

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PEMAKAI
LAPANGAN FUTSAL TIFOSI DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh:

KORINUS WATORI

11074565

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2014

i

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PEMAKAI
LAPANGAN FUTSAL TIFOSI DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

KORINUS WATORI

NIM : 11074565

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

Lembar Pengesahan

Skripsi dengan judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PEMAKAI
LAPANGAN FUTSAL TIFOSI DI YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:


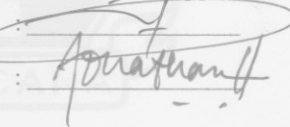
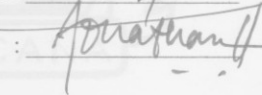
**KORINUS WATORI
11074565**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal 16 Januari 2013

Nama Dosen

1. Dra. Ety Istriani, MM
(dosen ketua tim)
2. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdoko, SE., MM.
(Dosen Pembimbing)

tanda tangan

: 
: 
: 

Yogyakarta, 22 JAN 2014
Disahkan Oleh:

Dekan



Dr. Singih Santoso, M.M.

Ketua Program Studi,


Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

HALAMAN PERSETUJUAN

**Judul skripsi : FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAAN PEMAKAI LAPANGAN FUTSAL TIFOSI
DI YOGYAKARTA**

Nama : Korinus Watori

NIM : 11074565

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

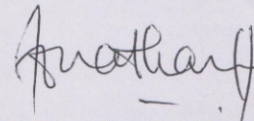
Program studi : Manajemen

Tahun akademik : 2012/2013

Telah diterima dan disetujui

Di yogyakarta, Desember 2013-12-05

Dosen pembimbing skripsi



(Jonathan Herdioko, SE., MM)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PEMAKAI LAPANGAN FUTSAL TIFOSI DI YOGYAKARTA"

Yang saya kerjakan untuk melangkapi 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 sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 8 Mei 2013



Korinus Watori

HALAMAN MOTTO

"Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya kepada Tuhan Yesus Kristus dan dimanapun kita berada, kepada Dialah tempat meminta dan memohon"

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- Tuhan Yesus Kristus yang memberikan anugrah dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
- My lovely parents:
Bapak Julius Y Watori, SE.MM
Ibu Debora L Watori
- My Sisters, Beatrix E P Watori
- My Brother, Valentino Watori
- Almamaterku Universitas Kristen Duta Wacana

Kata Pengantar

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia dan penyertaannya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemakai Lapangan Futsal TIFOSI di Yogyakarta”* dipergunakan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Namun demikian penulis berusaha agar skripsi ini memenuhi syarat baik dalam bentuk penulisan maupun isinya.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus yang selalu memberkati, memberi kekuatan dan memberi hikmat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Jonathan Herdioko SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran

yang bermanfaat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

3. Bapak Singih Santoso, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah memberikan banyak pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak Ragil, selaku pemilik lapangan Tifosi Futsal yang telah memberikan ijin untuk penulis mencari data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Papa dan mama yang selama ini selalu mendoakan dan memberi dukungan, baik moril maupun materil.
7. Kakak, Adik, Saudara, yang selalu memberikan semangat dan dukungan hingga skripsi ini selesai.
8. Orang terkasih, terima kasih buat doa dan dukungan yang sudah di berikan sampai skripsi ini selesai.
9. Teman-teman semua yang telah menemani, memberikan semangat dan doa kepada penulis
10. Teman-teman Formapa, yang telah memberikan dukungan dalam doa dan semangat.

11. Semua pihak yang terlibat dan turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk bantuan dan dukungannya.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 8 Mei 2013

Penulis,

(Korinus Watori)

©UKDW

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Abstraksi.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.2. Strategi Pemasaran.....	7
2.3. Bauran Pemasaran.....	9

