

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Premier Futsal Kediri

Meswanto¹, Djunaidi², Angga Rizka³
^{1,2,3}Universitas Kediri¹meswanto23@gmail.com
²djunaidi@unik-kediri.ac.id
³anggarizka@unik-kediri.ac.id

Abstract-This study aims to determine the effect of service quality, facilities, price, and location on customer satisfaction at Premier Futsal Kediri. This type of research uses a quantitative method, namely a method that describes in detail about something that is the object of research. The population in this study was the number of visitors to Premier Futsal Kediri in June 2022, which amounted to 960 people and a sample of 100 respondents. The sampling technique was convenience/accidental sampling. The data collection method used a questionnaire, observation, documentation, and literature study. The data analysis method used validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, partial significance tests (t-statistic tests), simultaneous significance tests (f-statistic tests), and coefficients of determination. From the results of this study, it can be concluded that: (1) Service quality (X1), facilities (X2), price (X3), and location (X4) together (simultaneously) have a relationship with the dependent variable, namely customer satisfaction (Y). (2) Partial service quality does not have a significant relationship with the customer satisfaction variable. This can be proven by the results of the t count of -0.552 smaller than the t table of 0.677 with a significance level of 0.582 greater than 0.050.

Keywords: Service Quality, Facilities, Price, Location, Consumer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Saat ini, olahraga telah menjadi bagian dari gaya hidup yang semakin digemari masyarakat. Tren pola hidup sehat yang berkembang luas membuat banyak orang mulai menyadari pentingnya aktivitas fisik dalam keseharian mereka. Salah satu jenis olahraga yang cukup populer, terutama di wilayah Kediri, adalah futsal. Futsal menjadi pilihan karena dapat dimainkan di dalam ruangan, sehingga tidak terpengaruh oleh kondisi cuaca. Selain sebagai bentuk olahraga, futsal juga menjadi wadah bagi para penggemarnya untuk menyalurkan hobi dan bakat. Dengan ukuran lapangan yang lebih kecil dibandingkan sepak bola serta jumlah pemain yang lebih sedikit, futsal menawarkan pengalaman bermain yang lebih dinamis.

Futsal sendiri memiliki standar lapangan dan jumlah pemain yang telah ditetapkan secara resmi oleh FIFA. Ukuran lapangan futsal berkisar antara 15–25 meter x 25–43 meter, dengan jumlah pemain lima orang dalam setiap tim. Sebagai perbandingan, lapangan sepak bola memiliki ukuran 64–75 meter x 100–110 meter, dengan jumlah pemain sebelas orang per tim (Bolalob, 2020). Melihat semakin tingginya minat masyarakat terhadap olahraga ini, banyak pelaku usaha mulai melirik bisnis penyewaan lapangan futsal sebagai peluang yang menjanjikan. Di Kediri, bisnis penyewaan lapangan futsal berkembang pesat, mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing mereka di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Dalam menghadapi persaingan yang tinggi, setiap pemilik usaha di bidang penyewaan lapangan futsal harus mampu memberikan layanan terbaik bagi

konsumennya. Harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, fasilitas yang memadai, serta kualitas layanan yang unggul menjadi faktor utama yang dapat menarik minat pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, kemungkinan mereka untuk kembali menggunakan fasilitas tersebut menjadi lebih besar. Hal ini membuat para pelaku usaha harus terus berinovasi agar tetap bertahan di industri yang kompetitif ini.

Di Indonesia, futsal mulai dikenal pada akhir 1990-an dan semakin populer sejak awal 2000-an. Perkembangannya yang pesat telah melahirkan organisasi resmi bernama Federasi Futsal Indonesia (FFI), yang bertugas mengelola dan mengawasi kegiatan futsal secara nasional. Seiring meningkatnya minat masyarakat, berbagai arena futsal mulai bermunculan, tidak hanya di kota-kota besar tetapi juga di daerah seperti Kediri. Salah satu tempat yang cukup dikenal adalah Premier Futsal Kediri, yang beroperasi dari pukul 08.00 hingga 24.00 WIB. Meningkatnya jumlah lapangan futsal di berbagai wilayah menjadi indikasi berkembangnya bisnis ini di Indonesia.

Di Kediri, penyedia jasa lapangan futsal tidak hanya berfokus pada penyediaan lapangan sebagai tempat bermain, tetapi juga mulai mengembangkan fasilitas tambahan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Beberapa fasilitas yang kini menjadi standar di berbagai arena futsal antara lain food court, akses Wi-Fi, dan ruang ganti. Bahkan, beberapa tempat menawarkan layanan tambahan seperti refleksi, biliard, kafe, money changer, ruang karaoke privat, serta area nonton bareng yang mampu menampung 15–20 orang.

Persaingan dalam industri ini juga terlihat dari variasi harga yang ditawarkan oleh setiap penyedia jasa. Setiap tempat penyewaan lapangan futsal di Kediri memiliki keunggulan tersendiri untuk menarik pelanggan, seperti fasilitas tambahan yang berbeda dari pesaing. Premier Futsal Kediri, misalnya, menawarkan kelebihan berupa kantin dan ruang ganti yang nyaman, menjadikannya lebih unggul dibandingkan tempat penyewaan lain.

Strategi harga menjadi salah satu aspek penting dalam bisnis penyewaan lapangan futsal. Pengelola harus menetapkan tarif yang sesuai agar dapat menarik pelanggan tanpa mengorbankan keuntungan perusahaan. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat pelanggan, sementara harga yang terlalu rendah dapat berdampak pada keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, strategi penentuan harga harus mempertimbangkan daya beli pelanggan sekaligus mempertahankan kualitas layanan yang diberikan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Md. Moshir dkk (2020) dalam studinya yang berjudul *The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division* menemukan bahwa faktor harga dan kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada industri restoran, berbeda dengan penelitian ini yang lebih menyoroti bisnis penyewaan lapangan futsal.

Penelitian serupa dilakukan oleh Sarini Kodu (2023) dalam studinya *Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Hasilnya menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas layanan secara bersama-sama maupun individual mempengaruhi keputusan pembelian. Namun, penelitian tersebut tidak meneliti variabel lokasi dan fasilitas seperti yang dikaji dalam penelitian ini.

Selain harga, faktor lokasi juga menjadi penentu kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis akan memberikan keuntungan lebih karena memudahkan pelanggan dalam mengakses tempat penyewaan. Jika lokasi mudah ditemukan dan berada di area yang sering dilalui orang, maka tingkat okupansi lapangan futsal akan meningkat.

Konsumen cenderung memilih tempat yang dapat diakses dengan mudah dibandingkan tempat yang jauh atau sulit dijangkau.

Selain lokasi, fasilitas juga memainkan peran penting dalam menarik pelanggan. Fasilitas yang memadai akan meningkatkan kenyamanan pelanggan, sehingga mereka lebih memilih untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Karena layanan dalam bisnis penyewaan lapangan futsal bersifat intangible, fasilitas fisik menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kualitas layanan. Jika fasilitas yang disediakan kurang memadai, pelanggan cenderung merasa kurang puas.

Penelitian oleh Ratria P. Budiendra dan Harimukti Wandebori (2020) berjudul *Influence of Facility and Service Quality on Faculty of Pharmacy Student Satisfaction* menunjukkan bahwa kualitas fasilitas dan layanan secara simultan memiliki pengaruh sebesar 45,9% terhadap kepuasan pelanggan. Studi lain oleh Satrika Moha dan Sjendry Loindong (2021) dengan judul *Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado* juga menemukan bahwa kedua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Selain fasilitas, aspek layanan juga menjadi faktor utama dalam kepuasan pelanggan. Kualitas layanan tidak hanya berfokus pada penyediaan fasilitas, tetapi juga mencakup bagaimana kebutuhan pelanggan dipenuhi dengan baik. Premier Futsal Kediri misalnya, terus berupaya meningkatkan layanan dengan menyediakan berbagai fasilitas unggulan seperti lahan parkir luas, kantin, toilet bersih, serta mushola. Beberapa tempat bahkan menambahkan fasilitas tambahan seperti studio musik, kolam renang, dan tempat rekreasi, yang membedakan mereka dari pesaing lainnya.

Pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberlangsungan bisnis dalam industri jasa. Oleh karena itu, penyedia jasa penyewaan lapangan futsal harus terus meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan tetap setia menggunakan fasilitas yang disediakan. Kepuasan pelanggan terbentuk dari pengalaman mereka terhadap layanan yang diberikan, serta ekspektasi yang dipenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Jika kualitas layanan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka loyalitas mereka terhadap perusahaan dapat berkurang.

