

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENYEWA LAPANGAN GEDUNG OLAHRAGA ANGKASA BADMINTON CENTRE PEKANBARU

Oleh
Khornelis Dehotman

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau (STIE-RIAU)
Jln. HR. Subrantas 57 Panam Pekanbaru 28293 Telp. (0761) 63237
E-mail : khornelis214@gmail.com

ABSTRACT

The research was carried out on tenant customers of the Angkasa Badminton center Pekanbaru sports building. In analyzing the data obtained from the research object using descriptive and quantitative methods, descriptive is comparing the actual reality with theories that have something to do with the problem in order to draw conclusions and tabulate it in tabular form and then analyze it according to the research objectives and quantitatively, namely by using statistical tools simple linear regression method to determine the relationship between the dependent variable (Y) with one independent variable (X). Judging from the calculation of the t-test, tcount (7.868) is greater than ttable (1.98969). So it can be concluded that H0 is rejected, meaning that there is a significant influence between service quality and customer satisfaction. Judging from the results of linear regression, that R2 is 43.3%, while 56.7% is influenced by other factors not examined in this study. This means that service quality has a moderate effect on customer satisfaction. In connection with the lack of maximum service quality, the leadership of the Angkasa Badminton Sports Hall must improve the quality of service to customers in order to increase customer satisfaction, so that customers feel satisfied with the service. It is better if a suggestion box is provided so that the management of Angkasa Badminton Sports Hall understands customer complaints.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Olahraga merupakan kebutuhan setiap manusia, salah satu dari sekian olahraga yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia adalah badminton dan olahraga ini juga bisa menjadi peluang usaha bagi pelaku ekonomi seperti penyewaan gedung olahraga (GOR) badminton. Seiring berkembangnya permintaan akan tempat penyewaan GOR badminton menjadi tantangan maupun ancaman tersendiri bagi para pelaku usaha dan agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.

Dengan banyaknya minat yang ada, saat ini banyak bermunculan jasa penyewaan lapangan badminton. Jasa penyewaan lapangan badminton tersebut menyediakan sarana dan prasarana untuk bermain badminton lengkap dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan. Jasa-jasa penyewaan tersebut saling bersaing untuk menarik minat pengunjung sebanyak-banyaknya.

Begitu pula dengan perkembangan bisnis di dunia olahraga, terutama pada bidang bulutangkis yang mana perkembangannya sangat pesat, karena bidang olahraga ini merupakan salah satu bidang olahraga yang sangat populer di duina terlebih lagi di tanah air kita Indonesia yang begitu banyak penggemarnya terutama laki-laki. Olahraga ini semakin diminati banyak orang karena dapat dinikmati dan dimainkan dengan mudah oleh anak-anak hingga orang dewasa.

Salah satu dari tempat penyewaan adalah Angkasa Badminton Centre (ABC) adalah sarana olah raga badminton terbesar di Sumatera dengan kapasitas 10 lapangan. Bertempat di Pekanbaru - Riau, ABC bertujuan untuk menyediakan sarana yang lengkap dan nyaman agar konsumen dapat berolahraga dan berprestasi di cabang olah raga badminton.

Tabel 1
**Jumlah Pelanggan Penyewa Lapangan Gedung Olahraga
Angkasa Badminton Centre Pekanbaru**

Tahun	Jumlah Pelanggan	Target (jam)	Realisasi (jam)	%
2017	473	5.400	4.223	78,20
2018	421	5.400	4.857	89,94
2019	465	4.000	3.198	79,95
2020	512	4.000	3.531	88,28
2021	480	5.400	4.338	80,33

Sumber: GOR ABC Pekanbaru, 2022

Dari tabel di atas menggambarkan jumlah pelanggan penyewa lapangan gedung olahraga Angkasa Badminton Centre Pekanbaru, mengalami peningkatan dan penurunan. Pada tahun 2017 persentase pencapaian target 78,20%, pada tahun 2018 mencapai 89,94%, pada tahun 2019 kembali mengalami penurunan menjadi 79,94%, pada tahun 2020 menjadi 88,28% dan pada tahun 2021 menjadi 80,33%. Pada dasarnya tujuan berbisnis adalah membuat para pelanggan merasa puas. Pelanggan yang puas terhadap

pelayanan yang ada di suatu jasa akan memberikan manfaat bagi suatu usaha tersebut. Salah satunya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan serta, membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan

Mendirikan suatu usaha memberikan kualitas dari pelayanan sangat besar pengaruhnya, adapun pelayanan yang diberikan GOR Angkasa Badminton Centre Pekanbaru kepada pelanggan yaitu:

Tabel 2
Fasilitas Lapangan Gedung Olahraga ABC Pekanbaru

Fasilitas	Unit	Keterangan
Gedung	2 unit	Layak Pakai
Area Parkir	1.000 m ²	Layak
Security	2 Orang	Cukup
Lapangan	10 unit	Baik
CCTV	4 Unit	Cukup
Podium	4 unit	Layak Pakai
Kursi	10 unit	Layak Pakai
Tempat Ibadah	1 Unit	Layak Pakai
WC	4 Unit	Kurang Layak

Sumber: GOR ABC Pekanbaru, 2022

Dari Tabel diatas menggambarkan pelayanan GOR Angkasa Badminton Centre Pekanbaru, memiliki fasilitas yang memadai, antara lain jumlah lapangan, cctv, tempay ibadah, dan lain sebagainya. Fasilitas yang memadai pasti ada

keterangan layak atau tidaknya merupakan salah satu pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 3
Daftar pesaing Gedung Olahraga PekanbaruU

No	Nama GOR	Alamat	Tarif perjam (Rp)
1	Gor kabeta	Jl. Amal Mulia Kec. Payung Sekaki	45.000
2	Gor Pratama	Jl.gotong royong,GG Perwira III	45.000
3	Gelanggan Olah Raga Panam Raya	Jalan HR. Soebrantas, Simpang Baru, Pekanbaru.	45.000
4	Gor badminton panam Jaya	Jl. Buah Karya No.345, Buah Karya, Kec. Tampan,	40.000
5	Gor permata hati	Jl. Kutilang Sakti No.55	35.000
6	Gor Angkasa	Jalan. Angkasa, Air Hitam, Kota Pekanbaru	100.000

Sumber: GOR ABC Pekanbaru, 2022

Dari tabel diatas menggambarkan bahwa GOR yang ada di kota Pekanbaru khususnya di daerah Simpang Baru dan sekitarnya terdapat 6 GOR Badminton yang menawarkan fasilitas dan tariff yang berbeda-beda sesuai dengan fasilitas yang ada. Salah satu upaya yang dilakukan untuk memperkuat bisnis badminton ini khususnya dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan pasar salah satunya ialah dengan

meningkatkan kualitas layanan (*service quality*). Kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing bagi setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur ataupun perusahaan penyedia jasa. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga yang di tawarkan oleh GOR Angkasa Badminton Centre Pekanbaru lebih mahal dari GOR pesaing.

Tabel 4
Daftar Permasalahan Kualitas Pelayanan Lapangan Gedung Olahraga ABC Pekanbaru

No	Aspek	Uraian
1	Akses	Lokasi lapangan gedung olahraga Angkasa Badminton Centre Pekanbaru mudah dijangkau sarana transportasi karena berada di pinggir jalanbesar.
2	Visibilitas.	Dari sisi visibilitas lokasi lapangan gedung olahraga Angkasa Badminton Centre Pekanbaru dapat dilihat dengan jelas tetapi tidak ada baliho besar gambar lapangan.
4	Tempat parkir	Tempat parkir sangat terbatas, hanya bias beberapa mobil, di karenakan di depan lapangan ada mesin genset, dan tidak beratap.
5	Ekspansi.	Tidak ada ruang untuk pengembangan kedepan, karena tanah sudah habis dengan bangunan.
6	Lingkungan.	Lingkungan sangat mendukung, di karenakan di sekitar kawasan lapangan, terdapat banyak perumahan-perumahan.
7	Persaingan	Persaingan sangat ketat,di karenakan menjamurnya lapangan baru.
8	Peraturan pemerintah	Peraturan pemerintah sangat mendukung, khususnya di bidang olahraga.

Sumber: GOR ABC Pekanbaru, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat ada beberapa permasalahan atau yang menjadi kendala bagi pelanggan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan penyewa lapangan gedung olahraga Angkasa Badminton Centre Pekanbaru. Di antaranya dari visibilitas yang tidak adanya baliho, jalanan sering terjadi macet sehingga konsumen kesulitan untuk masuk ke halaman GOR, serta tempat parkir yang terbatas dan tidak beratap. Maka dengan kondisi tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Rohaeni (2018:70) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Menurut Lovelock-Wright yang diterjemahkan oleh Tjiptono dalam Rohaeni (2018:71), mengemukakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.” Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan definisi para ahli diatas, bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen..

