

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAPANGAN BASKET SPORT ACADEMY YOGYAKARTA.**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ANGELA TRI OLIVIA PUTRI BINTARTO

11140027

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAPANGAN BASKET SPORT ACADEMY YOGYAKARTA.**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ANGELA TRI OLIVIA PUTRI BINTARTO

11140027

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAPANGAN BASKET SPORT ACADEMY YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

DiSusun Oleh :

Angela Tri Olivia Putri Bintarto

Nim : 11140027

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAPANGAN BASKET SPORT ACADEMY YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ANGELA TRI OLIVIA PUTRI BINTARTO

11140027

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada tanggal **23 JAN 2019**

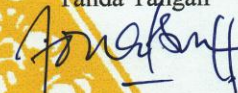
Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim) (Dosen Penguji)

2. Lucia Nurbani Kartika S.Pd., MM
(Dosen Penguji)

3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Penguji)/(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, **01 FEB 2019**

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LAPANGAN BASKET SPORT ACADEMY YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 10 Januari 2019



Angela Tri Citra Putri Bintarto

11140027

MOTTO

“Tidak Ada Sesuatu Yang Mustahil Jika Kau Terus Berusaha”

“ Tidak Ada Yang Berhak Menginjakmu Kecuali Kamu Sendiri Yang Mengijinkannya “

JANGANLAH HENDAKNYA KAMU KUATIR TENTANG APAPUN JUGA, TETAPI NYATAKANLAH DALAM SEGALA HAL KEINGINANMU KEPADA ALLAH DALAM DOA DAN PERMOHONAN DENGAN UCAPAN SYUKUR.

(FILIPI 4 : 6)

APAPUN JUGA YANG KAMU PERBUAT, PERBUATLAH DENGAN SEGENAP HATIMU SEPERTI UNTUK TUHAN DAN BUKAN UNTUK MANUSIA.

(KOLOSE 3 : 23)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Tuhan Yesus Kristus

Papa dan Mama Tercinta

Kedua Saudara Saya

Pak Sisnuhadi

Pak Jonathan Herdioko

Pak Edy

Bella Gabriella Batosau, Yohana Fellisbella, Remil Allesandro Msen, Hamonangan Simare
mare, Mastan Santoso Manik, Kriswahyuni.

FEDCOM.

Almamaterku UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Lapangan Basket Sport Academy Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, saya menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasihNya yang tidak berkesudahan.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga atas bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
3. Kedua orang tua saya tercinta yang sangat luar biasa memberikan dukungan, kasih sayang dan kepercayaan kepada saya selama ini.
4. Kedua saudara saya kakak Nanda dan Kakak Ade yang selalu mendukung dan member semangat kepada saya.
5. Sahabat-sahabat saya terkasih (Bella Yohana, Bella Batosau, Cintia, Felix) yang selalu ada untuk menemani dan menyemangati saya.
6. Seluruh keluarga besar Fedcom dan SG yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
7. Dinas Pemerintahan terkait yang telah memberikan ijin kepada saya untuk melakukan penelitian di Kota Yogyakarta.

8. Semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Sport Academy yang bersedia memberikan dan membantu mengenai semua aspek di lapangan basket Sport Academy dalam penulisan selama ini

Saya menyadari bahwa penulisan laporan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan laporan tugas akhir ini.

Demikian laporan tugas akhir ini saya buat, saya mohon maaf atas semua kesalahan dan semoga karya penulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, 2018

Penulis,

Angela Tri Olivia Putri Bintarto

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi

BAB1

PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5

BAB 2

LANDASAN TEORI	6
2.1 Kualitas Layanan	6
2.2 Citra Merek	9
2.3 Kepuasan Konsumen	10
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka penelitian	15
2.6 Hipotesis	16

BAB 3

METODE PENELITIAN	19
3.1 Data Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.3 Definisi Variabel dan Pengukuran	21
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas	24
3.5 Alat Analisis	26

BAB 4

ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	31
4.2 Analisis Deskriptif	33
4.3 Pengujian Hipotesis	38
4.4 Pembahasan	44

BAB 5

PENUTUP	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53

©UKYDWN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas	32
Tabel 4.2 Uji Reabilitas	33
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	34
Tabel 4.4 Usia	35
Tabel 4.5 Pengeluaran Perbulan	36
Tabel 4.6 Frekuensi Pemakaian	37
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linear Berganda	39
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi	40
Tabel 4.9 Uji F	41
Tabel 4.10 Uji t	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	15
--------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Kuisisioner

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reabilitas

©UKYDWN

ABSTRAK

Permainan bola basket adalah olahraga berkelompok yang terdiri dari dua tim berlawanan dengan anggota masing-masing 5 orang, di mana tujuan permainan bola basket adalah memperoleh poin sebanyak-banyaknya dengan cara memasukkan bola ke dalam ring lawan. Di Yogyakarta banyak sekali tempat yang menyewakan lapangan basket *indoor* maupun *outdoor* salah satunya lapangan Sport Academy. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data empiris yang merupakan data *real* yang dikumpulkan oleh peneliti. Populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen lapangan basket Sport Academy. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah 100 responden. Variabel independen dalam penelitian ini ialah Kualitas Layanan dan Citra Merek sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini ialah Kepuasan Konsumen. Hasil regresi dalam penelitian ini menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan signifikansi 0,002. Variabel citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan signifikansi 0,000. Kesimpulannya ketika kualitas layanan yang diberikan sangat baik maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Reputasi lapangan basket Sport Academy yang baik dan terkenal di masyarakat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Kata kunci : Kualitas layanan, citra merek, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The game of basketball is a sport in a group consisting of two opposing teams with members of each of the 5 persons, where the object of the game of basketball is getting as many points by way of inserting balls into the ring. In Yogyakarta, an awful lot of places rent out indoor and outdoor basketball courts, one of which field Sport Academy. The data used in this research is the empirical data which is the real data collected by researchers. The population of this research are all consumers of basketball court Sports Academy. Samples used by researchers is the 100 respondents. The independent variable in this study is service quality and brand image while the dependent variable in this study is the customer satisfaction. The regression results in this research shows the positive effect of the variable quality of service towards consumer satisfaction with the significance of 0.002. Variable positive effect brand image against consumer satisfaction with the significance of 0.000. Conclusion when the quality of the services provided is very good then customer satisfaction will also increase. The reputation of the basketball court Sports Academy is good and well known in the community then the consumer satisfaction will also increase.

Keywords: service quality, brand image, customer satisfaction

ABSTRAK

Permainan bola basket adalah olahraga berkelompok yang terdiri dari dua tim berlawanan dengan anggota masing-masing 5 orang, di mana tujuan permainan bola basket adalah memperoleh poin sebanyak-banyaknya dengan cara memasukkan bola ke dalam ring lawan. Di Yogyakarta banyak sekali tempat yang menyewakan lapangan basket *indoor* maupun *outdoor* salah satunya lapangan Sport Academy. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data empiris yang merupakan data *real* yang dikumpulkan oleh peneliti. Populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen lapangan basket Sport Academy. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah 100 responden. Variabel independen dalam penelitian ini ialah Kualitas Layanan dan Citra Merek sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini ialah Kepuasan Konsumen. Hasil regresi dalam penelitian ini menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan signifikansi 0,002. Variabel citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan signifikansi 0,000. Kesimpulannya ketika kualitas layanan yang diberikan sangat baik maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Reputasi lapangan basket Sport Academy yang baik dan terkenal di masyarakat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Kata kunci : Kualitas layanan, citra merek, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The game of basketball is a sport in a group consisting of two opposing teams with members of each of the 5 persons, where the object of the game of basketball is getting as many points by way of inserting balls into the ring. In Yogyakarta, an awful lot of places rent out indoor and outdoor basketball courts, one of which field Sport Academy. The data used in this research is the empirical data which is the real data collected by researchers. The population of this research are all consumers of basketball court Sports Academy. Samples used by researchers is the 100 respondents. The independent variable in this study is service quality and brand image while the dependent variable in this study is the customer satisfaction. The regression results in this research shows the positive effect of the variable quality of service towards consumer satisfaction with the significance of 0.002. Variable positive effect brand image against consumer satisfaction with the significance of 0.000. Conclusion when the quality of the services provided is very good then customer satisfaction will also increase. The reputation of the basketball court Sports Academy is good and well known in the community then the consumer satisfaction will also increase.

Keywords: service quality, brand image, customer satisfaction

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Melihat olahraga basket yang berkembang pesat di masyarakat khususnya di Yogyakarta, maka usaha penyewaan lapangan basket sangat menjanjikan. Mulai banyak bermunculan usaha penyedia lapangan basket seperti lapangan Victory, lapangan D4, lapangan Klebengan, lapangan outdoor UNY, Sport Academy, lapangan Boshha (Bopkri Satu), lapangan Kridosono, dan masih banyak lagi. Bertumbuh dan menjamurnya usaha penyedia lapangan basket tak luput dari permintaan konsumen yang beragam, misalnya sekarang banyak konsumen yang lebih menyukai bermain di lapangan berstandar internasional agar terlihat layaknya pemain pro basket, tersedia ruang ganti, kamar mandi dan lahan parkir yang luas.

Sport Academy merupakan tempat atau wadah bagi para pecinta olahraga basket, yang bisa dilakukan kapan saja. Sport Academy memberikan solusi kepada para konsumen yang suka bermain basket. Lapangan Sport Academy juga memiliki beberapa kelebihan seperti lapangan yang standar dan juga bisa di sewa setiap jam. Jadi para konsumen yang sibuk dengan kegiatan kuliah maupun kerja dari pagi sampai sore masih bisa berolahraga di malam hari karena lapangan Sport Academy buka sampai jam 12 malam.

Di Yogyakarta banyak sekali tempat basket, tetapi hanya beberapa yang memiliki lapangan standar yang bersaing dengan Sport Academy, di antaranya ialah lapangan SSS, lapangan Outdoor UNY, lapangan Boshha. Tetapi yang kuat bersaing ialah lapangan SSS dan

Sport Academy. Untuk pemimpin pangsa pasar belakangan ini adalah Sport Academy dan yang kedua ialah lapangan SSS.

Dalam dunia bisnis perusahaan selalu dituntut untuk bersaing dan dapat terus bertahan guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Perusahaan harus memiliki suatu keunggulan agar dapat bersaing dengan produsen merek lain, agar selalu tumbuh dan berkembang. Salah satu hal yang sangat penting guna mewujudkan hal tersebut yaitu melalui citra merek. Citra merek bagi satu perusahaan merupakan salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh perusahaan yang harus dipertahankan.

Dilihat dari penelitian terdahulu kaitan hubungan kualitas layanan dengan kepuasan konsumen, dengan di dukung landasan teori dan penelitian terdahulu :

Pulung Wijaya, Sri Setyo Iriani (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Nav Karaoke DR. Soetomo Surabaya). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung pada persepsi kualitas dan perluasan lini lebih besar dari pada nilai t tabel, dan nilai signifikansi variabel persepsi kualitas dan perluasan lini $< 0,05$.

Kaitan hubungan antara citra merek dengan kepuasan konsumen juga dapat dilihat dari penelitian terdahulu Christian Lasander (2013) dengan judul Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pembeli Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kabupaten Sangihe, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama-

sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pembeli Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kabupaten Sangihe di terima.

Kualitas produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Banyaknya persaingan perusahaan rumahan saat ini memaksa setiap produsen pandai dalam memilih produk untuk dihasilkan, salah satu diantaranya adalah Industri rumah tangga Audia di tahuna kabupaten sangihe. Perusahaan rumahan yang bergerak di bidang makanan tradisional Dodol Daging Pala ini termasuk perusahaan rumahan yang sukses dalam perkembangannya, berdiri pada tahun 2003 dan telah 10 tahun berkiprah dalam dunia bisnis, perusahaan rumahan ini mampu bertahan di tengah maraknya persaingan pada bidang makanan dengan para pesaingnya. Tercatat omzet penjualan dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Hal ini tidak terlepas dari kegigihan dan keuletan pihak manajemen perusahaan dalam merencanakan pemasaran terhadap produknya. Selain itu promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan juga tersampaikan kepada masyarakat secara tepat karena banyak masyarakat yang mengenal produk Dodol Daging Pala ini dihasilkan oleh adalah Industri rumah tangga Audia di tahuna kabupaten sangihe.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen dengan judul

“ Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lapangan Basket Sport Academy Yogyakarta “.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang mendasari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada lapangan basket Sport Academy Yogyakarta ?
- b. Apakah variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada lapangan basket Sport Academy Yogyakarta ?
- c. Apakah variabel kualitas layanan dan citra merek bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada lapangan basket Sport Academy Yogyakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan lapangan basket Sport Academy.
- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan lapangan basket Sport Academy.
- c. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan lapangan basket Sport Academy.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di bidang pemasaran, khususnya terhadap permasalahan dengan pengembangan produk atau jasa, sehingga

hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan informasi sebagai bahan pembandingan selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam pengembangan produk dan jasa dalam aktivitas pada strategi pemasaran serta berguna untuk menentukan pengambilan keputusan dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang dengan semakin berkembangnya jaman dan teknologi.

1.4.3 Manfaat Bagi Penulis

Memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan dan memperluas wawasan penerapan teori dan pengetahuan yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas, penelitian ini difokuskan pada :

- a. Variabel yang diteliti adalah Kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan Konsumen Lapangan Basket Sport Academy.
- b. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna lapangan basket Sport Academy di Yogyakarta.
- c. Jumlah responden yang diteliti 100 orang di Yogyakarta.
- d. Jasa/ layanan yang diteliti adalah lapangan basket Sport Academy di Yogyakarta.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen di lapangan basket Sport Academy Yogyakarta. Perusahaan yang menjadi lokasi dalam penelitian ini adalah lapangan basket Sport Academy Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden di mana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan lapangan basket Sport Academy yang dalam satu bulan terakhir menggunakan lapangan basket Sport Academy. Langkah utama penelitian yaitu mengambil 30 sampel responden untuk dilakukan pengujian validitas dan reabilitas. Jika dinyatakan sudah *valid* dan *reable*, maka penelitian dilanjutkan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 70 responden. Jadi total seluruh responden dalam penelitian adalah 100 orang.

a. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki – laki dengan jumlah 56 responden (56%). Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 18 – 20 tahun yaitu sebanyak 86 responden (86%). Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pengeluaran per bulan Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000 yaitu sebanyak 59 responden (59%). Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan frekuensi 1 kali menggunakan lapangan basket Sport Academy dalam 1 bulan terakhir yaitu sebanyak 90 responden (90%).

b. Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil analisis regresi untuk Koefisien Determinasi (R^2), dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek mempengaruhi sebesar 63,2% terhadap variabel kepuasan konsumen, sedangkan sisanya yaitu 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Artinya bahwa kualitas layanan yang diberikan dan citra merek yang dimiliki oleh lapangan basket Sport Academy sangat baik kepada konsumen sehingga kepuasan konsumen meningkat.

c. Hasil Analisis Uji F

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dibahas dalam Bab IV, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yang terdiri dari kualitas layanan dan citra merek secara simultan atau bersama – sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di lapangan basket Sport Academy Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0,000. Artinya bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek sangat berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen karena memiliki nilai probabilitas dimana lebih kecil daripada taraf signifikan 0,05.

d. Hasil Analisis Uji t

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dengan nilai signifikan 0,002 dan citra merek dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lapangan basket Sport Academy Yogyakarta. Artinya bahwa dengan nilai signifikan kurang dari 0,05

menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini berarti hipotesis diterima.

5.2 Saran

a. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan

Ditinjau dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka perusahaan perlu mempertahankan kinerja dalam memberikan kualitas layanan yang baik dan citra merek yang telah dimiliki agar dapat menarik konsumen untuk menggunakan lapangan basket Sport Academy. Selain itu perusahaan juga perlu memperhatikan fasilitas – fasilitas dan perawatan lapangan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, yaitu :

- i. Pada penelitian mendatang, peneliti diharapkan dapat mencari dan menganalisis variabel baru yang masih ajrang ditemukan hasil penelitiannya supaya ada pembaharuan variabel penelitian khususnya dalam lingkup manajemen pemasaran.
- ii. Dalam membuat kuisisioner, peneliti diharapkan bisa membuat pernyataan – pernyataan yang sesuai indikator yang ada serta pernyataan yang mudah dimengerti oleh responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Lewis, B. R., dan Mitchell, V. W., (1990). "Defining and Measuring The Quality of Customer Service," *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 8.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta ; Salemba empat
- Ogi Sulistian. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Sutisna dan Pawitra, (2001), *PerilakuKonsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Rambat, Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Wilkie, W.L (1990), "Consumer Behavior", 2nd ed., John Wiley & Sons. New York*
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Marketing Scale*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Lasander, C. 2013. *Citra merek, kualitas produk, dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional*. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Azwar, Saifuddin.2004. *Metode Penelitian*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Chaer, Abdul.1993. *Gramatika Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta. ----- 2003. *Linguistik Umum*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.

- Husien Umar. (2001) *Metode Penelitian dan Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia
Pustaka Umum
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Malhotra, N.K, 2004. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*. Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2000. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Anissa, M. 2016. *Pengaruh citra merek, kepervayaan merek dan kepuasan konsuemn terhadap loyalitas merek jasa kurir*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huda, N. 2012. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Selemba Empat
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Penerbit Prenhallido, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi 9*. Terjemahan: Hendra Teguh et.al. Jakarta, PT Prenhallindo.

- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2003. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.
- Lamb, Cahrls.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, 2001, Pemasaran, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, J. 2014. *Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan word of mouth pada produk autan*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Nuriyani, F. 2015. *Analisis pengaruh kualitas produk dan brand images terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen teh botol sosro*. Malang : Universitas Brawijaya Malang.
- Sugiyono, 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N. 2014. *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik hijau merek The Body Shop*.