

ABSTRAK

Muhammad Hikmal Abrar (1219240136) “Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Lapangan Futsal Zone 73 Cibiru Kota Bandung)”

Penelitian ini dilatar belakangi untuk meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan mendorong popularitas olahraga futsal sebagai pilihan rekreasi yang praktis. Perkembangan pesat industri penyewaan lapangan futsal di Cibiru menciptakan persaingan ketat, dimana harga, lokasi strategis, dan fasilitas menjadi kunci kepuasan konsumen. Zone Futsal 73 menetapkan tarif tertinggi namun menghadapi tantangan kualitas fasilitas yang perlu diperbaiki. Penelitian ini menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen untuk mengoptimalkan strategi bisnis dan daya saing perusahaan di industri penyewaan lapangan futsal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada lapangan futsal Zone 73 Cibiru Kota Bandung. Dengan semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap olahraga futsal, persaingan antar penyedia layanan lapangan futsal semakin ketat. Oleh karena itu, penting bagi pengelola untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa lapangan futsal Zone 73 Cibiru. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden berdasarkan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS.

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi harga (X1), fasilitas (X2), dan lokasi (X3), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai seberapa besar pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait kepuasan konsumen dalam industri jasa olahraga. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi pengelola lapangan futsal dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ($p\text{-value } 0,170 > 0,05$), sedangkan fasilitas ($p\text{-value } 0,003 < 0,05$) dan lokasi ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, ketiga variabel harga, fasilitas, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ($p\text{-value } 0,001 < 0,05$). Konsumen lebih mengutamakan nilai yang diterima dari fasilitas yang memadai dan lokasi strategis daripada pertimbangan harga dalam menentukan tingkat kepuasan mereka di Lapangan Futsal Zone 73.

Kata kunci: Harga, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen.