

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA *MINI SOCCER*
REPUBLIC MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN
*IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Pendidikan S-1 Manajemen Logistik**



**Oleh :
Muhammad Hilmuddin
16121069**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN LOGISTIK
SCHOOL LOGISTIC AND TRANSPORTATION
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL
BANDUNG
2026**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA *MINI SOCCER*
REPUBLIC MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN
*IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Pendidikan S-1 Manajemen Logistik**



**Oleh :
Muhammad Hilmuddin
16121069**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN LOGISTIK
SCHOOL LOGISTIC AND TRANSPORTATION
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL
BANDUNG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Hilmuddin
NPM : 16121069
Program Studi : Manajemen Hilmuddin
Perguruan Tinggi : Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang telah saya buat dengan judul:
"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA *MINI SOCCER REPUBLIC* MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*."

"Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa tugas akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dicabut/dibatalkan.

Di buat di : Bandung

Pada Tanggal : 03 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Hilmuddin

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Hilmuddin
NPM : 16121069
Program Studi : Manajemen Logistik
Fakultas : *School Logistic and Transportation*
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA *MINI*
SOCCER REPUBLIC MENGGUNAKAN METODE
SERVQUAL DAN IMPORTANCE-PERFORMANCE
ANALYSIS (IPA)**

Telah berhasil dipertahankan pada sidang Sarjana/Sarjana Terapan/Diploma dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Logistik (S.Log) pada Program Studi Manajemen Logistik, Universitas Logistik Dan Bisnis Internasional.

Pembimbing I



Dr. Moeahamad Satiadharma, S.T., M. B. A
118.83.247

Pembimbing II



Dr. Wahyudi Adiprasetyo, S.E., M.M
114.63.182

iii

UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL

CS Scanned with CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir ini dengan baik. Penelitian yang berjudul "*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Mini Soccer Republic Menggunakan Metode SERVQUAL dan Importance-Performance Analysis (IPA)*" ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Logistik, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI).

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan penelitian ini, terdapat banyak hambatan dan tantangan. Namun, berkat bimbingan, arahan, serta dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak, penelitian ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Moehamad Satiadharma, S. T., M. B. A, selaku Dosen Pembimbing 1 dan sebagai mentor kehidupan yang telah dengan penuh kesabaran meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta pengalaman bimbingan yang mungkin tidak didapatkan ditempat lain.
2. Bapak Dr. Wahyudi Adiprasetyo, S. E., M. M, selaku Dosen Pembimbing 2 yang juga telah banyak memberikan koreksi, masukan, dan evaluasi yang mendalam hingga penelitian ini menjadi lebih terarah dan komprehensif.
3. Bapak Dr. Budi Nur Siswanto, S. T., M. T., CSCA selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Logistik dan sebagai dosen wali yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini.
4. Ibu Ir. Ita Puspitaningrum, M. T, selaku Koordinator Tugas Akhir yang telah memfasilitasi dan membantu kelancaran proses pelaksanaan Tugas Akhir.
5. Seluruh jajaran Dosen Program Studi Manajemen Logistik yang telah membagikan ilmu, pengetahuan, serta pengalaman berharga selama penulis menempuh pendidikan di kampus ini.
6. Bapak Vannis Hambali, A.Md., dan Syifa Fauziah Mansur S.Pd. sebagai staf program studi yang senantiasa membantu dan mempermudah segala urusan administrasi akademik hingga dapat terselesaikan dengan baik.