Menurut Hardiansyah dalam Zeithaml dkk (2011:46) Kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *Tangibles* (Berwujud), *Reliability*

(Kehandalan), *Responsiviness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Masing-masing dimensi memiliki Indikator-indikator sebagai berikut:

1. Untuk dimensi *Tangibles* (Berwujud), terdiri atas Indikator:
 - a. Penampilan Petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
 - b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
 - c. Kemudahan dalam proses pelayanan
 - d. Kedisiplinan Petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
 - e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
 - f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
2. Untuk dimensi *Reliability* (Kehandalan), terdiri atas Indikator:
 - a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
 - b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
 - c. Kemampuan Petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
 - d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
3. Untuk dimensi *Responsiviness* (Ketanggapan), terdiri atas Indikator:
 - a. Merespon setiap Pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
 - b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
 - c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
 - d. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
 - e. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
 - f. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
4. Untuk dimensi *Assurance* (Jaminan), terdiri atas Indikator:
 - a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
 - b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
 - c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
 - d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

5. Untuk dimensi *Empathy* (Empati), terdiri atas Indikator:
- Mendahulukan kepentingan Pemohon/pelanggan
 - Petugas melayani dengan sikap ramah
 - Petugas melayani dengan sikap sopan santun
 - Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Panjaitan dan Yuliati dalam Levionna (2018:552), Kepuasan Pelanggan dapat diartikan sebagai kondisi perasaan pelanggan ketika mereka selesai melakukan transaksi dengan perusahaan, kondisi perasaan yang dialami bisa dalam bentuk *negative* atau *positive*.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2011:453) untuk mengukur kepuasan terhadap pelanggan, ada lima indikator yang dipakai secara umum, yaitu:

- Kepuasan Konsumen Keseluruhan**
Yaitu kepuasan konsumen keseluruhan atau jasa yang mereka terima dibandingkan dengan jasa dari para pesaing
- Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harapan**
Menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap konsumen, pada cara ini kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual dari jasa yang dijual perusahaan.
- Minat Pembeli Ulang**
Kepuasan konsumen diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama mereka konsumsi
- Kesediaan untuk Merekomendasikan**

Cara ini merupakan cara yang penting, apabila bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti jasa pendidikan tinggi

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keberhasilan perusahaan jasa mendapatkan pelanggan bergantung pada kualitas layanan yang diberikan. Pelanggan akan mengingat transportasi mana yang memberikan layanan jasa terbaik. Kualitas layanan yang baik membuat pelanggan merasa puas dan tidak kecewa. Persepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Bila kualitas layanan jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan perusahaan perlu memperbaiki kualitas layanan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

Secara teori Farida Jaspar (2011:19) mengemukakan dalam suatu sistem jasa, penyedia jasa dan konsumen merupakan partisipan aktif dalam terbentuknya proses pelayanan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:125) menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, dan *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Gedung Olahraga Angkasa Badminton Centre Pekanbaru yang beralamat di Jalan. Angkasa, Air Hitam, Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru - Riau - Indonesia. Populasi untuk penelitian ini berjumlah 480 orang, dengan menggunakan rumus slovin maka sampel penelitian menjadi 83 orang.

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini dipergunakan teknik pengumpulan data yaitu:

- Teknik pengumpulan data kepustakaan. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai teori-teori, konsep-konsep yang berhubungan dengan variabel penelitian

dari buku-buku dan literature yang relevan.

- b. Teknik Pengumpulan Data Lapangan. Teknik ini digunakan untuk menemukan data empirik dengan menggunakan angket/ kuesioner dengan Skala Likert. Menurut Kinnear (1988) yang dikutip dalam buku Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Husein Umar, 2008:70-71), Skala Likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal. Skala pengukuran adalah Skala Likert yang dibagi kedalam lima, pengukuran, dimana skala pengukurannya menggunakan skala 1 sampai dengan 5 (skala likert).

Dimana angka 1 mewakili Sangat Tidak Setuju (STS) sampai dengan angka mewakili Sangat Setuju (SS).

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan pengolahan data dibantu software SPSS. Adapun rumus regresi linier sederhana:

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X : Kualitas Pelayanan

α : Konstanta Regresi Sederhana

β : Koefisien Regresi

ε : Epsilon

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Reliabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0.852	0.60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.662	0.60	Reliabel

Sumber : Data Olahan 2023

Hasil uji reliabilitas dari tabel diatas dapat dilihat indikator dari variabel kualitas pelayanan nilai Cronbach's Alpha nya sebesar $0.852 > 0.60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel kualitas pelayanan

dinyatakan reliabel. Sedangkan untuk indikator dari variabel kepuasan pelanggan nilai Cronbach's Alpha nya sebesar $0.662 > 0.60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel.