Penelitian oleh Nguyen Hue Minh dkk (2020) dalam studinya *Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam* menemukan bahwa faktor *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. METODE

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu metode yang menguraikan secara mendetail tentang suatu yang menjadi obyek penelitian. Menurut Sugiyono (2020), metode kuantitatif adalah semua data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Perhitungan dari metode kuantitatif ini yaitu berdasarkan dari kuisioner yang diberikan kepada responden. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu di mana penelitian mengambil sampel dari suatu populasi. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah atau bukan buatan. Peneliti melakukan pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan lain sebagainya (Sugiyono, 2020). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Laely & Lidiawan, 2022). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang

diteliti itu (Sugiyono, 2020). Dengan estimasi rata-rata pengguna lapangan sejumlah 15 orang persatu kali permainan, maka dari jadwal yang didapatkan oleh peneliti dari Premier Futsal Kediri, jumlah pengunjung di bulan Juni sebanyak 960 orang. Untuk memudahkan penelitian jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden dengan kriteria bahwa responden pernah menggunakan atau memakai jasa penyewaan lapangan Premier Futsal Kediri. Pada jumlah tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel yang ditentukan. Berdasarkan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin. Jadi dari hasil perhitungan, sampel yang didapat yaitu sebesar 90,56 untuk lebih memudahkan maka dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi penelitian ini menggunakan 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian. Sampel pada penelitian ini mengambil konsumen Premier Futsal Kediri daerah Kediri yang berjumlah 100 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Convenience/Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data yang dipakai penulis dalam penelitian ini yakni angket atau kuisioner. Penelitian ini dibuat oleh penulis menggunakan tipe pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan terbuka bertujuan untuk memberi kebebasan kepada responden untuk menjawab. Sedangkan untuk pertanyaan tertutup bertujuan untuk membantu responden untuk menjawab pertanyaan dengan cepat dikarenakan jawabannya sudah terdapat dalam kuisioner, sehingga responden dapat langsung memilih jawaban yang diinginkan. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung tertutup yang berbentuk skala peringkat. Di mana responden hanya memilih pada kolom jawaban yang sesuai dan yang telah disediakan. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan ke pengguna lapangan Premier Futsal Kediri. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner pilihan yang di mana setiap item soal di sediakan 5 (lima) pilihan jawaban. Dalam penelitian ini jawaban yang di berikan oleh responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala Likert dalam bentuk checklist. Analisis data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah menganalisa pengaruh kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Data yang didapat dari hasil penelitian akan dibandingkan dengan data yang ada di lapangan dengan data kepustakaan, yang kemudian dilakukan analisa untuk menarik hasil kesimpulan. Analisis data merupakan penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk di interpretasikan. Metode analisis data yang digunakan Adalah Regresidilengkapi dengan uji Hipotesis yaitu Uji t, Uji F dan Uji R².

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	8,152	3,037		2,684	,009
Kualitas layanan	-,047	,085	-,054	-,552	,582
Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000
Harga	,050	,076	,065	,663	,509
Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 8,152 - 0,047 X_1 + 0,293 X_2 + 0,050 X_3 + 0,135 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi kualitas layanan

β_2 = Koefisien regresi fasilitas

β_3 = Koefisien regresi harga

β_4 = Koefisien regresi lokasi

X_1 = kualitas layanan

X_2 = fasilitas

X_3 = harga

X_4 = lokasi

e = Estimasi *error*

Dari hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari kedua variabel bebas ($\beta_2, \beta_3, \beta_4$) bertanda positif (+) hal ini berarti bahwa bila variabel fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) terpenuhi mengakibatkan kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sebaliknya koefisien regresi variabel kualitas layanan (β_1) bertanda negatif (-) hal ini berarti bahwa bila variabel kualitas layanan (X_1) terpenuhi akan mengakibatkan kepuasan konsumen akan menurun. Nilai α sebesar 8,152 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan karyawan belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4). Jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Apabila nilai variabel yang terdiri dari kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) mempunyai nilai nol, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan tetap sebesar 8,152 karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 8,152.
- Nilai koefisien kualitas layanan (X_1) sebesar -0,047 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) tidak memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel kualitas layanan, maka akan terjadi penurunan sebesar 0,047 pada variabel kepuasan konsumen.
- Nilai koefisien fasilitas (X_2) sebesar 0,293 menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X_2) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel fasilitas, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,293 pada variabel kepuasan konsumen.
- Nilai koefisien harga (X_3) sebesar 0,050 menunjukkan bahwa variabel harga (X_3) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel harga, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,050 pada variabel kepuasan konsumen.
- Nilai koefisien lokasi (X_4) sebesar 0,135 menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_4) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya setiap ada kenaikan 1% pada variabel lokasi, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,135 pada variabel kepuasan konsumen.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen, adapun Hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Uji t_{test} (Uji Parsial)

Uji statistik dengan nilai t yang digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021). Pada penelitian, maka dilakukan pengujian dengan hubungan variabel independen yakni, variabel kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), pengembangan karir (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap variabel dependen yakni kepuasan konsumen (Y).

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam pengambilan keputusan uji t menggunakan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel, yaitu jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka hipotesis ditolak. Dalam penentuan t tabel menggunakan rumus:

$$t \text{ tabel} = (0,025 ; n-k-1 \text{ atau } df \text{ residual})$$

$$t \text{ tabel} = (0,025; 100-4-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,025; 95)$$

$$t \text{ tabel} = 0,677$$

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,152	3,037		2,684	,009
Kualitas layanan	-,047	,085	-,054	-,552	,582
Fasilitas	,293	,070	,416	4,214	,000
Harga	,050	,076	,065	,663	,509
Lokasi	,135	,046	,255	1,759	,020

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji t dengan SPSS yang disajikan pada tabel 4.18 di atas, maka diketahui bahwa kualitas layanan (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar 0,552 lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,582 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai t hitung untuk variabel fasilitas (X_2) sebesar 4,214 lebih besar dari t hitung sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai t hitung untuk variabel harga (X_3) sebesar 0,663 lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,509 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Nilai t hitung untuk variabel lokasi (X_4) sebesar 1,759 lebih besar dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,020 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji F_{test} (Uji Silmultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependent yaitu kepuasan konsumen (Y). Dalam pengambilan keputusan uji F menggunakan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel, yaitu jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka hipotesis ditolak. Dalam penentuan F tabel menggunakan rumus: $F \text{ tabel} = (k ; n-k)$, di mana “ k ” adalah jumlah variabel independen (variabel bebas atau X), sementara “ n ” adalah jumlah responden atau sampel penelitian. Berikut hasil uji F (simultan).

$$\begin{aligned} F \text{ tabel} &= (k ; n-k) \\ F \text{ tabel} &= (4 ; 100-4) \\ F \text{ tabel} &= (4 ; 96) \\ F \text{ tabel} &= 2,466 \end{aligned}$$

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43,135	4	10,784	4,504	,002 ^b
	Residual	227,455	95	2,394		
	Total	270,590	99			

99

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas layanan, Harga, Fasilitas

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 4,504 lebih besar dari F table 2,466 dan tingkat signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengukuran koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya korelasi dan hubungan variabel dari model regresi pada penelitian ini serta mengukur seberapa dekat garis regresi yang diestimasi terhadap data yang sebenarnya. Hal ini dapat dilihat melalui koefisien R^2 . Hasil pengukuran koefisien determinasi penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,399 ^a	,159	,124	1,54734

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas layanan, Harga, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2024).

Dari tabel di atas, hasil menunjukkan adjusted R square sebesar 0,124 atau 12,4%. Artinya bahwa variabel kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi mempengaruhi