7. Pihak manajemen dan seluruh staf *Mini Soccer Republic* yang telah memberikan izin, bersikap kooperatif, dan banyak membantu kelancaran proses pengumpulan data selama penelitian berlangsung.
8. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan memberikan informasi yang sangat berarti bagi penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Seluruh keluarga "Rumah Tongkeng" Alliya, Om Akbar, Almarhum Kakek, Nenek, Ayah dan Mamah yang selalu menjadi tempat bersinggah untuk sementara selama di Bandung, dan menjadi salah satu *support system* terbaik selama yang tak henti-hentinya menemani serta menyemangati penulis dalam perjalanan pengerjaan Tugas Akhir ini.
10. Orang-orang "Kosan Becek", kawan-kawan seperjuangan Algan, Galing, Pigoh, Kepin, Apip, Rangga, Erik, Fadlan, Habibi, terima kasih untuk setiap tawa, canda, dukungan, begadang bersama, dan saling mengingatkan di saat lelah. Kalian membuat perjalanan ini lebih ringan dan berwarna. masa-masa perkuliahan hingga tahap akhir penyusunan penelitian ini.
11. Faishal Fajri yang senantiasa meluangkan tempat tinggal selama penyusunan laporan dan membantu dalam penulisan serta dukungan semangat kepada penulis.
12. Keluarga besar dari jurusan Manajemen Transportasi, Ferry, Dio, Yovan, Zaru, Caul dan semua yang tidak disebutkan satu persatu, terima kasih karena sudah memberikan waktunya untuk menyampaikan keluh kesah disaat sedang tidak ada yang bisa biberikan kisah.
13. Untuk Chintya Indah Lestari, terima kasih telah menjadi salah satu motivasi untuk saya sebagai penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini, semoga kita dipertemukan dengan hal yang baik.

Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, untaian terima kasih yang paling dalam penulis haturkan atas segala doa yang tak pernah putus, peluh pengorbanan yang tak kenal lelah. Karya sederhana ini penulis persembahkan sebagai bentuk bakti dan wujud rasa syukur yang mendalam, dengan harapan kelak dapat menjadi pelipur lelah serta menghadirkan senyum kebanggaan di wajah keluarga.

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI),
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hilmuddin
NPM : 16121069
Program Studi : Manajemen Logistik
Jenis karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, memberikan kepada ULBI Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA *MINI SOCCER* REPUBLIC MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)".

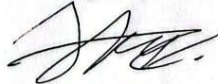
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Logistik dan Bisnis Internasional berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Bandung

Pada tanggal: 03 Juli 2026

Yang menyatakan



Muhammad Hilmuddin

vi
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA MINI SOCCER REPUBLIC
MENGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE-
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

Muhammad Hilmuddin

**Program Studi S-1 School Logistic and Transportation
Universitas Logistik dan Bisnis Internasional**

Abstrak

Pertumbuhan minat masyarakat perkotaan terhadap olahraga *mini soccer* mendorong ketatnya persaingan bisnis penyewaan lapangan di Kota Bandung. Mini Soccer Republic menghadapi tantangan berupa adanya keluhan pelanggan terkait kondisi fasilitas fisik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat harapan dan persepsi pelanggan, menganalisis kesenjangan kualitas pelayanan menggunakan metode SERVQUAL, dan merumuskan prioritas perbaikan dengan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel berjumlah 100 responden yang ditentukan dengan metode *purposive sampling* terhadap pelanggan yang pernah menyewa lapangan. Analisis kesenjangan menunjukkan dimensi *Tangibles* memiliki skor negatif sebesar -1,11 yang berarti kinerja layanan belum memenuhi ekspektasi pelanggan. Empat dimensi lain (*Reliability, Assurance, Empathy, Responsiveness*) mendapatkan skor positif yang menandakan kinerja telah melampaui harapan. Pemetaan pada diagram kartesius IPA menempatkan kesepuluh atribut dimensi *Tangibles* pada Kuadran I yang merupakan area prioritas utama perbaikan. Kesimpulannya, pihak manajemen disarankan untuk memfokuskan sumber daya operasional secara eksklusif guna memperbaiki fasilitas fisik seperti peremajaan rumput sintetis, perbaikan sistem drainase, pembaruan penerangan, penataan area parkir, serta menjaga kebersihan perlengkapan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, *Importance-Performance Analysis* (IPA), *Mini Soccer*, Kepuasan Pelanggan.

