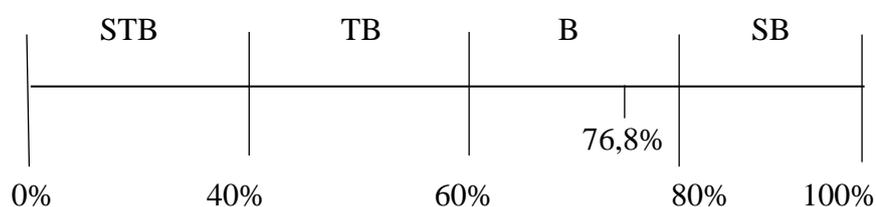
## 3. Jaminan rasnyaman atas jasa penyewaan lapangan

Tabel 33. Jaminan rasnyaman atas jasa penyewaan lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	37	4	148
Baik	36	3	108
Tidak Baik	24	2	48
Sangat Tidak Baik	3	1	3
Jumlah	100		307

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{307}{4 \cdot 100} \times 100\% = 76,8\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Jaminan rasnyaman atas jasa penyewaan lapangan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 76,8% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Jaminan rasnyaman atas jasa penyewaan lapangan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

## E. Empati (Emphaty)

Atribut yang termasuk kedalam indikator jaminan adalah sebagai berikut :

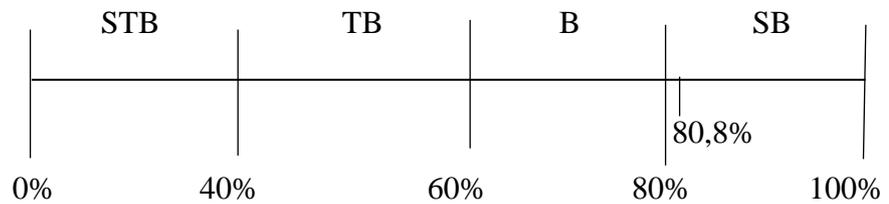
## 1. Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam

Tabel 34. Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	40	4	160
Baik	44	3	132
Tidak Baik	15	2	30
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		323

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{323}{4 \ 100} \times 100\% = 80,8\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam terhadap 100 Responden yaitu sebesar 80,8% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

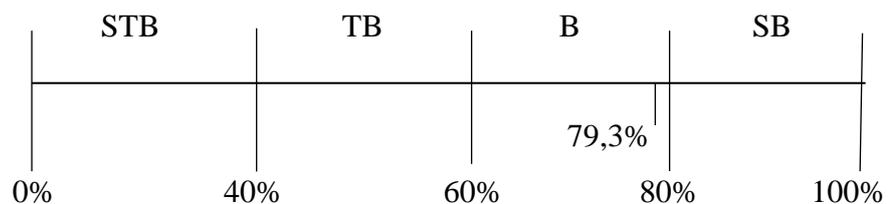
2. Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan

Tabel 35. Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	43	4	172
Baik	36	3	108
Tidak Baik	16	2	32
Sangat Tidak Baik	5	1	5
Jumlah	100		317

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{317}{4 \ 100} \times 100\% = 79,3\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 79,3% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

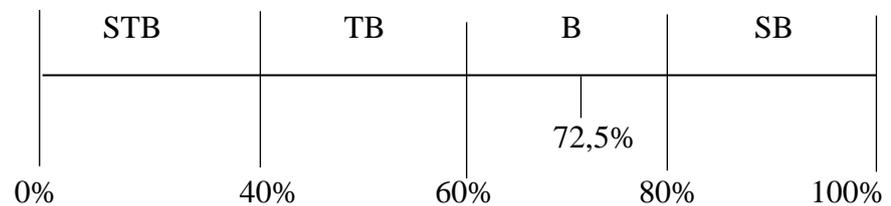
## 3. Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan

Tabel 36. Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	31	4	124
Baik	37	3	111
Tidak Baik	23	2	46
Sangat Tidak Baik	9	1	9
Jumlah	100		290

Sumber : Data Kuisioner Diolah 2019

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{290}{4 \cdot 100} \times 100\% = 72,5\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 72,5% penilaian pelanggan terhadap tingkat kinerja Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan di Lapangan Futsal Cimahpar Bogor memiliki penilaian yang **Baik**.