kepuasan konsumen sebesar 12,4%. Sisanya sebanyak 87,6% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kualitas layanan secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t dengan SPSS yang disajikan pada tabel di atas, hasil dari t hitung sebesar -0,552 lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,582 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irianif Sani (2022) pada PT. Asuransi Jasa Indonesia Cabang Medan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Irianif Sani yaitu kualitas layanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas layanan *empathy* berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Hasil nilai *R Square* adalah 0,785, sehingga besarnya pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah 78,5%. Menurut Kotler (2020) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan. Kualitas dari suatu barang jasa sangat penting, karena kualitas barang dan jasa yang baik berbanding lurus dengan keputusan pembelian. Karena perkembangan zaman membuat pola pikir konsumen semakin teliti terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Selain itu konsumen seringkali menimbang-nimbang kualitas barang dan jasa sebelum membelinya. Kualitas yang tinggi akan mengubah persepsi suatu produk terhadap konsumen. Berdasarkan angket yang telah disebar kepada responden, dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan yaitu dengan jumlah rata-rata adalah 4,21 dan dalam kategori sangat tinggi atau sangat baik. Variabel kualitas layanan dipengaruhi oleh kelima indikator yaitu *tangible* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (cepat tanggap), *reability* (keandalan), *assurance* (kepastian), dinilai sangat tinggi oleh responden. Dari kelima indikator tersebut, indikator *responsiveness* (cepat tanggap) memiliki nilai yang paling tinggi. Hal ini membuktikan bahwa karyawan di Zona cepat tanggap dalam menghadapi berbagai keluhan konsumen. Indikator yang mempunyai nilai paling rendah daripada kelima indikator yang lain yaitu *reability* (keandalan) namun masih dalam kategori sangat tinggi. Hal ini dapat menjadi pemicu agar Premier Futsal Kediri lebih akurat dan konsisten dalam melayani konsumen.

Pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel Fasilitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Nilai t hitung untuk variabel fasilitas (X_2) sebesar 4,214 lebih besar dari t tabel sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Nur (2021) yang menyebutkan bahwa bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Travellers Hotel Jakarta.

Menurut Lupiyoadi (2021), fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditambahkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan modal jasa. Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program yang satu dari pesaing lainnya. Sarana fisik (*physical evidence*) merupakan salah satu dari bauran jasa yang berkaitan dengan fasilitas di mana sarana fisik merupakan hal nyata yang

turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain, lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya.

Berdasarkan angket yang telah disebar kepada responden, dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel fasilitas yaitu dengan jumlah rata-rata adalah 4,04 dan dalam kategori tinggi atau baik. Variabel fasilitas dipengaruhi oleh keenam indikator yaitu perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan/perabotan, tata cahaya, warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis dinilai baik oleh responden. Dari keenam indikator tersebut, indikator pesan-pesan yang disampaikan secara grafis memiliki nilai yang paling tinggi. Hal ini membuktikan bahwa Premier Futsal Kediri memasang tanda yang mudah dilihat dan dipahami oleh konsumen. Indikator yang mempunyai nilai paling rendah di antara indikator yang lain yaitu tata cahaya dengan nilai 3,87 dengan kategori tinggi. Hal ini perlu diperhatikan oleh pihak pengelola Premier Futsal Kediri agar memperbaiki tata cahaya agar semakin baik.

Pengaruh Harga (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel harga secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Nilai t hitung untuk variabel harga (X_3) sebesar 0,663 lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,509 lebih besar dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial. Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ria Setiawati (2023). Dalam penelitian tersebut Ria Setiawati menyebutkan bahwa secara keseluruhan harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 57,6% sedangkan sisanya yaitu 34,13% dipengaruhi oleh variabel lain selain harga dan kualitas pelayanan. Fandy Tjiptono (2020), harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan di mana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan fitur produk, saluran, bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Implikasi praktis penelitian ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat harga yang diberikan kepada konsumen, maka semakin rendah tingkat keputusan pembelian konsumen. Sehingga untuk meningkatkan Keputusan konsumen, Premier Futsal harus terus memantau dalam hal penetapan harga dengan memberikan harga yang bersaing dan terjangkau. Berdasarkan angket yang disebar kepada konsumen dapat diketahui bahwa rata-rata untuk variabel harga adalah 4,02 dengan kategori baik atau tinggi. Variabel harga dipengaruhi empat indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Dari keempat indikator tersebut indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk memperoleh nilai yang paling tinggi yaitu 4,18 dengan kategori tinggi atau baik. Hal ini membuktikan bahwa konsumen merasa harga yang ditawarkan Premier Futsal Kediri sudah sesuai dengan kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Indikator yang memiliki nilai paling rendah di antara indikator yang lain yaitu kesesuaian harga dan manfaat namun masih dalam kategori tinggi atau baik.