**SERVICE QUALITY ANALYSIS OF MINI SOCCER REPUBLIC USING
SERVQUAL AND IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

METHODS

Muhammad Hilmuddin

Program Studi S-1 School Logistic and Transportation

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

ABSTRACT

The growth of urban interest in mini soccer has intensified competition in the field rental business in Bandung City. Mini Soccer Republic faces challenges in the form of customer complaints regarding physical facilities. This study aims to determine the level of customer expectations and perceptions, analyze the service quality gap using the SERVQUAL method, and formulate improvement priorities using the Importance-Performance Analysis (IPA) method. This research uses a quantitative descriptive approach. The sample consisted of 100 respondents determined by a purposive sampling method from customers who have rented the field. The gap analysis reveals that the Tangibles dimension has a negative score of -1.11, meaning the service performance falls short of customer expectations. The other four dimensions (Reliability, Assurance, Empathy, Responsiveness) obtained positive scores, indicating that performance has exceeded expectations. Mapping on the IPA Cartesian diagram places all ten attributes of the Tangibles dimension in Quadrant I, making them the top priority area for improvement. In conclusion, management is advised to focus operational resources exclusively on improving physical facilities such as replacing synthetic grass, fixing drainage systems, upgrading lighting, organizing parking areas, and maintaining equipment cleanliness.

Keywords: *Service Quality, SERVQUAL, Importance-Performance Analysis (IPA), Mini Soccer, Customer Satisfaction.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	I-1
1.1 Rumusan Masalah	I-10
1.2 Tujuan Penelitian	I-10
1.3 Manfaat Penelitian	I-11
1.3.1 Bagi Peneliti	I-11
1.3.2 Bagi Pelaku Usaha	I-11
1.4 Batasan Peneltian	I-11
1.5 Sistematika Penulisan	I-12
BAB II LANDASAN TEORI	II-1
2.1 Manajemen.....	II-1
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	II-1
2.2 Kualitas Pelayanan	II-2
2.2.1 Model Kesenjangan Kualitas Jasa.....	II-3
2.2.2 Lingkungan fisik layanan.....	II-4
2.2.3 Interaksi layanan	II-5
2.3 Kepuasan Pelanggan	II-6
2.3.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	II-7
2.4 Loyalitas Pelanggan	II-8
2.5.1 Persepsi Pelanggan.....	II-8

2.5.2	Harapan Pelanggan.....	II-9
2.6	Perilaku Konsumen	II-9
2.6.1	Faktor Perilaku Konsumen.....	II-10
2.7	Jasa	II-10
2.7.1	Manajemen Jasa Fasilitas (<i>Facility Service Management</i>)	II-11
2.8	Uji Kelayakan Data	II-11
2.8.1	Uji Validitas	II-11
2.8.2	Uji Reliabilitas	II-12
2.9	<i>SERVQUAL</i>	II-12
2.10	Metode <i>Importance-Perfomance Analysis</i> (IPA).....	II-13
2.10.1	Diagram Kartesius IPA	II-13
2.11	IBM SPSS	II-14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		III-1
3.1	Flowchart Penelitian.....	III-1
3.1.1	Sutdi Pustaka.....	III-2
3.1.2	Studi Lapangan.....	III-2
3.1.3	Identifikasi Masalah	III-2
3.1.4	Penentuan Tujuan Masalah	III-3
3.1.5	Penentuan Metode	III-3
3.1.6	Pengumpulan Data	III-3
3.1.7	<i>SERVQUAL</i> dan IPA.....	III-3
3.1.8	Analisis.....	III-3
3.1.9	Kesimpulan dan Saran.....	III-3
3.2	Teknik <i>Sampling</i>	III-4
3.2.1	<i>Purposive Sampling</i>	III-4
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	III-5
3.3.1	Populasi.....	III-5
3.3.2	Sampel Penelitian.....	III-5
3.4	Skala Pengukuran Instrumen Penelitian.....	III-5
3.5	Instrumen Penelitian.....	III-6
3.6	Penentuan Ukuran Sampel	III-6
3.7	Operasional Variabel.....	III-9
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		IV-1
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	IV-1
4.1.1	Profil Perusahaan	IV-1
4.1.2	Struktur Perusahaan	IV-1