Tabel 37. Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor

No	Indikator	Atribut	Total Tanggapan Responden (%)	Rata-rata
1.	Tangibles	1.Tempat parkir yang luas dan memadai.	77,5	74,5
		2.Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan	68,3	
		3.Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik	77,5	
2.	Reliability	1.Pelayanan dalam booking lapangan cepat	83	82,5
		2.Proosedur penyewaan lapangan jelas dan mudah	81,8	
		3.Kemudahan ketika	82,5	

No	Indikator	Atribut	Total Tanggapan Responden (%)	Rata-rata
		memesan(booking) lapangan		
3.	Responsiveness	1.Penjaga lapangan cepat dalam melayani konsumen	75,5	73,3
		2.Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan	71,3	
		3.Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan	73	
4.	Assurance	1.Penjaga lapangan bersikap jujur	76,5	77,1
		2.Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan	78	
		3.Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan	76,8	
5.	Emphaty	1.Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam	80,8	77,6
		2.Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan	79,3	
		3.Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan	72,5	
Total			1,158	
Rata-rata			77,2	

Sumber : Data Kuisioner Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui secara rata-rata keseluruhan kinerjanya berada pada angka 77,2% dengan kategori baik, yang sudah dirasa aman oleh perusahaan adalah inditator Reliability dan Emphaty karena nilainya di atas rata-rata yaitu sebesar 82,5% dan 77,6%. tetapi yang jadi perhatian perusahaan adalah indikator tangible dan responsivenes karena nilainya dibawah rata-rata yaitu sebesar 74,5% dan 73,3%.

jika dilihat per Indikator Tangible rata-ratanya sebesar 74,5%, yang dibawah rata-rata adalah kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan, artinya kinerja SDM yang menangani kebersihan masih kurang. Dari Indikator Reliability tidak ada masalah karena tidak jauh dari nilai rata-ratanya. Dari indikator Responsiveness rata-ratanya sebesar 73,3%, yang dibawah rata-rata adalah Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan, artinya kinerja SDM yang menangani kesulitan pelanggan masih kurang. Dari Indikator Assurance tidak ada masalah karena sudah mendekati rata-rata. Dari indikator Emphaty rata-ratanya sebesar 77,6%, yang dibawah rata-rata adalah Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan

dan saran dari pelanggan, artinya kinerja SDM yang menangani keluhan dan saran dari pelanggan masih kurang.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa yang jadi permasalahannya adalah kinerja SDM nya agar pelanggan merasa puas dngan kinerja yang diberikan oleh pihak Lapangan Futsal Cimahpar Bogor.

#### 4.2.2 Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor

Penilaian tingkat kesesuaian bertujuan untuk mengukur apakah kinerja Lapangan Futsal Cimahpar Bogor sudah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum. Tingkat kesesuaian ini merupakan perbandingan antara kenyataan yang diterima dengan harapan pelanggan atas kinerja Lapangan Futsal Cimahpar Bogor. Hasil dari analisis ini dapat diurutkan berdasarkan skor yang diperoleh dari hasil perhitungan sebagai berikut:

##### A. Produk Fisik (Tangibles)

Atribut yang termasuk kedalam indikator produk fisik (Tangible) adalah sebagai berikut :

1. Tempat parkir yang luas dan memadai

Tabel 38. Tingkat Kinerja Pada Indikator Tempat parkir yang luas dan memadai

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	33	4	132
Baik	45	3	135
Tidak Baik	21	2	42
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		310

Tabel 39. Tingkat Harapan Pada Indikator Tempat parkir yang luas dan memadai

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	12	4	48
Baik	81	3	243
Tidak Baik	5	2	10
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		303

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tingkat Kesesuaian

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{310}{303} \times 100\% = 102,31\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Tempat parkir yang luas dan memadai adalah sebesar 102,10% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Tempat parkir yang luas dan memadai.

## 2. Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan

Tabel 40. Tingkat Kinerja Pada Indikator Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	23	4	92
Baik	40	3	120
Tidak Baik	24	2	48
Sangat Tidak Baik	13	1	13
Jumlah	100		273

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 41. Tingkat Harapan Pada Indikator Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	62	4	248
Baik	32	3	96
Tidak Baik	3	2	6
Sangat Tidak Baik	3	1	3
Jumlah	100		353

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{273}{353} \times 100\% = 77,34\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan adalah sebesar 77,34% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan.

## 3. Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik

Tabel 42. Tingkat Kinerja Pada Indikator Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	42	4	168
Baik	30	3	90
Tidak Baik	24	2	48
Sangat Tidak Baik	4	1	4
Jumlah	100		310

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 43. Tingkat Harapan Pada Indikator Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	40	4	160
Baik	54	3	162
Tidak Baik	4	2	8
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		332

Sumber : Data Kuisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{310}{332} \times 100\% = 93,38\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik adalah sebesar 93,38% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik.

#### B. Keandalan (Reliability)

Keandalan dinilai berdasarkan kemampuan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dalam memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten. Atribut untuk menilai keandalan terdiri atas :

1. Pelayanan dalam booking lapangan cepat

Tabel 44. Tingkat Kinerja Pada Indikator Pelayanan dalam booking lapangan cepat

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	45	4	180
Baik	43	3	129
Tidak Baik	11	2	22
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		332

Tabel 45. Tingkat Harapan Pada Indikator Pelayanan dalam booking lapangan cepat

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	38	4	152
Baik	55	3	165
Tidak Baik	7	2	14
Sangat Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		331

Sumber : Data Kuisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{332}{331} \times 100\% = 100,31\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Pelayanan dalam booking lapangan cepat adalah sebesar 100,31% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Pelayanan dalam booking lapangan cepat.