2.4. Perilaku Konsumen.....	13
2.5. Keputusan Pembelian.....	14
2.6. Model Penelitian.....	16
2.7. Hipotesis Penelitian.....	17
2.8. Penelitian Terdahulu.....	18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Data.....	19
3.2. Populasi dan Sampel.....	20
3.3. Variabel dan Pengukuran.....	21
3.3.1. Definisi Variabel.....	21
3.3.2. Variabel Penelitian.....	21
3.3.3. Pengukuran Variabel.....	23
3.4. Metode Pengujian Kuisioner.....	24
3.4.1. Uji Validitas.....	24
3.4.2. Uji Rentabilitas.....	25
3.5. Metode Analisis Data.....	26
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	26
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.6. Uji Signifikansi.....	28
3.6.1. Uji t.....	28
3.6.2. Uji F.....	29

3.6.3. Koefisien Determinasi.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Statistik Deskriptif.....	32
4.2. Hasil Pengolahan Data.....	33
4.2.1. Hasil Uji Validitas, Rentabilitas dan Analisi Prosentase.....	33
4.3. Regresi Linear Berganda.....	39
4.3.1. Uji Signifikansi.....	41
4.3.2. Koefisien Determinasi.....	41
4.3.3. Uji t.....	42
4.3.3. Uji F.....	44
BAB V SIMPULAN dan SARAN	
5.1. Simpulan.....	46
5.2. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Statistik Deskriptif.....	32
Tabel 4.2.	Hasil Uji Validitas Variabel-Variabel.....	34
Tabel 4.3.	Hasil Uji Reabilitas.....	35
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Gender.....	35
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4.9	Hasil Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi.....	41
Tabel 4.11	Uji t.....	42
Tabel 4.12	Uji F.....	45

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini menjadikan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Terlebih lagi dalam pemenuhan atas kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan mengharapkan sesuatu hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat tetap bertahan.

Faktor yang menjadi titik penelitian ini adalah dari segi bauran pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Untuk itulah, dengan mengamati keputusan pemakaian lapangan Tifosi futsal diharapkan kita dapat mengetahui sejauh mana pengaruh keempat faktor tersebut dalam terjadinya proses keputusan pemakaian konsumen.

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel seperti *Product, Price, Place and Promotion* pada konsumen yang memakai dan menggunakan lapangan Tifosi Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda, secara parsial variabel produk dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan variabel produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : *Product, Price, Place, Promotion*, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Bussiness development of the world is increasingly rapid makes companies have to face stiff competition. Moreover, in the fulfillment of needs, consumers today tend to be more individualistic and expect something more private or personal nature. To meet these needs of company demand be able to understand the wants and needs of consumers in order to stay afloat.

Factors that be the point of this study is in terms of the marketing mix, namely product, price, place, and promotion. For this reason, by observing the usage decision is expected Futsal Field Tifosi we can determine the extent of the influence of these four factors in the adoption decision process of consumers.

This study uses variables such as Product, Price, Place and Promotion on consumers who wear and use Futsal Field Tifosi Yogyakarta. Based on the results of studies using multiple linear regression analysis, in partial effect on the promotion of products and customer satisfaction. Simultaneously, variable product, price, place and promotion effect on customer satisfaction.

Key words: Product, Price, Place, Promotion, Consumer Satisfaction.

©UKDW

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini menjadikan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Terlebih lagi dalam pemenuhan atas kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan mengharapkan sesuatu hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat tetap bertahan.

Faktor yang menjadi titik penelitian ini adalah dari segi bauran pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Untuk itulah, dengan mengamati keputusan pemakaian lapangan Tifosi futsal diharapkan kita dapat mengetahui sejauh mana pengaruh keempat faktor tersebut dalam terjadinya proses keputusan pemakaian konsumen.

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel seperti *Product, Price, Place and Promotion* pada konsumen yang memakai dan menggunakan lapangan Tifosi Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda, secara parsial variabel produk dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan variabel produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : *Product, Price, Place, Promotion*, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Bussiness development of the world is increasingly rapid makes companies have to face stiff competition. Moreover, in the fulfillment of needs, consumers today tend to be more individualistic and expect something more private or personal nature. To meet these needs of company demand be able to understand the wants and needs of consumers in order to stay afloat.

Factors that be the point of this study is in terms of the marketing mix, namely product, price, place, and promotion. For this reason, by observing the usage decision is expected Futsal Field Tifosi we can determine the extent of the influence of these four factors in the adoption decision process of consumers.