Pengaruh Lokasi (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel lokasi secara parsial memiliki hubungan terhadap variabel kepuasan konsumen. Nilai t hitung untuk variabel lokasi (X_4) sebesar 1,759 lebih besar dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,020 lebih besar dari 0,050. Maka dapat

disimpulkan variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Implikasi praktiknya bahwa Lokasi dari Premier Futsal Kediri tidak termasuk mudah dijangkau dan strategis, sehingga yang perlu diperhatikan yaitu agar dikembangkan atau diperbaiki lagi lokasi tersebut agar bisa lebih mudah dijangkau.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Resti Tarinda (2023) dengan judul Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Scissors Barbershop Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Scissors Barbershop Malang adalah sebesar 56, 2%. Sisanya sebanyak 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian. Rambat Lupiyoadi (2021), lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan sifatnya akan ditempatkan. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Bagi perusahaan jasa penentuan lokasi sangatlah penting karena, lokasi adalah kondisi di mana konsumen akan mendatangi tempat penyedia jasa. Sebelum menentukan lokasi sebaiknya perusahaan memikirkan jarak, kemudahan konsumen dalam menentukan lokasi, ketersediaan alat transportasi umum bagi kemudahan konsumen dalam menempuh jalan menuju lokasi. Berdasarkan angket yang sudah disebar ke responden dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel lokasi yaitu dengan jumlah rata-rata adalah 4,09 dan dalam kategori tinggi atau baik. Variabel lokasi dipengaruhi oleh kedelapan indikator yaitu akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir, ekspansi, lingkungan, kompetisi, dan peraturan pemerintah. Dari kedelapan indikator tersebut, indikator akses memiliki nilai yang paling tinggi. Hal ini membuktikan bahwa Premier Futsal Kediri berada di lokasi yang strategis sehingga mudah diakses dari manapun. Indikator dengan nilai paling rendah yaitu tempat parkir namun masih dalam kategori tinggi. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan Premier Futsal Kediri agar memperbaiki keamanan dan memperluas tempat parkir agar konsumen merasa nyaman.

Hubungan Kualitas Layanan (X_1), Fasilitas (X_2), Harga (X_3) dan Lokasi (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Diketahui bahwa kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Dari tabel di atas, hasil menunjukkan adjusted R square sebesar 0,124 atau 12,4%. Artinya bahwa variabel kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 12,4%. Sisanya sebanyak 87,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil olahan data ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) cukup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), sedangkan faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut membuktikan kualitas layanan Premier Futsal Kediri kepada konsumen baik namun masih perlu ditingkatkan. Apabila ada peningkatan dalam memberikan kualitas layanan terhadap konsumen diharapkan dapat semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Fasilitas di Premier Futsal Kediri sudah baik dengan memperoleh penilaian tinggi pada angket. Rambu atau tanda keterangan di Premier Futsal Kediri terpasang dengan baik sehingga mudah dibaca dan dipahami konsumen. Kepuasan konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang/jasa setelah mereka menggunakannya. Kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaian. Hal ini sangat membantu konsumen agar tidak kebingungan dan tidak perlu bertanya kepada orang lain namun masih perlu

