

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi)

Yusuf Suhardi, Zulkarnaini, Agustian Burda, Arya Darmawan, Adila Nur Klarisah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

Jl. Kayu Jati Raya No. 11A, Jakarta, Indonesia

yusufsuhardi.stei@gmail.com, zulkarnaini@stei.ac.id, agustian_burda@stei.ac.id, arya_darmawan@stei.ac.id

Abstract– This study aims to determine the effect of price, service quality and facilities on customer satisfaction at the Binasehat sports school in Bekasi. This study uses the associative method with a quantitative approach. In this study there are 3 independent variables, namely: Price (X1), Service Quality (X2), Facilities (X3) and there is 1 dependent variable, namely Customer Satisfaction (Y). The number of samples studied in this study were 105 respondents and all variables were measured using a Likert scale. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. The analysis used is the t test and the coefficient of determination using SPSS version 26 program. The results show that the price variable, service quality variable and facility variable affect customer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Facilities and Customer Satisfaction

Abstrak– Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di sekolah olah raga Binasehat di Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel bebas yaitu: Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), Fasilitas (X₃) dan terdapat 1 variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 105 responden dan seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Analisis yang digunakan adalah Uji t dan koefisien determinasi menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan

I. PENDAHULUAN

Olahraga menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat yang mempunyai *lifestyle* melakukan aktivitas fisik dalam sehari-hari menjaga kebugaran atau meningkatkan kebugaran jasmani. Seseorang yang aktif dalam hal melakukan aktivitas fisik dalam kehidupan sehari-hari dapat meningkatkan hidup yang sehat dan bermanfaat di masa sekarang ([Rutjuhan & Ismunandar, 2020:106](#)). Pusat olahraga memainkan peran pentingnya tidak hanya pada individu dalam kesehatan tetapi juga sebagai tempat individu untuk mengalami realisasi diri melalui sebuah kegiatan olahraga. Menurut [Lee \(2017:2\)](#) menyatakan fungsi dan peran dari pusat olahraga, bisa memenuhi keinginan individu atau kelompok beraktivitas secara fisik untuk berpartisipasi dalam banyak kegiatan.

Binasehat menyelenggarakan beberapa cabang olahraga seperti Taekwondo, Pencak Silat, Karate, Tricking, Akido, Sepak Bola dan lainnya. Menurut [Martono \(2019:29\)](#) Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan yang dapat mempengaruhi daya saing bisnis. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang bagus dengan harga yang terjangkau. Menurut [Ismanto \(2020:60\)](#) salah satu cara untuk menjual suatu produk perusahaan (jasa) yaitu dengan memberikan keunggulan kualitas dengan kualitas layanan yang lebih baik daripada pesaing dan memenuhi kebutuhan dari para pelanggannya. Kualitas pelayanan tentunya dipengaruhi dengan fasilitas atau sarana prasarana, program latihan yang ditawarkan di Binasehat. Fasilitas atau sarana prasarana sesuai data di lapangan mayoritas memadai seperti peralatan yang lengkap, ruangan ber-AC, lokasi strategis, terdapat penyimpanan barang (*locker*), toilet dan ruang ganti, tempat sholat, wifi gratis, tempat parkir yang sangat aman serta luas, air minum gratis, cctv, terdapat *air purifier* dan matras.

Menurut [Ismanto \(2020:68\)](#) harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang yang mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang-barang dan pelayanan. Harga terjangkau dapat memuaskan pelanggan dalam pembelian suatu produk atau jasa, karena kenyamanan seorang konsumen merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan ([Isnaini 2018: 70](#)).

Pelanggan yang dihadapi merupakan pelanggan yang memiliki rasa kepekaan yang tinggi terhadap suatu barang maupun jasa yang dipakai, pelanggan akan berpindah ke perusahaan jasa lain apabila tidak merasa puas. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap suatu ekspektasi mereka ([Akbar et al., 2021:21](#)). Menurut [Isnaini \(2017:2018\)](#) Kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek yang paling signifikan dalam bidang usaha, karena pelanggan merasa puas akan memiliki dampak yang signifikan terhadap laba usaha.

Penelitian yang dilakukan karena adanya fenomena yang berbeda yaitu, penelitian dilakukan oleh [Rutjuhan & Ismunandar \(2020\)](#). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [Akbar et al., \(2021\)](#). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Dengan itu penulis tertarik dengan penelitian ini karena hasil dari penelitian sebelumnya memiliki hasil yang berbeda.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah jumlah anggota Binasehat berfluktuasi naik turun pada 2019, 2020, 2021, dimana dalam tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami jumlah kenaikan member sekitar 46 member. Disisi lain terdapat penurunan jumlah member dari tahun 2020 ke 2021 yang mengalami penurunan sebesar 16 member. Dimana pada tahun 2019 sebanyak 81 orang, pada tahun 2020 sebanyak 127 orang, dan pada tahun 2021 sebanyak 111 orang. Hal tersebut disebabkan kurangnya informasi dan kurangnya kualitas pelayanan yang kurang baik, karena adanya komplain dari para pelanggan mengenai jadwal latihan yang tiba tiba berubah, terjadinya perubahan pelatih yang bukan seperti biasa, kadang fasilitas kurang memuaskan AC terkadang panas, toilet basah jika ingin digunakan, harga perbulan yang naik turun, dan kadang surat pemberitahuan terkadang suka terlambat ataupun bahkan mendadak.

Menurut [Kotler dan Armstrong \(2018:345\)](#), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Adapun menurut [Tjiptono dan Chandra \(2016:67\)](#), harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal

tersebut bisa menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [Osman et.al \(2018\)](#) dan [Isnaini \(2018\)](#) yang mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh secara langsung pada variabel kepuasan pelanggan.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan yaitu suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan dan asa pelanggan bisa terpenuhi barang atau pun jasa yang dikonsumsi. yaitu, bila asa konsumen melebihi dari apa yang di harapkannya, maka konsumen akan merasa puas. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [Martono \(2019\)](#) yang mengatakan kualitas pelayanan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan fungsionalitas, keamanan, kenyamanan dan kebersihan fasilitas sehingga pelanggan dapat menggunakannya dengan nyaman. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [Akbar et al., \(2021\)](#) dan [Rutjuhan & Ismunandar \(2020\)](#) yang mengatakan fasilitas berdampak secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

II. KAJIAN LITERATUR

Harga

Karena harga dapat secara langsung berdampak pada jumlah volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan, harga adalah salah satu elemen pemasaran yang harus dievaluasi oleh manajemen perusahaan ([Batubara, 2022](#)) Harga menjadi sangatlah penting di dunia bisnis, karena harga menjadi alat tukar dalam melakukan sebuah transaksi serta merupakan salah satu faktor persaingan yang digunakan untuk menjual produknya. Harga terhadap produk atau jasa banyak mempengaruhi persepsi, kualitas, kepuasan dan nilai jasa. Untuk bertahan hidup, berkembang dan dapat bersaing maka perusahaan harus mampu menjaga tingkat kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah dengan selalu meningkatkan kualitas produk yang dijual, dan selalu memperhatikan dan sebisa mungkin tidak menaikkan harga produk yang dijual ([Anwar:2015](#)).

[Kotler dan Armstrong \(2018:197\)](#) mengatakan bahwa “*Price is the amount of money customers must pay to obtain the product*”. Definisi itulah menyatakan memang harga menjadi faktor yang sangat penting di suatu perusahaan. Selain itu, harga juga suatu alat yang nantinya akan di proses dalam pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut [Tjiptono dan Chandra \(2016:157\)](#) adalah kualitas dapat diartikan sebagai keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Begitu pula dengan kualitas pelayanan merupakan suatu tolak ukur seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat tercapai sesuai yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan pemahaman dari para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan harapan atau keinginan pelanggannya, dan kualitas unggulnya dari sudut pandang manajemen dan perusahaan. Tujuan pelayanan pada umumnya yaitu mempersiapkan pelayanan publik yang dibutuhkan oleh publi

Fasilitas

Fasilitas merupakan objek yang penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Fasilitas merupakan aspek pelayanan sebagai sarana pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut [Tjiptono \(2014:317\)](#) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada dan disediakan sebelum suatu jasa dapat diberikan kepada konsumen.