This study uses variables such as Product, Price, Place and Promotion on consumers who wear and use Futsal Field Tifosi Yogyakarta. Based on the results of studies using multiple linear regression analysis, in partial effect on the promotion of products and customer satisfaction. Simultaneously, variable product, price, place and promotion effect on customer satisfaction.

Key words: Product, Price, Place, Promotion, Consumer Satisfaction.

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini menjadikan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Dalam era perkembangan zaman yang semakin cepat dan batas yang semakin tipis menuntut manusia untuk lebih *customized* (Cespedes, 1995). Terlebih lagi dalam pemenuhan atas kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan mengharapkan sesuatu hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat tetap bertahan. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas kelebihan produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk tersebut.

Tifosi Futsal merupakan tempat atau wadah bagi para konsumen pencinta olahraga sepak bola yang bisa dilakukan kapan saja, Tifosi Futsal memberikan solusi kepada para konsumen yang suka dengan sepak bola atau sekedar mencari keringat dengan bermain sepak bola tanpa menyewa lapangan besar yang sekarang sangatlah mahal. Sedangkan di Tifosi Futsal menawarkan beberapa kemudahan, di mana memiliki 2 buah lapangan dan bisa di sewa setiap jam. Jadi para konsumen yang sibuk dengan kegiatan perkuliahan atau kerja tetap berolahraga malam hari. karena, di Tifosi Futsal buka sampai dengan jam 12 malam.

Di Yogyakarta, banyak sekali tempat futsal, yang bersaing dengan Tifosi futsal, diantaranya adalah: Planet Futsal, Jakal Futsal, 4R Futsal, Lempuyangan Futsal. Tetapi, yang menguasai dan kuat bersaing hanya ada dua tempat yaitu Tifosi Futsal dan Planet Futsal. Untuk pemimpin pangsa pasar Futsal belakangan ini adalah Tifosi Futsal lalu Planet Futsal mengikuiti di belakangnya. Iklan mempengaruhi minat konsumen dalam tindakannya dan keyakinannya akan produk yang ditawarkan perusahaan. Peran iklan dalam mempengaruhi penjualan seperti yang terlihat dari berbagai teknik periklanan radio, koran dan sponsorsip dengan tingkat eksposur iklan memberikan citra tersendiri bagi konsumen (Lutz : 1995). Perusahaan berharap konsumen potensial akan berperilaku seperti yang diharapkan melalui iklan komersialnya. Sikap terhadap iklan ini diawali cara konsumen berfikir mengenai sebuah Iklan. Sikap terhadap iklan merupakan cara konsumen merasakan hal tersebut. Assael (2001: 368) mendefinisikan sikap terhadap iklan adalah kecenderungan konsumen untuk menjawab dengan baik atau tidak baik terhadap iklan tertentu.

Dalam penelitian ini selain dipengaruhi secara langsung oleh sikap terhadap iklan, minat beli konsumen dipengaruhi langsung oleh sikap terhadap merek. Pembentukan sikap terhadap merek menurut Burke dan Edell (1989); Mackenzie, Lutz dan Belch (1986) dipengaruhi secara langsung oleh persepsi konsumen terhadap produk atau pesan. Sikap terhadap merek diawali oleh proses kognitif yang bekerja terhadap rangsangan. kemudian akan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Assael (2001: 82) sikap terhadap merek yaitu merupakan pernyataan mental yang menilai positif atau negatif, bagus tidak bagus, suka tidak suka suatu produk.

Dalam hal ini, penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemakaian lapangan futsal Tifosi Yogyakarta. Faktor yang menjadi titik penelitian ini adalah dari segi bauran pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Untuk itulah, dengan mengamati keputusan pemakaian lapangan Tifosi futsal diharapkan kita dapat mengetahui sejauh mana pengaruh keempat faktor tersebut dalam terjadinya proses keputusan pemakaian konsumen.

Dari latar belakang yang dikemukakan maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan dengan **”FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PEMAKAIAN LAPANGAN FUTSAL TIFOSI di YOGYAKARTA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta ?
- c. Apakah tempat berpengaruh terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta ?
- d. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta ?