pembenahan pada tata cahaya agar menjadi lebih baik lagi. Variabel harga juga sudah mendapatkan nilai tinggi dari konsumen. Hal ini membuktikan bahwa harga yang ditawarkan oleh Premier Futsal Kediri sesuai dengan kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Variabel Lokasi juga mendapatkan nilai tinggi pada angket yang dibagikan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan Premier Futsal Kediri berada di lokasi strategis sehingga mudah dijangkau dari manapun. Namun masih perlu perbaikan pada lahan parkir agar bisa lebih luas lagi sehingga mampu menampung lebih banyak lagi kendaraan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut Kualitas layanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Hasil menunjukkan adjusted R square sebesar 0,124 atau 12,4%. Artinya bahwa variabel kualitas layanan, fasilitas, harga dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 12,4 %. Sisanya sebanyak 87,6% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kualitas layanan secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar $-0,552$ lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,582 lebih besar dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama tidak terbukti. Kualitas layanan di Premier Futsal Kediri sudah baik dengan bukti angket yang diberikan kepada konsumen mendapat nilai tinggi. Fasilitas secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung untuk variabel fasilitas (X_2) sebesar 4,214 lebih besar dari t tabel sebesar 0,677 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua terbukti. Harga secara signifikan tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen di Premier Futsal Kediri. Nilai t hitung untuk variabel harga (X_3) sebesar 0,663 lebih kecil dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,509 lebih besar dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga tidak terbukti. Harga yang ditetapkan di Premier Futsal Kediri dirasa sudah baik oleh konsumen. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Premier Futsal Kediri. Nilai t hitung untuk variabel lokasi (X_4) sebesar 1,759 lebih besar dari t tabel sebesar 0,677, dengan tingkat signifikansi 0,020 lebih besar dari 0,050. Hal ini berarti bahwa hipotesis keempat terbukti. Lokasi Premier Futsal Kediri sangat strategis karena mudah diakses dari manapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Azalea. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Vol 7, No 4. JEE Jurnal Edukasi Ekobis. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JEE/article/view/18322>
- Alma, Buchari. 2023. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Djunaedi, Laely, N., & Lidiawan, A. R. (2023). *MEMBANGUN KEPATUHAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN WAJIB PAJAK BUMI DAN BANGUNAN* (D. P. Pamungkas (ed.)). CV. Kasih Inovasi Teknologi.
- Djunaedi, D., Sulistyowati, Y., Sastro, G., Nizamiar, A., & Priautama, B. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan sebagai Upaya Peningkatan Loyalitas Pelanggan pada UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Kediri. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 2(1), 27-53.

- Fatoni, M. N., Rahayu, B., Marwanto, I. H., & Sustiyatik, E. (2022). Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Semangat Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Kota Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(2), 249-264.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2020. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2023. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2020. *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Erlangga.
- Khasanah, U., Sustiyatik, E., Djunaedi, D., & Utami, S. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Komitmen Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. Payung Pusaka Mandiri Kediri. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 9(2), 181-190.
- Laely, N., & Lidiawan, A. R. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN* (A. Suryadin & K. La Nani (eds.)). Yayasan Wiyata Bestari Samasta. <http://wbs-indonesia.com/>
- Laely, N., & Lidiawawan, A. R. (2024). The Effect of Product Innovation and Customer Relationship Management on Satisfaction Mediated by Purchasing Decisions in the Coffee Shop Industry. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 386–403.
- Nelly Novia, S., Utami, S., & Nurbambang, R. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri.
- Prastiyono, U., Satriyono, G., & Rahayu, B. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Iklim Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Mitra Bhuwana Mandiri Kediri. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(2), 127-143.
- Rahayu, A. P., Satriyono, G., & Rukmini, M. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Dan Fasilitas Kantor Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Di Kantor Dinas Kesehatan Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Ekuivalensi*, 9(2), 405-419.
- Sani, Arianif. 2022. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Asuransi Jasa Indonsia Cabang Medan*. Vol 5, No 1. JESYA Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/580>
- Setiawati, Ria. 2023. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No 11 Mojojoto Kediri*. Vol 1, No 2. JIMEK Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/316>
- Sugiyono, 2023. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2020. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2020. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Caps (Center For Academic Publishing Service).
- Sari, P. M., Santoso, A., & Djunaedi, D. (2020). Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di TM Group Travel. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(2), 21-34.
- Tarinda, Resti. 2023. *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Scissors Barbershop Malang*. Vol 4, No 1. Jurnal Aplikasi Bisnis. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/173>
- Tjiptono, Fandy. 2020. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Triwidyati, E., Rukmini, M., Denakrisnada, S. G., & Cristian, M. (2023). Pengaruh pemberian insentif, profesionalisme dan iklim kerja terhadap kinerja karyawan di UD. Pratama Karya Banaran Kediri. *JURNAL EKUIVALENSI*, 9(2), 321-336.
- Wulandari, D., Marwanto, I. H., & Rukmini, M. (2025). Pengaruh Motivasi Kerja dan Gaya Kepemimpinan Birokrasi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pada

Kantor Desa Wonorejo Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(2), 933-943.

Yap, N., Rukmini, M., & Pramana, A. C. (2021, September). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Prestasi Kerja Di Universitas Kadiri. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 6, No. 1, pp. 210-216).