## 2. Prosedur pelayanan jelas dan mudah.

Tabel 46. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Prosedur Penyewaan lapangan Jelas dan Mudah

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	51	4	204
Baik	28	3	84
Tidak Baik	18	2	36
Sangat Tidak Baik	3	1	3
Jumlah	100		327

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 47. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Prosedur Penyewaan lapangan Jelas dan Mudah

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	27	4	108
Baik	68	3	204
Tidak Baik	5	2	10
Sangat Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		322

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{327}{322} \times 100\% = 101,56\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah adalah sebesar 101,56% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah.

### 3. Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan

Tabel 48. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Kemudahan ketika memesan(booking) lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	47	4	188
Baik	37	3	111
Tidak Baik	15	2	30
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		330

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 49. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Kemudahan ketika memesan(booking) lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	22	4	88
Baik	73	3	219
Tidak Baik	5	2	10
Sangat Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		317

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{330}{317} \times 100\% = 104,10\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Kemudahan ketika memesan(booking) lapangan adalah sebesar 104,10% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Kemudahan ketika memesan(booking) lapangan.

#### C. Daya Tanggap (Responsiveness)

Atribut untuk menilai daya tanggap adalah sebagai berikut :

##### 1. Penjaga lapangan cepat dalam melayani konsumen

Tabel 50. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Penjaga lapangan cepat dalam melayani Pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	32	4	128
Baik	40	3	120
Tidak Baik	26	2	52
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		302

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 51. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Penjaga lapangan cepat dalam melayani konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	61	4	244
Baik	32	3	96
Tidak Baik	6	2	12
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		353

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{302}{353} \times 100\% = 85,56\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Penjaga lapangan cepat dalam melayani Pelanggan adalah sebesar 85,56% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Penjaga lapangan cepat dalam melayani Pelanggan.

## 2. Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan

Tabel 52. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	28	4	112
Baik	33	3	99
Tidak Baik	35	2	70
Sangat Tidak Baik	4	1	4
Jumlah	100		285

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 53. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	53	4	212
Baik	41	3	123
Tidak Baik	4	2	8
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		345

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{285}{345} \times 100\% = 80,51\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan adalah sebesar 80,51% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan.

### 3. Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan

Tabel 54. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	32	4	128
Baik	32	3	96
Tidak Baik	32	2	64
Sangat Tidak Baik	4	1	4
Jumlah	100		292

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 55. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	54	4	216
Baik	39	3	117
Tidak Baik	5	2	10
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		345

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{292}{345} \times 100\% = 84,64\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan adalah sebesar 84,64% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

#### D. Jaminan (Assurance)

Atribut yang termasuk kedalam indikator jaminan adalah sebagai berikut :

##### 1. Penjaga lapangan bersikap jujur

Tabel 56. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Penjaga lapangan bersikap jujur

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	30	4	120
Baik	48	3	144
Tidak Baik	20	2	40
Sangat Tidak Baik	2	1	2
Jumlah	100		306

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 57. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Penjaga lapangan bersikap jujur

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	39	4	156
Baik	58	3	174
Tidak Baik	2	2	4
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		335

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{306}{335} \times 100\% = 91,35\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Penjaga lapangan bersikap jujur adalah sebesar 91,35% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Penjaga lapangan bersikap jujur.

## 2. Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan

Tabel 58. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	40	4	160
Baik	35	3	105
Tidak Baik	22	2	44
Sangat Tidak Baik	3	1	3
Jumlah	100		312

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 59. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	57	4	228
Baik	40	3	120
Tidak Baik	3	2	6
Sangat Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		354

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{312}{354} \times 100\% = 88,14\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan adalah sebesar 88,14% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan.

### 3. Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan

Tabel 60. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	37	4	148
Baik	36	3	108
Tidak Baik	24	2	48
Sangat Tidak Baik	3	1	3
Jumlah	100		307

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 61. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	61	4	244
Baik	37	3	111
Tidak Baik	2	2	4
Sangat Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		359

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{307}{359} \times 100\% = 85,51\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan adalah sebesar 85,51% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan.

#### E. Empati (Emphaty)

Atribut yang termasuk kedalam indikator jaminan adalah sebagai berikut :

##### 1. Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam

Tabel 62. Tingkat Kinerja Pada Indikator Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	40	4	160
Baik	44	3	132
Tidak Baik	15	2	30
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		323

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 63. Tingkat Harapan Pada Indikator Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	55	4	220
Baik	41	3	123
Tidak Baik	3	2	6
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		350

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{323}{350} \times 100\% = 92,29\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam adalah sebesar 92,29% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam.

## 2. Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan

Tabel 64. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	43	4	172
Baik	36	3	108
Tidak Baik	16	2	32
Sangat Tidak Baik	5	1	5
Jumlah	100		317

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 65. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	21	4	84
Baik	73	3	219
Tidak Baik	5	2	10
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		314

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{317}{314} \times 100\% = 100,96\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan adalah sebesar 100,96% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan.

## 3. Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan

Tabel 66. Tingkat Kinerja Pada Indikator  
Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	31	4	124
Baik	37	3	111
Tidak Baik	23	2	46
Sangat Tidak Baik	9	1	9
Jumlah	100		290

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

Tabel 67. Tingkat Harapan Pada Indikator  
Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	60	4	240
Baik	37	3	111
Tidak Baik	2	2	4
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Jumlah	100		356

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2019

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{290}{356} \times 100\% = 81,46\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan adalah sebesar 81,46% artinya pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar merasa tidak puas akan kinerja pada atribut Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan.

Kepuasan didapat bila nilai kinerja lebih besar dar nilai harapan sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

$Tki < 100\%$	Tidak Memuaskan
$Tki > 100\%$	Memuaskan

Sumber : Primer, (Supranto 2011)

Penilaian terhadap nilai tingkat kinerja dan tingkat harapan akan kinerja Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 68. Tingkat kesesuaian atribut pelayanan  
Lapangan Futsal Cimahpar Bogor

No	Indikator	Atribut	Bobot tingkat kinerja	Bobot tingkat harapan	Tingkat kesesuaian (Tki) %	Tingkat kepuasan
1.	Tangibles	1. Tempat parkir yang luas dan memadai.	310	303	102,31	Puas
		2. Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan	273	353	77,34	Tidak Puas
		3. Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik	310	332	93,37	Tidak Puas
2.	Reliability	1. Pelayanan dalam booking lapangan cepat	332	331	100,30	Puas
		2. Prooesdur penyewaan	327	322	101,55	Puas

No	Indikator	Atribut	Bobot tingkat kinerja	Bobot tingkat harapan	Tingkat kesesuaian (Tki) %	Tingkat kepuasan
		lapangan jelas dan mudah				
		3. Kemudahan ketika memesan(booking) lapangan	330	317	104,10	Puas
3.	Responsiveness	1. Penjaga lapangan cepat dalam melayani konsumen	302	353	85,55	Tidak Puas
		2. Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan	285	345	82,61	Tidak Puas
		3. Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan	292	345	84,64	Tidak Puas
4.	Assurance	1. Penjaga lapangan bersikap jujur	306	335	91,34	Tidak Puas
		2. Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan	312	354	88,14	Tidak Puas
		3. Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan	307	359	85,52	Tidak Puas
5.	Emphaty	1. Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam	323	350	92,29	Tidak Puas
		2. Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan	317	314	100,96	Puas
		3. Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan	290	356	81,46	Tidak Puas
Rata-Rata Keseluruhan			308	338	91,13	Tidak puas

Sumber : Data Kuisisioner Diolah (2019)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa ada 5 atribut dinyatakan puas yaitu pada atribut Tanggibel nomor 1 (Tempat parkir yang luas dan memadai), atribut Reliability nomor 4 (Pelayanan dalam booking lapangan cepat), 5 (Prosedur penyewaan lapangan jelas dan mudah) dan 6 (Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan). dan atribut Emphaty nomor 14 (Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan). Dan diketahui juga ada 10 atribut yang dinyatakan tidak puas yaitu atribut Tanggibel nomor 2 (Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan) dan 3 (Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik), lalu atribut Responsiveness nomor 7 (Penjaga lapangan cepat dalam melayani pelanggan), 8 (Penjaga lapangan bersedia

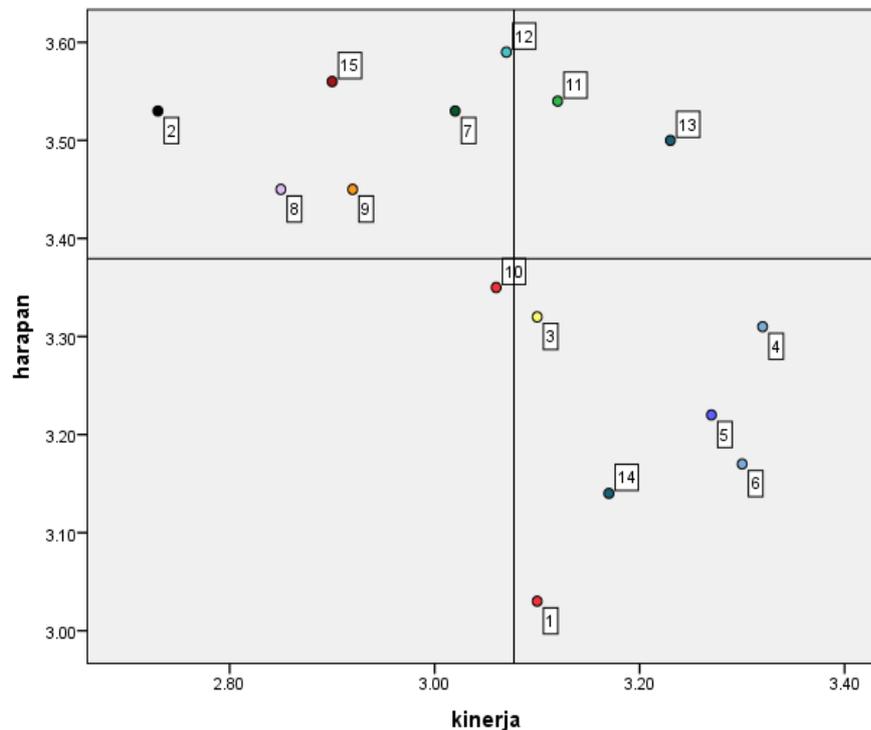
membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan), dan 9 (Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan), lalu atribut Assurance nomor 10 (Penjaga lapangan bersikap jujur), 11 (Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan), dan 12 (Jaminan rasnyaman atas jasa penyewaan lapangan) dan atribut Emphaty nomor 13 (Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam) dan 15 (Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan). Nilai terhadap tingkat kinerja dan tingkat harapan dilakukan perhitungan terhadap tingkat kesesuaian rata-rata yang bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara nilai kinerja dan nilai harapan secara keseluruhan.

$$TKi = \frac{308}{338} \times 100\% = 91,13\%$$

Hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian diatas secara keseluruhan mencapai nilai sebesar 91,13% yang artinya dari keseluruhan atribut bahwa adanya ketidakpuasan terhadap Lapangan Futsal Cimahpar Bogor, tetapi jika di lihat dalam segi per atribut terdapat 5 dari 15 atribut merasa puas terhadap Lapangan Futsal Cimahpar Bogor.

#### 4.2.3 Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui posisi setiap atribut dilakukan pemetaan dari hasil tingkat kinerja dan tingkat harapan pada sebuah matriks yang masing-masing kuadrannya dapat menggambarkan keadaan setiap atribut seperti dibawah ini:



Gambar 10. Analisis Diagram Kartesius Lapangan Futsal Cimahpar Bogor

Dalam gambar 10 dari diagram kartesius ini terlihat, bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi pelanggan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor terbagi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini masih rendah dan belum maksimal.

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan (2), artinya bahwa pelanggan menganggap kebersihan dan kenyamanan itu penting tetapi pihak perusahaan belum maksimal dalam hal itu.
- Penjaga lapangan cepat dalam melayani pelanggan (7), artinya bahwa pelanggan menginginkan penjaga cepat dalam melayani keinginan an pelanggan.
- Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan (8), artinya bahwa pelanggan menginginkan penjaga untuk membantu setiap kesulitan yang dialami pelanggan pada Lapangan Futsal Cimahpar.
- Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (9), artinya bahwa pelanggan menginginkan penjaga paham atas keinginan pelanggan tetapi dalam hal ini penjaga kurang maksimal.
- Jaminan rasanyaman atas jasa penyewaan lapangan (12), artinya bahwa pelanggan menginginkan jaminan rasa nyaman dalam penyewaan lapangan tetapi masih kurang maksimal kinerja yang diberikan.
- Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan (15), artinya bahwa pelanggan ingin penjaga merespon keluhan dan saran atas apa yang menyangkut dengan Lapangan Futsal Cimahpar.

#### 2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang dianggap penting oleh konsumen dan tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini sesuai apa yang di harapkan konsumen.

Indikator yang termasuk dalam kuadran B ini adalah :

- Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan (11), artinya bahwa pelanggan merasa harapan pada penjaga yang bersikap ramah dan sopan sudah terpenuhi pada Lapangan Futsal Cimahar.
- Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam (13), artinya bahwa pelanggan merasa puas atas pelayanan booking yang tersedia 24 jam.

#### 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang kurang penting oleh konsumen dan tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini kurang terlalu baik.

Adapun indikator yang termasuk di dalam kuadran C adalah :

- Penjaga lapangan bersikap jujur (10), artinya bahwa pelanggan merasa penjaga lapangan tidak terlalu berlebihan dalam bersikap jujur yang terpenting adalah pelanggan merasa puas atas jasa pelayanan yang diberikan.

#### 4. Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menunjukkan tingkat kepentingan yang dianggap kurang penting oleh konsumen, tetapi tingkat kinerjanya dirasakan terlalu berlebihan.

Adapun indikator yang termasuk di dalam kuadran D adalah :

- Tempat parkir yang luas dan memadai (1), artinya bahwa tidak terlalu penting tempat parkir yang luas dan pada kenyataannya pihak perusahaan terlalu berlebihan dalam hal ini.
- Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik (3), artinya bahwa tidak terlalu penting dengan kondisi dan fasilitas yang baik tetapi pihak perusahaan terlalu berlebihan dalam hal tersebut.
- Pelayanan dalam booking lapangan cepat (4), artinya bahwa kinerja dalam pelayanan booking lapangan yang cepat terlalu berlebihan dan tidak begitu penting.
- Prosedur penyewaan lapangan jelas dan mudah (5), artinya bahwa kinerja dalam prosedur penyewaan lapangan terkesan berlebihan dan tidak begitu penting.
- Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan (6), artinya bahwa kinerja kemudahan ketika memesan lapangan terlalu berlebihan dan tidak begitu penting.
- Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan (14), artinya bahwa kinerja penjaga memerhatikan kepada pelanggan terlalu berlebihan dan tidak begitu penting.