Tabel 6
Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	26.272	4.316		6.086	.000
	Kualitas.Pelayanan	.556	.071	.658	7.868	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan.Pelanggan

Sumber : Data Olahan 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 26.272 + 0.556 X$$

Dari persamaan di atas dapat dilihat nilai konstanta (a) adalah 26.272 yang artinya bahwa jika nilai kualitas pelayanan bernilai nol atau tidak ada, maka nilai kepuasan pelanggan akan

diperoleh sebesar 26.272. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0.556, ini menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan satu satuan maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0.556. Dan nilai sig (signifikansi) sebesar 0.000 yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Hal ini dapat dijelaskan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

Uji t (Parsial)

Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, yang dilakukan untuk melihat atau mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas (independent) secara parsial (individu) terhadap variabel terikat (dependent). Sebelum menentukan t_{hitung} terlebih dahulu ditentukan tingkat signifikansi (α) yaitu 5% atau 0.05 dan 2 sisi, dan untuk menentukan t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi $0.05/2=0.025$ dengan derajat kebebasan $df = N - 2$ atau $83 - 2 = 81$. Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1.98969, dengan kriteria pengujian yang digunakan adalah membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} .

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada signifikansi (α) 0.05

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada signifikansi (α) 0.05

Maka dari itu hasil uji regresi pada tabel 5.39 di dapat hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7.868 > 1.98969$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga H_0 ditolak. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Penyewa Lapangan Gor Angkasa Badminton Centre Pekanbaru.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.658 ^a	.433	.426	3.386	2.082

a. Predictors: (Constant), Kualitas.Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan.Pelanggan

Sumber : Data Olahan 2023

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0.433 atau 43.3% yang berarti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43.3% sedangkan sisanya sebesar 56.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Penyewa Lapangan Gor Angkasa Badminton Centre Pekanbaru hanya sebesar 43.3%.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Berdasarkan hasil dari pengolahan data tanggapan responden terhadap kuesioner yang berkaitan dengan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan keduanya berada pada kategori setuju. Hal ini dikarenakan dari

banyaknya responden yang menanggapi pernyataan kuesioner pada kategori setuju.

2. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana maka diperoleh nilai konstanta (a) adalah 26.272 yang artinya bahwa jika nilai kualitas pelayanan bernilai nol atau tidak ada, maka nilai kepuasan pelanggan akan diperoleh sebesar 26.272. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0.556, ini menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan satu satuan maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0.556. Dan nilai sig (signifikansi) sebesar 0.000 yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dijelaskan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

3. Berdasarkan uji t diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7.868 > 1.98969$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga H_0 ditolak. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Penyewa Lapangan Gor Angkasa Badminton Centre Pekanbaru.
4. Hasil uji determinasi dapat diketahui nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0.433

atau 43.3% yang berarti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43.3% sedangkan sisanya sebesar 56.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Penyewa Lapangan Gor Angkasa Badminton Centre Pekanbaru hanya sebesar 43.3%.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta
- Andespa Roni. 2012. Metodologi Riset Bisnis. Pekanbaru, Al Huda Press.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Danang, Sunyoto. 2013. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Daryanto. 2011. Media Pembelajaran. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djaslim, Saladin. 2012. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya.
- Endang Siswati Prihastuti, Ruben, 2017. Universitas Bandar Lampung judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Saung Citra Bandar Lampung.
- Fani Purmiko, 2021. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Mahaguna Wibakti Kabupaten Kampar.
- Farida Jaspar, 2013. Manajemen Teori,. Bogor Ghalia Inndonesia.
- Husein. 2011. *Metode Riset Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler Philip, 2011. Manajemen Pemasaran, Implementasi dan Perencanaan. alih Bahasa Adi Zakaria. FEUI, Jakarta.
- _____, 2014. Manajemen Pemasaran, Implementasi dan Perencanaan. alih Bahasa Adi Zakaria. FEUI, Jakarta.
- _____, 2015. Manajemen Pemasaran, Implementasi dan Perencanaan. alih Bahasa Adi Zakaria. FEUI, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2013. Mamajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- Stanton J. William, 2010, Prinsip Pemasaran, Penyadur Y. Lamarto, Edisi ke 7, Jakarta : Erlangga.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2010 Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. 2012. Pemasaran Strategic Andi Offset, Yogyakarta.
- Yazid. 2008. Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi. Yogyakarta: Ekonisia
- Zeithaml, Bitner, Gremler, 2011. Services Marketing, Sth Edition, Mc Graw Hill Singapore