- e. Apakah variabel-variabel 4P berpengaruh terhadap kepuasan pemakaian Tifosi Futsal Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang dibahas tidak terlalu luas maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Produk yang diteliti adalah lapangan Futsal Tifosi
- b. Responden penelitian adalah konsumen yang memakai dan menggunakan lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta.
- c. Jumlah responden yang diteliti adalah 100 orang.
- d. Variabel-variabel yang diteliti adalah
 1. Produk
 2. Harga (price)
 3. Tempat (place)
 4. Promosi
 5. Kepuasan

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta.
- b. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta.

- c. Mengetahui pengaruh tempat terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta.
- d. Mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pemakaian lapangan Futsal Tifosi Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Tifosi Futsal terkait dalam melakukan pengembangan dan perbaikan pemasaran Tifosi Futsal Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengimplementasikan teori-teori pemasaran yang didapat dari kegiatan perkuliahan ke dalam pasar yang sesungguhnya.

1.5.3 Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan untuk bisa mendaikan arsip atau referensi nyata bagi universitas dalam penerapan pemasaran sesuai dengan yang diteliti secara langsung pada pangsa pasar.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada 100 responden yang menggunakan jasa lapangan Tifosi Futsal Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

a. Analisis berdasarkan profil konsumen

Dari analisis prosentasi yang di simpulkan bahwa konsumen yang berkunjung di Tifosi Futsal Yogyakarta mayoritas berjenis kelamin laki-laki (87%) sedangkan wanita (13%), berusia 21-25 tahun sebanyak 54 orang (54%), dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 100 orang (100%), dan tingkat pendapatan Rp. 750.000 - Rp. 1.500.000 sebanyak 49 orang (49%).

b. Analisis regresi linier berganda

Berdasarkan regresi linier berganda dari empat variabel yang dimasukan ke dalam model regresi, diambil beberapa kesimpulan untuk pengujian yang dilakukan sebagai berikut :

i) Uji t

Berdasarkan hasil uji t maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Tifosi Futsal Yogyakarta.

Sedangkan variabel harga dan tempat tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Tifosi Futsal Yogyakarta.

ii) Uji F

Berdasarkan hasil Uji F (Anova) diketahui bahwa tingkat signifikan atau probabilitas sebesar 0,000 (probabilitas < 0.05), maka H_0 ditolak H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (produk, harga, tempat dan promosi) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/ konsumen.

5.2.Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran yang mungkin dapat dipergunakan sebagai masukan bagi pengelola Jasa Lapangan Tifosi Futsal Yogyakarta dalam mengambil keputusan.

a. Untuk perusahaan

Jasa lapangan Tifosi Futsal Yogyakarta harus terus meningkatkan kualitas produk karena berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap Jasa Lapangan Tifosi Futsal Yogyakarta dan atribut yang paling dirasakan kepuasannya berdasarkan hasil penelitian adalah atribut Produk dalam hali ini Lapangan. Dengan ditingkatkannya kualitas Produk maka konsumen akan selalu mendapatkan kepuasan ketika

menggunakan Jasa Lapangan Futsal dan tentunya akan terus menggunakan Jasa Tifosi Futsal Yogyakarta.

b. Peneliti selanjutnya

Untuk Peneliti Selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variable eksternal yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti adanya cafe yang berdekatan atau satu lokasi dengan Jasa Lapangan Futsal karena bisa saja faktor eksternal tersebut juga mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa futsal tersebut.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2004. *Marketing Management*. PT.Grafindo Persada. Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Erland. Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management Volume 2*. Earth Literaly. Jakarta
- Kotler, Philip. 1997. *Basic Marketing*. PT.Prenhalindo. Jakarta
- Rismiati E, Catur. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Kanisius. Yogyakarta
- Schiffman, L.G dan Kanuk, L.L. 2003. *Consumer Behavior, 8th edition*. Prentice hall. New Jersey
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta
- Tull, D.S dan L.R. Kahle. 1990. *Marketing Management, International edition*. New York. USA
- Website,
<http://eprints.mdp.ac.id/747/1/jurnal%202009200041%20wanda%20getrycia.pdf>