Berdasarkan pemetaan menggunakan diagram kartesius diatas bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat rekomendasi bagi pihak Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dengan memperhatikan pelayanan yang kurang cekatan dalam melayani para pelanggan, dan adapun hal hal mendasar yang harus di perbaiki oleh pihak lapangan futsal sebagai berikut:

1. Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan
2. Penjaga lapangan dalam melayani pelanggan
3. Penjaga lapangan harus siap membantu pelanggan yang kesulitan
4. Penjaga lapangan memahami apa keinginan dan kebutuhan pelanggan
5. Pelanggan menginginkan jaminan rasa nyaman dalam menyewa lapangan

Dan adapun hal-hal yang berlebihan seharusnya harus di sinkronkan atau disamakan dengan keinginan pelanggan karena jika berlebihan membuat para pelanggan merasa tidak nyaman.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Lapangan Futsal Cimahpar Bogor, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kualitas pelayanan pada Lapangan Futsal Cimahpar Bogor yang diukur melalui 5 (Lima) indikator kualitas pelayanan yang meliputi Produk Fisik (Tangible) nilai rata-ratanya sebesar 74,5%, Keandalan (Reliability) nilai rata-ratanya sebesar 82,5%, Daya Tanggap (Responsiveness) dengan nilai rata-ratanya sebesar 73,3%, Jaminan (Assurance) dengan nilai rata-ratanya sebesar 77,1% dan Empati (Emphaty) dengan nilai rata-rata sebesar 77,6%. Memiliki penilaian yang sangat baik dengan nilai total tanggapan responden pada setiap atribut berkisar 60% sampai dengan 80% yang berada pada rentang Baik dan Sangat Baik.
2. Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat harapan diperoleh nilai kesesuaian sebesar 91,13% dari tingkat kesesuaian < 100% artinya harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan masih adanya ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor tetapi jika diukur per atribut terdapat 5 dari 15 atribut yang sudah sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan.
3. Berdasarkan hasil pemetaan pada diagram kartesius terhadap indikator kualitas pelayanan Lapangan Futsal Cimahpar Bogor didapatkan hasil sebagai berikut : Pada kuadran A (Prioritas Utama) terdiri dari atribut Kebersihan dan kenyamanan sekitar lapangan, Penjaga lapangan cepat dalam melayani pelanggan, Penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan, Penjaga lapangan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan, Jaminan rasnyaman atas jasa penyewaan lapangan, dan Penjaga lapangan sanggup merespon keluhan dan saran dari pelanggan. Pada kuadran B (Pertahankan Prestasi) terdiri dari atribut. Penjaga lapangan bersikap ramah dan sopan, dan Pelayanan booking lapangan tersedia 24 jam Pada kuadran C (Prioritas Rendah) terdiri dari atribut penjaga lapangan bersikap Jujur. Pada kuadran D (Berlebihan) terdiri dari atribut Tempat parkir yang luas dan memadai, Kondisi lapangan dan fasilitas yang baik, Pelayanan dalam booking lapangan cepat, Prosedur penyewaan lapangan jelas dan mudah, Kemudahan ketika memesan (booking) lapangan, dan Penjaga lapangan memberikan perhatian kepada pelanggan. Berdasarkan pemetaan menggunakan diagram kartesius diatas bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat rekomendasi bagi pihak Lapangan Futsal Cimahpar Bogor dengan memperhatikan pelayanan yang kurang cekatan dalam melayani para pelanggan, dan adapun hal hal mendasar yang harus di perbaiki oleh pihak lapangan futsal adalah 1 (Kebersihan dan

kenyamanan sekitar lapangan) 2 (penjaga lapangan dalam melayani pelanggan) 3 (penjaga lapangan harus siap membantu pelanggan yang kesulitan) 4 (penjaga lapangan memahami apa keinginan dan kebutuhan pelanggan) 5 (pelanggan menginginkan jaminan rasa nyaman atas penyewaan lapangan).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi Lapangan Futsal Cimahpar Bogor yaitu sebagai berikut :

