

JURNAL KOMPILEK

Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi

Atika Syuliswati

PENGARUH PENERAPAN PRINSIP *GOOD UNIVERSITY GOVERNANCE* PADA PENYUSUNAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA DI POLITEKNIK NEGERI MALANG

Sandi Eka Suprajang

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PADA KONSUMEN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KOTA BLITAR

Aris Sunandes

PENGARUH RISIKO KEUANGAN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN BATUBARA LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA

Afif Nur Rahmadi

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA SPORT CENTER (*Studi Kasus Mensana Sport Center Futsal Kediri*)

Retno Murnisari

PERSEPSI MANAGER TERHADAP FUNGSI CONTROLLER

*Lutvi Havaludin Najib/
Elfia Nora*

ANALISIS POLA HUBUNGAN MODAL SOSIAL DENGAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR* (OCB) SEBAGAI PENOPANG KINERJA PRODUKSI PADA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI KOPERASI SERBA USAHA BROSEM KOTA BATU

Imam Bukhori

PENGARUH PERSEPSI PESERTA DIDIK TENTANG KOLEKSI DAN SARANA PERPUSTAKAAN TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG

*Yudiarto Perdana
Putra/Nur Laely*

ANALISIS LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN RASIO LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, DAN RENTABILITAS UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PADA KOPERASI MANUNGAL UNIVERSITAS KADIRI

Rony Ika Setiawan

PENGARUH FINANCIAL KUALITAS KEHIDUPAN KERJA DITINJAU DARI PERSEPSI TERHADAP KOMPENSASI KERJA (*Studi Kasus pada Winner Gym Kota Blitar*)

[Vol 7, No. 1]

Hal. 1 - 109

Juni 2015

Diterbitkan oleh:
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA BLITAR
Jl. Mastrip 59 Blitar 66111, Telp./Fax : (0342) 802330/813779
Email : info@stieken.ac.id

JURNAL KOMPILEK

Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi

**Diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
STIE Kesuma Negara Blitar sebagai terbitan yang menyajikan informasi dan
analisa persoalan ilmu ekonomi, manajemen, maupun akuntansi.**

Pelindung

Iwan Setya Putra, SE., Ak., MM.

Pemimpin Redaksi

Aris Sunandes, SE., MM.

Sekretaris Redaksi

Vera Noviana, SE., Ak.

Pelaksana Redaksi

Siti Sunrowiyati, SE., MM.

Sandi Eka Suprajang, SE., MM.

Penyunting

Tanto Askriyandoko Putro, SE., MM.

Reviewers:

Prof. Dr. HM. Pudjihardjo, SE, MS – Universitas Brawijaya
Iwan Setya Putra, SE., Ak., MM – STIE Kesuma Negara
Yudhanta Sambharakreshna SE., MSi., Ak – Universitas Trunojoyo

Alamat Redaksi:

**Kampus STIE Kesuma Negara
Jl. Mastrip No. 59, Blitar, Jawa Timur – 66111**

Telepon/Fax:

(0342) 802330 / (0342) 813788

on-line:

<http://www.stieken.ac.id>

E-mail:

info@stieken.ac.id

JURNAL KOMPILEK

Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi

Daftar Isi :

<i>Atika Syuliswati</i>	PENGARUH PENERAPAN PRINSIP <i>GOOD UNIVERSITY GOVERNANCE</i> PADA PENYUSUNAN ANGGARAN BERBASIS KINERJA DI POLITEKNIK NEGERI MALANG (Hal. 1-12)
<i>Sandi Eka Suprajang</i>	PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PADA KONSUMEN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KOTA BLITAR (Hal. 13-23)
<i>Aris Sunandes</i>	PENGARUH RISIKO KEUANGAN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN BATUBARA LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA (Hal. 24-36)
<i>Afif Nur Rahmadi</i>	ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA SPORT CENTER (<i>Studi Kasus Mensana Sport Center Futsal Kediri</i>) (Hal. 37-45)
<i>Retno Murnisari</i>	PERSEPSI MANAGER TERHADAP FUNGSI CONTROLLER (Hal. 46-65)
<i>Lutvi Haviludin Najib/ Elfia Nora</i>	ANALISIS POLA HUBUNGAN MODAL SOSIAL DENGAN <i>ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR</i> (OCB) SEBAGAI PENOPANG KINERJA PRODUKSI PADA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI KOPERASI SERBA USAHA BROSEM KOTA BATU (Hal. 66-79)
<i>Imam Bukhori</i>	PENGARUH PERSEPSI PESERTA DIDIK TENTANG KOLEKSI DAN SARANA PERPUSTAKAAN TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG (Hal. 80-88)
<i>Yudiarto Perdana Putra/Nur Laely</i>	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN RASIO LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, DAN RENTABILITAS UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PADA KOPERASI MANUNGAL UNIVERSITAS KADIRI (Hal. 89-98)
<i>Rony Ika Setiawan</i>	PENGARUH FINANCIAL KUALITAS KEHIDUPAN KERJA DITINJAU DARI PERSEPSI TERHADAP KOMPENSASI KERJA (<i>Studi Kasus pada Winner Gym Kota Blitar</i>) (Hal. 99-109)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KENYAMANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
JASA SPORT CENTER
(Studi Kasus Mensana Sport Center Futsal Kediri)**

Afif Nur Rahmadi

Universitas Kadiri

Email : afifnur85@yahoo.co.id

Abstrak: Penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dan pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen. Sample yang digunakan dalam penelitian ini, sejumlah 100 responden. Analisa data ini menggunakan dengan Regresi berganda. Dengan variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan kenyamanan (X_3) sebagai variabel dependent sedangkan dengan variabel independent atau keputusan konsumen (Y). Berdasarkan perhitungan dari analisis regresi dengan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui bahwa pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan Selanjutnya pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk. Begitu pula perhitungan selanjutnya diketahui bahwa pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh kenyamanan. Sedangkan hasil uji t diperoleh terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kenyamanan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri. Sedangkan Uji f dilakukan mendapatkan hasil secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara simultan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen sebesar 20,1% sedangkan sisanya 79,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kualitas produk, kenyamanan dan Keputusan konsumen

PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha saat ini banyak perusahaan baru yang muncul yang mana perusahaan tersebut harus siap bersaing dengan perusahaan yang sejenis. Yang mana untuk mencapai suatu tujuan dan agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidupnya, maka dibutuhkan kemampuan perusahaan untuk menganalisa dan mengantisipasi terhadap perubahan yang terjadi disekitarnya, sehingga perusahaan mampu menemukan apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh seorang konsumen. Apalagi di negara kita saat ini usaha atau bisnis dibidang jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat. Untuk mengantisipasi kebutuhan dan perkembangan masyarakat maka banyak pengusaha yang menangkap peluang ini dengan mendirikan suatu bisnis hiburan. Bisnis ini memberikan peluang keuntungan yang tinggi. Disisi lain peluang ini yang ditangkap oleh pengusaha hiburan

untuk mendirikan usaha yang sama khususnya hiburan dalam bentuk olahraga. Untuk persaingan yang sangat ketat pengusaha bisnis hiburan harus mampu menarik minat konsumen. Dengan berbagai cara antara lain dengan menawarkan produk yang selalu mengikuti perkembangan atau yang menjadi tren pada saat ini, pemenuhan kebutuhan dan mengerti perilaku atau selera konsumen. Serta peningkatan kualitas pelayanan dan pemberian berbagai kemudahan. Pelayanan yang dimaksud ini meliputi keramahan, kesopanan, penampilan, yang menarik dan lain-lain. Selain kualitas pelayanan dan juga produk yang tidak kalah penting adalah kenyamanan seorang pengunjung. Kenyamanan itu bisa berupa layout, desain interior dan juga keamanan pengunjung, baik keamanan barang maupun dirinya sendiri. Ini terlihat dari adanya loker ataupun sekuriti yang berjaga. Dalam pengambilan keputusan pembelian

yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis (Kotler, 2001). Faktor budaya secara luas mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Faktor sosial menunjukkan interaksi sosial antara konsumen dan mempengaruhi sekelompok orang, seperti pada referensi kelompok, opini para pemimpin dan para anggota keluarga. Faktor individu, termasuk jenis kelamin, umur, keluarga, dan daur hidup keluarga (*Family Life Cycle Stage*), pribadi, konsep hidup, dan gaya hidup adalah unik pada setiap individu dan memerankan aturan utama pada produk yang diinginkan konsumen. Faktor psikologis menentukan bagaimana menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan pengaruh pada keputusan yang akan diambil oleh konsumen yang di dalamnya dari persepsi, motivator, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas pokok rumusan dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Kediri?
- b. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Kediri?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Kediri.
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Kediri.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.

- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Demina (1982), kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen atas suatu produk yang dihasilkan. Menurut Felgenbaum (1986), kualitas produk adalah suatu produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Garvin (1988), kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, atau tenaga kerja, proses serta lingkungan yang mematuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan kutipan pendapat di atas kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana produk tersebut memiliki kualitas yang standar

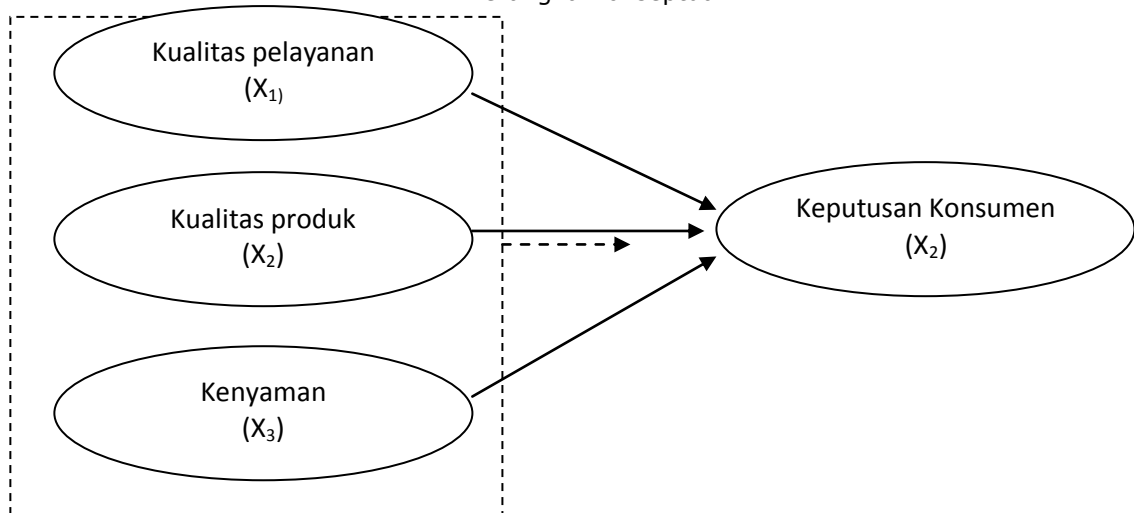
dengan kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

Pengertian Kenyamanan

Adapun pengertian kenyamanan berdasarkan Webster's 1913 Dictionary, 2003 adalah sebuah kesenangan, kebebasan dari rasa sakit, kebutuhan atau kegelisahan, atau apapun yang berkaitan sesuatu yang tidak menyenangkan. Hal serupa juga diungkapkan oleh *Wordnet dictionary*, 2003 sebuah ketenangan dan perasaan tidak memiliki kegelisahan dan rasa sakit. Berdasarkan kutipan di atas kenyamanan adalah perasaan tenang dan tidak gelisah saat berada dalam suatu situasi atau lingkungan.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti perhotelan, penerbangan dan maskapai penerbangan, dalam mempertahankan atau mengembangkan usahanya sangat bergantung kepada kualitas layanan yang akan memberikan kepuasan kepada pelanggan dan ujungnya loyalitas pelanggan.

Kerangka Konseptual



Kenyamanan sangat erat hubungannya dengan kualitas layanan salah satu cara pengukuran kualitas layanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan metoda pengukuran Rater, singkatan dari *Reliability, Assurance,*

Tangible, Emphaty dan Responsiveness. *Customer Service* keramahannya adalah modal dasar bicara mengenai pelayanan maka sisi orang atau petugas bagian pelayanan adalah bagian yang terpenting, termasuk di dalamnya adalah

keramahan, ketepatan dan kecepatan melayani akan sangat berdampak kepada kepuasan pelanggan. Kalau dalam konteks industri perbankan, sebagai misal sebuah Kantor Cabang, maka keramahan *Customer Service*, *Teller* dan pimpinan cabang memegang peran sangat penting dalam kenyamanan dan kepuasan nasabah bertransaksi di kantor cabang. Tidak ketinggalan bahkan Satpam atau *Security* dan petugas parkir punya andil. Namun demikian, tidak dapat dihindari bahwa kenyamanan dan kepuasan nasabah bertransaksi tidak hanya bergantung pada keramahan dan keahlian skill para frontliner. Sekalipun teller ramah tapi selama menggunakan antrian ruangan tidak nyaman, AC kurang dingin, sistem antrian tidak diatur dengan baik sehingga bisa saling serobot, tempat sampah dibawah meja penulisan slip setoran penuh dengan kertas-kertas bekas salah tulis slip. Tentu anda akan merasa sangat tidak nyaman. Berdasarkan gambar tersebut diatas, maka dalam penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan pada pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.
2. Diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.
3. Diduga ada pengaruh kenyamanan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.

METODE PENELITIAN

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif, Yaitu analisis data yang menggunakan uraian dan penjelasan penafsiran dan membuat gambaran yang melukiskan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada tentang pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan kenyamanan terhadap pengambilan keputusan konsumen pada Mensana Sport Center Futsal Kediri.

PEMBAHASAN

Analisa Data dan Pembahasan

Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, dilakukan evaluasi ekonometrik menguji asumsi klasik agar hasil kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan nilai bias. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

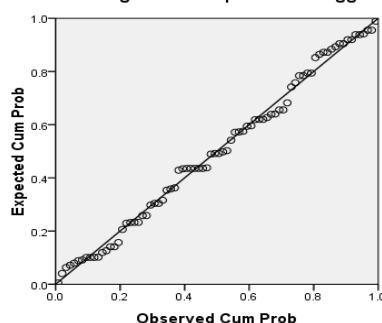
Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normalitas P-P plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang tidak jauh dari garis diagonal.

Uji Normalitas Analisis Grafik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa



Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan menggunakan nilai

VIF. Suatu variabel menunjukkan gejala multikolonieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF dari variabel bebas pada model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel Pengujian Multikolonieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Kualitas pelayanan	1.059	Tidak multikolonier
Kualitas produk	1.022	Tidak multikolonier
Kenyamanan	1.057	Tidak multikolonier

Hasil pengujian menunjukan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukan adanya gejala multikolonieritas dalam model regresi.

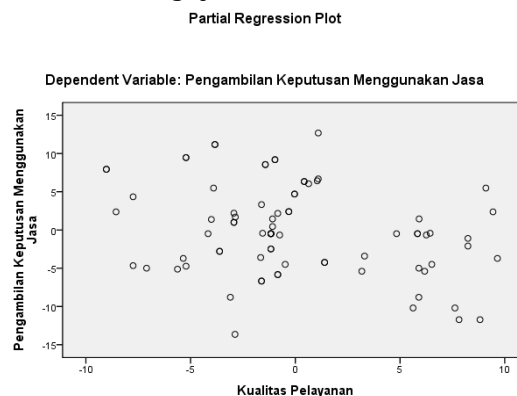
Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara yang satu dengan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Dan jika varian berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang

baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heterokedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independent. Dari scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar Pengujian Heterokedastisitas



Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara parsial maupun secara bersama-sama mempengaruhi

pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel berikut ini.

Tabel Hasil Analisis
Regresi Linie Berganda Pengaruh Variabel
Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y)

Coefficients ^a									
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1 (Constant)	83.069	16.681		4.980	.000	49.845	116.292		
Kualitas Pelayanan	-.382	.136	-.291	-2.799	.006	-.653	-.110	.966	1.035
Kualitas Produk	-.484	.163	-.305	-2.970	.004	-.809	-.160	.991	1.010
Kenyamanan	.540	.310	.181	1.741	.086	-.078	1.157	.962	1.040

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linier berganda diperoleh konstanta sebesar 77,347 dan koefisien regresi tiap variabel bebas dengan nilai $b_1 = -0,306$, $b_2 = -0,496$ dan $b_3 = 0,573$, sehingga dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 77,347 - 0,306 X_1 - 0,496 X_2 + 0,573 X_3 + e$$

$a = 77,347$ merupakan nilai konstanta, yaitu nilai estimasi dari pengambilan keputusan konsumen, jika variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan mempunyai nilai sama dengan nol maka pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Holiday Futsal Pare sebesar 77,347.

$b_1 = -0,306$ menunjukkan jika kualitas pelayanan (X_1) mengalami peningkatan satu satuan, maka pengambilan keputusan konsumen (Y) naik sebesar -0,306 dan sebaliknya, jika jika kualitas pelayanan (X_1) turun satu satuan maka pengambilan keputusan konsumen (Y) juga akan turun sebesar -0,306, dengan syarat X_1 , X_2 dan X_3 konstan.

$b_2 = -0,496$ menunjukkan jika kualitas produk (X_2) mengalami peningkatan satu satuan, maka pengambilan keputusan konsumen (Y) naik sebesar -0,496 dan sebaliknya, jika jika kualitas produk (X_2) turun satu satuan maka pengambilan keputusan konsumen (Y) juga akan turun sebesar -0,496, dengan syarat X_1 , X_2 dan X_3 sama konstan.

$b_3 = 0,573$ menunjukkan jika kenyamanan (X_3) mengalami peningkatan satu satuan, maka pengambilan keputusan konsumen (Y) naik sebesar 0,573 dan sebaliknya, jika jika kenyamanan (X_3) turun satu satuan maka pengambilan keputusan konsumen (Y) juga akan turun sebesar 0,573, dengan syarat X_1 , X_2 dan X_3 konstan.

Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini terdapat tiga hipotesis yang akan diuji, untuk menguji hipotesis dapat dilakukan uji t dan f. Adapun uji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

Uji t

Dalam penelitian ini dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Uji t dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai ada tidaknya pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan kenyamanan (X_3) terhadap pengambilan keputusan konsumen (Y). Adapun hasil uji t seperti tabel berikut:

a. Pengujian hipotesis 1

"Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri".

Berdasarkan perhitungan dari analisis regresi pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi

oleh kualitas pelayanan dengan koefisien -0,306. Sedangkan hasil uji t menggunakan SPSS versi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,499 dan sig t sebesar 0,014. Karena sig t < 0,05 (0,014 < 0,05), maka h_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.

b. Pengujian hipotesis 2

"Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri".

Berdasarkan perhitungan dari analisis regresi pada tabel dapat diketahui bahwa pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dengan koefisien -0,496. Sedangkan hasil uji t menggunakan SPSS versi 16.0 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -3,485 dan sig t sebesar 0,001. Karena sig t < 0,05 (0,001 < 0,05), maka h_{a2}

diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.

c. Pengujian hipotesis 3

"Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kenyamanan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri".

Berdasarkan perhitungan dari analisis regresi pada tabel di bawah dapat diketahui bahwa pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh kenyamanan dengan koefisien 0,573. Sedangkan hasil uji t menggunakan SPSS versi 16.0 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,004 dan sig t sebesar 0,048. Karena sig t < 0,05 (0,048 < 0,05), maka h_{a3} diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kenyamanan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.

Tabel Ringkasan hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Variabel Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y) Secara Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1 (Constant)	83.069	16.681		4.980	.000	49.845	116.292		
Kualitas Pelayanan	-.382	.136	-.291	-2.799	.006	-.653	-.110	.966	1.035
Kualitas Produk	-.484	.163	-.305	-2.970	.004	-.809	-.160	.991	1.010
Kenyamanan	.540	.310	.181	1.741	.086	-.078	1.157	.962	1.040

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa

Uji f

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Uji F dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai variabel kualitas pelayanan

(X_1), kualitas produk (X_2) dan kenyamanan (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri. Adapun hasil uji F seperti pada tabel berikut:

Tabel Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Variabel Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y) Secara Simultan

ANOVA
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	650.057	3	216.686	6.641	.000 ^a
	Residual	2479.631	76	32.627		
	Total	3129.688	79			

a. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.456 ^a	.208	.176	5.712	.208	6.641	3	76	.000

a. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa

Tabel menunjukkan bahwa signifikansi $F < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka h_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara simultan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.

Dapat dilihat $R^2_{square} = 0,201$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kenyamanan secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen sebesar 20,1% sedangkan sisanya 79,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan kualitas produk dan kenyamanan secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.
2. Bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan kualitas produk dan kenyamanan secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri.

Saran

Berdasarkan analisa bahwa kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan kenyamanan (X_3) secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa Mensana Sport Center Futsal Kediri. Maka, saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

Perusahaan sebaiknya mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas-kualitas yang ada pada Mensana Sport Center Futsal Kediri baik pelayanan, produk maupun kenyamanan guna meningkatkan pengambilan keputusan konsumen untuk selalu memakai jasa sport center.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan.** (1990). *Manajemen Pemasaran, cetakan Ke III*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Dr. Effendi M. Guntur, SE.** (2009). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Fandy, Tjiptono.** (1996). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Andy Offset.

- _____. (2008). *Strategi Pemasaran. Jilid I*, Edisi Tiga. Yogyakarta Penerbit: Audi Yogyakarta.
- Imam Ghozali** 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip.** (1992). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Enam, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. (1994). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II, Edisi Tujuh. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. (1996). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II, Edisi Delapan. Jakarta: Penerbit Erlangga,
- _____. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jilid III, Edisi Lima. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran*. (Edisi Milenium). Jakarta: PT Prenhalindo.
- Lupiyoadi, Rambat.** 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- M. Nur Nasution.** 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Magnolia.** 2010. *Kenyamanan Pelanggan Adalah Bagian Penting dari Kenyamanan*. (Online), tersedia: <http://forum.vibizportal.com/archive/index.php?t-15362.html>.
- Viklund, Andreas.** 2009. *Produk: Definisi, Klasifikasi, Dimensi Kualitas dan Tingkat Produk*. (Online), tersedia: http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html