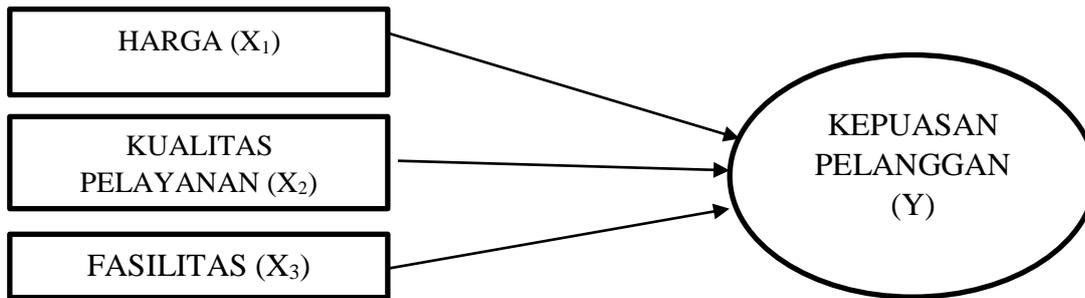
[Lupiyoadi \(2012:148\)](#) menegaskan bahwa fasilitas adalah penampakan, prasarana, dan kondisi lingkungan sekitar dengan menghadirkan keberadaan kepada konsumen, termasuk fasilitas seperti gedung, peralatan. Oleh karena itu, dapat terkunci bahwa fasilitas adalah kumpulan sumber daya fisik atau peralatan yang disediakan oleh penyedia layanan, dengan tujuan untuk mendukung proses pemberian layanan kepada pengguna, konsumsi atau tidak.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan pelanggan ([Khumaini, 2022](#)). Kepuasan pelanggan didapat ketika pelanggan mendapatkan hal yang sesuai dengan

harapannya (Apriliani, 2022). Kepuasan pelanggan memiliki arti sejauh mana tanggapan pelanggan terhadap kualitas produk dalam pemenuhan yang dibutuhkan. Pelanggan melakukan pembelian jasa tentunya memiliki harapan tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2016:153), secara umum kepuasan adalah rasa kekecewaan atau kegembiraan yang diperoleh dengan membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, mencegah pergantian pelanggan, dan sensitivitas harga pelanggan. Kesalahan pemasaran dapat mengurangi biaya operasional, hal ini disebabkan oleh peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan efektivitas periklanan, dan peningkatan reputasi perusahaan.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kusioner. Data sekunder berupa bukti, catatan ataupun laporan historis yang telah tersusun dalam data dokumenter. Dalam penelitian ini data diperoleh dari dokumen literatur dan dokumen Binasehat Kota Bekasi. Populasi penelitian ini berjumlah 142 orang yang menjadi siswa Sekolah olah raga Binasehat.

Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
1	Harga (X₁) Kotler dan Amstrong (2018:317)	<ul style="list-style-type: none"> Keterjangkauan Harga Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga Kesesuaian harga dengan manfaat 	1. Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual.	1
			2. Harga yang terjangkau. Membandingkan harga suatu produk atau jasa dengan yang lainnya.	2
			3. Harga sesuai dengan manfaat yang di dapat	3
			4. Harga sesuai dengan manfaat yang di dapat	4
2	Kualitas Pelayanan (X₂) Tjiptono dan Chandra (2016:174)	<ul style="list-style-type: none"> <i>Tangible</i>(bukti fisik). <i>Emphaty</i> (empati) <i>Responsiviness</i> (Daya Tanggap) <i>Realibility</i> (Keandalan) 	1. Sarana dan prasarana serta penampilan karyawan	5
			2. Kebersihan ruangan	6
			Peduli dan perhatian terhadap konsumen	7
			Tanggap terhadap keluhan memberikan pelayanan yang cepat.	8
			Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan	9
1. Kemampuan pegawai	10			