1. Pihak Lapangan Futsal Cimahpar hendaknya memberi pengarahan terhadap pegawai atau membuat SOP (standar operasional Pegawai) agar para pegawai memiliki standar dalam bekerja dan adapun yang harus diperhatikan yaitu tentang kebersihan sekitar lapangan, penjaga lapangan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan, merespon keluhan dan saran yang disampaikan oleh pelanggan agar pelanggan merasa puas atas jasa yang diberikan oleh pihak lapangan.
2. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelayanan hendaknya manajemen dapat memperbaiki kinerja pegawai dengan cara memberikan pengarahan yang tepat yang berhubungan dengan bagaimana cara membuat pelanggan merasa puas atas jasa yang diberikan dan memfokuskan pada hal-hal yang pelanggan merasa belum puas diantaranya tentang kebersihan, fasilitas, dan yang berkaitan dengan pegawai Lapangan Futsal Cimahpar dalam melayani para pelanggannya agar sebaiknya di berikan training dalam melayani pelanggan.
3. Lapangan Futsal Cimahpar Bogor perlu memperhatikan pelayanan terhadap pelanggan dan memperhatikan pegawai yang kurang cekatan dalam melayani pelanggan dan juga masalah kebersihan dan kenyamanan disekitar lapangan, dan adapun hal-hal yang berlebihan seharusnya harus di sinkronkan atau disamakan dengan keinginan pelanggan karena jika berlebihan membuat para pelanggan merasa tidak nyaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabet.
- \_\_\_\_\_,Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Assauri, Sofian. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Daryanto Dan Ismanto Setyabudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Fahmi, Irham. (2013). *Manajemen Kinerja, Teori dan Aplikasinya*. Bandung: Alfabeta.
- Hasan, Ali. (2018). *Marketing*. Jakarta: Penerbit Medpress Anggota IKAPI).
- Jasfar, Farida. (2009). *Manajemen Jasa. Pendekatan Terpadu*, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- \_\_\_\_\_.dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta:Erlangga.
- Lovelock, Christopher. Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. (2013). *Pemasaran jasa. Manusia, Teknologi, Strategi. Edisi 7* Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Penerbit Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementsai*. Yogyakarta: Penerbit C.V ANDI OFFSET ) Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan Kedua, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Kedua puluh Delapan, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Riset Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: diterbitkan oleh CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. (2017). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Penerbit C.V ANDI OFFSET

\_\_\_\_\_, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit Bayu Media.

Widodo, Suparno Eko. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit PUSTAKA PELAJAR Celeban Timur UH III/548 Yogyakarta 55167.

#### Jurnal Online :

Aris, Pasigai Moh, (2017) *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Pada Kantor samsat Kabupaten Luwu Utara*. (FEBIS UNISMUH Makassar) Blance : Jurnal Ekonomi Studi. ISSN :1858-2192. - Volume 1 No. 2 Juli – Oktober 2017

e-mail:mohammadarispsigai.man@gmail.com

<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/balance/article/viewFile/612/pdf>

Eni, nur khayatun, B ., et al. (2017). *Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Rawat Jalan Di Puskesmas Duren Dan Puskesmas Bergas Kabupaten Semarang Tahun 2017*. [online] Volume 5(4), p. 42. Tersedia di:

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jkm/article/download/18314/17390>

[Diakses pada 31 Januari 2019].

Khoirurrohman, Mohammad Fuaduzzaki, Budi Hartono dan Hari Dwi Utami. (2014). *Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian ayam goreng di “Ayam Goreng Roker” di Malang*. Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan 25 (2): 80 - 88 ISSN: 0852-3581 E-ISSN: 9772443D76DD3 ©Fakultas Peternakan UB,

<https://jiip.ub.ac.id/index.php/jiip/article/view/213>

Pratiwi, A.A.Sagung Pipit Ingka. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Metro Futsal Renon Denpasar*. Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN 1309-8047 Volume 17, [Pipit.ingka@yahoo.com](mailto:Pipit.ingka@yahoo.com)  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/7801/6776>

Yansah, Afri. Riyan, Budi Hartono dan MB. Hariyono. (2013). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan sop ayam Pak Min Klaten di Malang*. Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan 23 (1): 2013, 30 - 34 ISSN: 0852-3581 ©Fakultas Peternakan UB, <http://jiip.ub.ac.id/>.

#### Makalah Skripsi :

Siti Aisah, Wulan. (2017). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor*. Skripsi. Universitas Pakuan.

# LAMPIRAN

NO :

**KUISIONER PENELITIAN ANALISIS KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAPANGAN FUTSAL  
CIMAHPAR BOGOR**

Dengan Hormat

Bersama ini saya M Saepul Alam (021115065) mahasiswa semester akhir pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

**A. Data Responden**

Berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan dibawah ini:

Nama Responden : .....

Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita

Usia : a.  $\leq$  19 Tahun d. 40-49 Tahun  
: b. 20-29 Tahun e. > 50 Tahun  
: c. 30-39 Tahun

Pendidikan Terakhir : a. SMP c. S1  
: b. SMA/SMK d. Lainnya (.....)

Pekerjaan : Kunjungan pengunjung perminggu:  
a. Pelajar/Mahasiswa a. < 2  
b. Pegawai Negri (ASN) b. 2-5  
c. Pegawai Swasta c. > 5  
d. Wiraswasta d. Lainnya  
(.....)  
e. Lainnya (.....)

Karakteristik Kunjungan :

- a. Member
- b. Non Member

**Petunjuk Pengisian**

Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda dari pernyataan dibawah ini. Mohon untuk memberikan tanda contreng ( $\surd$ ) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai.



Coding tingkat kinerja kualitas pelayanan

2	3	1	2	2	3	2	1	4	4	2	2	3	2	3
3	1	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	2	3
2	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3
3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	2
4	3	4	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4	4	3
2	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3
2	3	3	3	3	4	3	4	2	4	2	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
2	3	3	3	2	1	2	3	4	2	2	1	2	3	2
2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3
3	4	2	2	1	2	1	3	2	3	4	2	3	2	2
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
2	2	4	3	2	2	3	1	1	3	2	3	3	2	3
2	2	3	2	2	2	1	1	3	2	2	2	1	3	3
2	3	3	3	2	2	2	1	1	4	3	3	3	1	1
4	3	4	4	2	3	2	3	4	2	4	4	3	3	4
2	1	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	2	1	4
4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1
2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
2	3	1	4	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
2	2	2	2	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2
1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
2	1	3	4	2	3	2	2	1	3	4	3	4	3	1

3	1	2	3	3	3	4	2	2	3	3	1	4	1	1
3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4
3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	4
2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	2	3	1	2	2	2	4	3	3	2	2	3	2
2	1	2	1	2	2	2	2	1	3	1	1	3	2	2
3	2	3	2	4	4	4	2	2	3	3	4	2	4	1
4	1	2	4	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	1
3	1	2	4	4	4	2	2	3	1	2	4	3	1	2
4	1	4	2	4	3	3	4	2	3	4	2	3	4	3
4	1	3	2	3	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3
4	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3
3	2	2	4	4	4	2	2	2	3	2	4	4	3	1
4	4	4	2	3	4	2	3	2	3	4	4	3	3	4
3	3	3	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1
2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	2
3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	4	3	4	2	4	3	2	2	3	2	3	4	4	1
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	1	2	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2
4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	4
3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4
2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2
4	2	2	3	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3
3	2	1	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3
2	2	2	4	1	4	3	2	3	3	2	2	2	4	2

2	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	2
3	4	4	4	4	2	2	3	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	4	3
4	3	3	3	4	2	2	4	2	3	2	4	4	2	4
3	2	3	4	2	4	4	2	4	4	1	2	4	2	2
3	1	2	3	4	3	3	4	4	1	3	3	2	3	3
3	2	3	3	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	3
3	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	4	2	2	4
3	3	2	3	2	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4
3	2	4	4	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4
4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2
3	2	4	4	4	2	2	3	4	3	2	4	3	2	4
4	3	2	3	4	4	4	3	2	2	1	4	2	4	2
4	3	2	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2
3	1	2	4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	4	2
3	3	2	4	4	3	4	4	3	2	4	2	4	2	4
4	3	2	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4
3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	2
4	3	4	4	4	3	4	2	2	3	4	3	3	4	2
4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3
4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4
3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4
4	2	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	2
3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3
4	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	3	3

3	2	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
4	2	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2
4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3
3	2	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3
3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4
3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3
4	3	4	3	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4
4	3	4	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3
4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4
3	4	2	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3
3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3

Coding Tingkat harapan kualitas pelayanan

3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3
3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	4	3	2	2	2	1	1	3	1	3	3	2	2	3
2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	3	1	1	1
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2
2	1	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4



3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4
3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4
3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4
4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4



Kualitas Pelayanan  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	40.57	50.116	.336	.851
Item2	40.33	47.402	.418	.848
Item3	40.07	48.340	.467	.844
Item4	40.00	49.931	.458	.845
Item5	40.30	46.631	.660	.834
Item6	40.03	48.171	.501	.843
Item7	40.30	45.666	.640	.834
Item8	40.50	46.052	.566	.838
Item9	40.37	47.551	.420	.848
Item10	40.13	50.809	.228	.851
Item11	40.00	47.448	.556	.840
Item12	40.30	45.941	.586	.837
Item13	40.13	50.602	.369	.849
Item14	40.43	46.599	.587	.838
Item15	40.40	47.007	.528	.841

Kepuasan pelanggan  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	42.30	36.355	.533	.910
Item2	41.93	34.754	.500	.912
Item3	41.97	34.585	.532	.912
Item4	42.07	34.961	.787	.902
Item5	42.17	37.937	.561	.911
Item6	42.17	37.523	.662	.909
Item7	42.10	34.507	.672	.905
Item8	42.10	34.438	.629	.907
Item9	42.27	36.892	.416	.912
Item10	41.97	35.482	.598	.908
Item11	41.90	36.231	.648	.907
Item12	41.87	36.602	.651	.907
Item13	42.00	34.138	.750	.902
Item14	41.87	33.706	.770	.901
Item15	41.80	33.683	.800	.900