3	Fasilitas (X₃) Tjiptono (2014:184)	<ul style="list-style-type: none"> Pertimbangan Perencanaan Ruang Perlengkapan Unsur Pendukung 	<p>Mampu memberikan kenyamanan</p> <ol style="list-style-type: none"> Penempatan ruangan Kondisi ruangan <p>Sarana dan prasarana yang di sediakan</p> <p>Sarana dan prasarana yang mendukung.</p>	<p>11</p> <p>12</p> <p>13</p> <p>14</p> <p>15</p>
4	Kepuasan Pelanggan (Y) Kotler dan Keller (2016:140)	<ul style="list-style-type: none"> Minat berkunjung kembali Keseuaian harapan Kesediaan merekomendasikan 	<ol style="list-style-type: none"> Pengalaman menggunakan layanan jasa atau produk Manfaat yang diperoleh <p>Kualitas produk atau layanan jasa yang sesuai</p> <ol style="list-style-type: none"> Memberikan hasil pengalaman kepada orang lain. Memberikan hasil pengalaman melalui social media 	<p>16</p> <p>17</p> <p>18</p> <p>19</p> <p>20</p>

Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik inferensial dengan menggunakan aplikasi SPSS. Data yang dihasilkan diolah menggunakan software SPSS versi 26.00.

Deskripsi Responden

Penelitian ini menggunakan metode kusioner untuk pengambilan data yang disebarkan kepada 105 member Binasehat, deskripsi responden meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan yang sedang dijalani.

Berdasarkan jenis kelamin sekolah Binasehat didominasi oleh perempuan dengan presentase sebanyak 66 orang (62,9%), sedangkan jumlah member laki-laki berjumlah 39 orang (37,1%). Hal ini menunjukkan bahwa kaum perempuan lebih banyak menjadi member disekolah olah raga Binasehat.

Berdasarkan usia yang menjadi member Binasehat di dominasi oleh para member yang berusia 17-25 tahun dengan presentase sebanyak 76 orang (72,4%). Member yang berusia <17 tahun dengan presentase sebanyak 16 orang (15,2%). dan yang berusia >55 tahun dengan presentase 4 orang (3,8%). Hal ini menunjukkan bahwa member yang ada di Binasehat mayoritas berumur 17-25 tahun dikarenakan adanya rasa keinginan dari diri sendiri untuk menjaga bentuk tubuh yang ideal dan minat berprestasi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Analisis menunjukkan hasil uji validitas dari variabel penelitian Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan dengan jumlah responden (n) = 105 responden, maka df dapat diperoleh dari $105-2 = 103$ pada signifikan yaitu sebesar 5% adalah 0,1918.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₁)

No.	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	H1	0,819	0,1918	Valid
2	H2	0,800	0,1918	Valid
3	H3	0,826	0,1918	Valid
4	H4	0,678	0,1918	Valid

Sumber : *Output SPSS* (data diolah, 2022)

Berdasarkan pengolahan data, diperoleh hasil uji validitas harga dari 4 pernyataan diatas ketahui Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No.	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	KP1	0,769	0,1918	Valid
2	KP2	0,759	0,1918	Valid
3	KP3	0,849	0,1918	Valid
4	KP4	0,771	0,1918	Valid
5	KP5	0,849	0,1918	Valid
6	KP6	0,756	0,1918	Valid

Sumber : *Output SPSS* (data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil uji validitas Kualitas Pelayanan dari 6 pernyataan diketahui Nilai Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan-pernyataan diatas dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Fasilitas (X3)

No.	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	F1	0,811	0,1918	Valid
2	F2	0,804	0,1918	Valid
3	F3	0,712	0,1918	Valid
4	F4	0,775	0,1918	Valid
5	F5	0,816	0,1918	Valid

Sumber : *Output SPSS* (data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil uji validitas Fasilitas dari 5 pernyataan diketahui Nilai Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan-pernyataan diatas dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	F1	0,776	0,1918	Valid
2	F2	0,794	0,1918	Valid
3	F3	0,795	0,1918	Valid
4	F4	0,806	0,1918	Valid
5	F5	0,735	0,1918	Valid

Sumber : *Output SPSS* (data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan dari 5 pernyataan diketahui Nilai Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan-pernyataandiatas dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach alpha* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Uji reliabilitas dapat dilihat dari *Cronbach's koefisien alpha* atas dasar pengambilan keputusan yaitu jika *Cronbach's alpha* $> 0,60$ maka dapat diterima atau dipercaya, sebaliknya jika *Cronbach's alpha* $< 0,60$ maka tidak dapat diterima atau tidak dapat dipercaya.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Kesimpulan
1	Harga	0,784	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,881	Reliabel
3	Fasilitas	0,840	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,832	Reliabel

Sumber : *Output SPSS* (data diolah, 2022)

Nilai *Cronbach's alpha* pada masing-masing variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Fasilitas (X3) dan kinerja Kepuasan Pelanggan > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel realibel atau dapat dipercaya, karena memenuhi minimal koefisien *Cronbach's* > 0,60.

Hasil Analisis Statistik Data

Tabel 7. Koefisien Determinasi Parsial Harga (X1) Pada Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations		HARGA	KEPUASAN_ PELANGGAN
HARGA	Pearson Correlation	1	,533**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	105	105
KEPUASAN_ PELANGGAN	Pearson Correlation	,533**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	105	105

Sumber: *Output SPSS* (data diolah,2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 26 diperoleh koefisien korelasi parsial antara Harga (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan nilai sig (0,000) dan nilai r sebesar 0,533. Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa ada hubungan antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan.

Untuk mengukur besarnya kontribusi dari Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Sekolah Olahraga Binasehat akan digunakan rumus koefisien determinasi (KD) yaitu:

$$\begin{aligned}
 KD_{1.23} &= (r_{y1.23})^2 \times 100\% \\
 &= (0,533)^2 \times 100\% \\
 &= 28,4\%
 \end{aligned}
 \tag{1}$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh hasil koefisien determinasi parsial Harga yaitu 28,4%, artinya Harga berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 28,4%, sedangkan sisanya sebesar 71,6 % merupakan kontribusi dari faktor-faktor lainnya.

Tabel 8. Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Pelayanan (X2) Pada Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations		KUALITAS_ PELAYANAN	KEPUASAN_ PELANGGAN
KUALITAS_ PELAYANAN	Pearson Correlation	1	,697**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	105	105
KEPUASAN_ PELANGGAN	Pearson Correlation	,697**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	105	105

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

Sumber: *Output SPSS* (data diolah,2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26 diperoleh koefisien korelasi parsial Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sig (0,000) dan nilai r sebesar 0,697. Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.

Untuk mengukur besarnya kontribusi dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sekolah Olahraga Binasehat akan digunakan rumus koefisien determinasi (KD) yaitu:

$$\begin{aligned}
 KD_{2.123} &= (r_{y2.13})^2 \times 100\% \\
 &= (0,697)^2 \times 100\% \\
 &= 48,6\%
 \end{aligned}
 \tag{2}$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh hasil koefisien determinasi parsial Kualitas Pelayanan yaitu 48,6%, artinya Kualitas Pelayanan berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 48,6%, sedangkan sisanya sebesar 51,4 % merupakan kontribusi dari faktor-faktor lainnya.

Tabel 9. Koefisien Determinasi Parsial Fasilitas (X3) Pada Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
	FASILITAS	KEPUASAN_PELANGGAN	
FASILITAS	Pearson Correlation	1	,808**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	105	105
KEPUASAN_PELANGGAN	Pearson Correlation	,808**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	105	105

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

Sumber: Output SPSS (data diolah,2022)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26 diperoleh koefisien korelasi parsial Fasilitas (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan dengan nilai sig (0,000) dan nilai r sebesar 0,808. Hasil perolehan data menunjukkan bahwa ada hubungan antara Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan. Untuk mengukur besarnya kontribusi dari Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Sekolah Olahraga Binasehat akan digunakan rumus koefisien determinasi (KD) yaitu:

$$\begin{aligned}
 KD_{1.23} &= (r_{y3.12})^2 \times 100\% & (3) \\
 &= (0,808)^2 \times 100\% \\
 &= 65,2\%
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh hasil koefisien determinasi parsial. Fasilitas yaitu 65,2%, artinya Kualitas Pelayanan berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 65,2%, sedangkan sisanya sebesar 34,8% merupakan faktor-faktor lainnya.

Pengujian Hipotesis

Tabel 10. Hasil Uji t Variabel X1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,745	1,345		5,757	,000
	HARGA	,668	,104	,533	6,394	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber: Output SPSS (data diolah,2022)

Dari hasil perhitungan tabel diatas, diperoleh hasil nilai t_{hitung} sebesar 6,394 sedangkan nilai t_{tabel} dengan derajat bebas 103 pada α (0,05) sebesar 1,98326. Dengan demikian t_{hitung} 6,394 > t_{tabel} 1,98326 , sehingga H_a diterima dan H_o ditolak atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign 0,000 yang artinya lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Sehingga secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Harga (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 11. Hasil Uji t Variabel X2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,745	1,178		4,029	,000
	KUALITAS_PELAYANAN	,578	,059	,697	9,878	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber: Ioutput SPSS (data diolah,2022)

Dari hasil perhitungan tabel diatas, diperoleh hasil nilai t_{hitung} sebesar 9,878 sedangkan nilai t_{tabel} dengan derajat bebas 103 pada α (0,05) sebesar 1,98326. Dengan demikian t_{hitung} 9,878 > t_{tabel} 1,98326 , sehingga H_a diterima dan H_o ditolak atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign

0,000 yang artinya lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Sehingga secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 12. Hasil Uji t Variabel X_3

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,650	,918		3,978	,000
	FASILITAS	,770	,055	,808	13,906	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN
 Sumber: Output SPSS (data diolah,2022)

Dari hasil perhitungan tabel diatas, diperoleh hasil nilai t_{hitung} sebesar 9,878 sedangkan nilai t_{tabel} dengan derajat bebas 103 pada α (0,05) sebesar 1,98326. Dengan demikian $t_{hitung} 13,906 > t_{tabel} 1,98326$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign 0,000 yang artinya lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Sehingga secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Binasehat. Artinya harga mewakili suatu nilai yang ada di suatu produk ataupun jasa dan harga itu sendiri, pelanggan harus menerima agar bisa mendapatkan produk/jasa yang diinginkan. Tentunya hal tersebut bisa memunculkan rasa kepuasan dan penggunaan layanan untuk pelanggan tersebut menggunakan jasa secara berulang.

Harga dapat mempengaruhi kepuasann pelanggan terhadap layanan yang akan diterimanya. Kepuasan tersebut bisa diketahui atau diukur dengan faktor survei kepuasan pelanggan dengan menyebarkan angket, dan saran yang dapat disampaikan baik secara langsung ataupun melalui kotak saran. Berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS versi 26 bahwa terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Hasilnya bahwa semakin tinggi nilai kesesuaian harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Binasehat hal ini menyatakan bahwa hipotesis pertama terbukti diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [Osman et.al \(2018\)](#) hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Binasehat.

Dengan demikian Kualitas Pelayanan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal itu terjadi karena konsumen yang merasa puas dengan apa yang diberikan dari sisi pelayanan di perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan mengalami mood yang positif akan memunculkan suatu kepuasan yang tinggi terhadap suatu perusahaan jasa tertentu. Senada dengan [Pradeep et al., \(2020:2\)](#) menyatakan penilaian kepuasan pelanggan dilihat dari kualitas pelayanannya terhadap suatu produk/jasa, tujuan dengan memberikan kualitas pelayanan yang tinggi agar pelanggan merasa puas terhadap perusahaan yang bergerak dibidang jasa tertentu yang berdampak dapat memperoleh laba secara maksimal.

Berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS versi 26 bahwa terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Binasehat. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis kedua diterima. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [Martono \(2019\)](#) hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Fasilitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Binasehat. Artinya fasilitas juga memiliki peran penting dalam perusahaan yang bergerak sibiidang jasa, fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan suatu pelaksanaan fungsi.

Berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS versi 26 bahwa terdapat pengaruh positif Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi Fasilitas yang disediakan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Binasehat. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis ketiga diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [Akbar et al., \(2021\)](#) hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Binasehat di kota bekasi. Ini menunjukan bahwa harga terjangkau sudah sesuai dengan harapan bagi konsumen Binasehat Kota Bekasi. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Binasehat di Kota Bekasi. Ini menunjukan bahwa pelayanan seperti kecepatan, keramahan para karyawan sudah sangak baik. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Binasehat di Kota Bekasi. Artinya bahwa fasilitas yang dimiliki oleh Binasehat sangat lengkap dan memadai, sesuai dengan alat alat olah raga yang dibutuhkan.

Saran

1. Pengelola sekolah olahraga Binasehat di Kota Bekasi perlu menjaga dan meningkatkan komitmen untuk mencapai kepuasan pelanggan. Peningkatan kemampuan para instruktur nya.
2. Sekolah olahraga Binasehat Kota Bekasi perlu melakukan evaluasi rutin dengan tujuan untuk memahami dan mengetahui keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Penelitian selanjutnya dapat ditambah dengan melakukan wawancara atau dengan metode lainnya. Selain itu jumlah variabel ditambah seperti promosi, varian layanan dan sebagainya.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel bebas yaitu, Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel penelitian yang berbeda yaitu seperti faktor promosi, lokasi, citra merek dll.
2. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kusioner melalui media *google form*, sehingga pernyataan yang di pilih responden tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengolah kembali hasil kusionernya dan menambahkan metode lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Ariyanto, A., & Sudarsono, A. (2021). Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Pelanggan Member Sport Club Meadow Terrace BSD. *2(1)*, 21–28.
- Anwar, Iful, Budhi Satrio (2015), Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4, No 12*
- Apriliani, Ni Luh Putu, Ni Putu Nita Anggraini, Pande Ketut Ribek (2022) Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali, *Jurnal Emas E-ISSN : 2774-3020 Vol 3 Nomor 3 Maret 2022*
- Batubara, Maryam. (2022), Purnama Ramadani Silalah, Sri Aderafika Sani, Rima Rizki Syahputri, Vega Liana. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara, *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Volume 4 No 5 (2022) 1327-1342 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351, |Volume 4 Nomor 5*

- Isnaini, S. (2018). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Andini Jombang. *Bima: Journal of Business and Innovation Management*, 1(1), 69–81.
- Khumaini, Sabik, Fahrudin , Samsuri (2022) Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking E-ISSN Vol Hlm DOI 2580 - 3816 3 No 2, 143 – 153 10.31000*
- J. Ismanto.(2020). *Manajemen Pemasaran*, no. 1. Pamulang: Unpas Press.
- Lee, S., Y. (2017). *Service Quality of Sports Centers and Customer Loyalty*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Lupiyadi, (2012) *Manajemen Pemasaran Jasa ; Berbasis Kompetensi* (ketiga). Erlangga .
- Martono, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates. *Medikora*, 18(1), 27–32. <https://doi.org/10.21831/medikora.v18i1.29193>
- Osman, F. (2018).(Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Musik di Centro Course). 25(November), 18–26.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K, L. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2 . Terjemahan Oleh Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Pradeep, S., Vadakepat, V., & Rajasenana, D. (2020). *The effect of service quality on customer satisfaction in fitness firms*. *Management Science Letters*, 10(9), 2011–2020. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.011>.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta.
- Rutjuhan, A., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Pamator Journal*, 13(1), 105–109. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7015>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Metode R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F . dan Chandra, G . (2016). *Service Quality and Satisfaction*. Edisi ke-4 Yogyakarta.