4.1.3	Lokasi Perusahaan.....	IV-3
4.2	Karakteristik Responden	IV-4
4.3	Pengolahan Data.....	IV-4
4.3.1	Uji Validitas 30 Responden	IV-5
4.3.2	Uji Realibilitas 30 Responden.....	IV-8
4.4	Uji Realibilitas	IV-13
4.4.1	Uji Realibilitas Indikator Ekspetasi.....	IV-14
4.5	Uji <i>SERVQUAL</i>	IV-18
4.6	Metode Importance Performance Analysis (IPA).....	IV-22
BAB V ANALISIS.....		V-1
5.1	Analisis Nilai <i>Gap Service Quality</i>	V-1
5.1.1	Analisis Nilai <i>Gap Service Quality Tangible</i>	V-1
5.1.2	Analisis Nilai <i>Gap Service Quality Empathy</i>	V-4
5.1.3	Analisis Nilai <i>Gap Service Quality Reliability</i>	V-6
5.1.4	Analisis Nilai <i>Gap Service Quality Assurance</i>	V-7
5.1.5	Analisis Nilai <i>Gap Service Quality Responsiveness</i>	V-9
5.2	Analisis <i>Importance Perfromance Analysis</i> (IPA).....	V-10
5.3	Usulan dan Strategi Perbaikan	V-13
BAB VI PENUTUP		VI-1
6.1	Kesimpulan	VI-1
6.2	Saran.....	VI-2
DAFTAR PUSTAKA		xvii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Google Review Mini soccer Republic berdasarkan 5 dimensi SERVQUAL Sumber: Data sekunder diolah 2025, Google Review.....	I-8
Gambar 2. 2 Sumber: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41–50.	II-3
Gambar 2. 3 Importance Performance Analysis Diagram Kartesius (Tjiptono, 2012)	II-14
Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian	III-1
Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan.....	IV-2
Gambar 4. 2 Lokasi Perusahaan diambil dari Google Maps.....	IV-3
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia Responden.....	IV-4
Gambar 4. 14 Diagram Kartesius Persepsi dan Ekspektasi	IV-24
Gambar 5. 1 Diagram Perbandingan nilai rata-rata Gap pada kelima dimensi SERVQUAL	V-1
Gambar 5. 2 Material Rumput Sintetis Monofilament 50 mm (Referensi Merek: CCGrass, Bellinturf, Centroflor, Polygrasse)	V-14
Gambar 5. 3 Ilustrasi instalasi sistem French Drain (pipa bawah tanah berlubang) untuk mencegah genangan air di lapangan.	V-15
Gambar 5. 4 Ilustrasi Lampu Sorot LED tipe outdoor berkapasitas 400W - 600W. (Contoh referensi merek: Philips, Osram, atau Panasonic).....	V-16
Gambar 5. 5 Ilustrasi penggunaan material Paving Block mutu K-300 untuk perataan area parkir. (Contoh referensi merek: Conbloc Indonesia atau Cisangkan).	V-17
Gambar 5. 6 Ilustrasi kipas exhaust berkapasitas besar untuk fasilitas sanitasi. (Contoh referensi merek: KDK atau Panasonic).....	V-18
Gambar 5. 7 Ilustrasi fasilitas tempat duduk penonton dengan atap pelindung polycarbonate dan kursi berbahan fiberglass.	V-18
Gambar 5. 8 Ilustrasi bola sepak ukuran 5 berteknologi Thermo-bonded. (Contoh referensi merek: Molten, Specs, atau Ortuseight).....	V-19

Gambar 5. 9 Ilustrasi rompi pemain berbahan dry-fit mesh (jaring berpori) yang cepat kering. (Contoh referensi merek: Specs, Mills, atau Ortuseight).	V-20
Gambar 5. 10 Ilustrasi jaring pembatas lapangan berbahan Polyethylene (PE) ketebalan 4 mm - 5 mm. (Contoh referensi merek: Marlin atau Penyu).....	V-21
Gambar 5. 11 Ilustrasi tanda pengenalan (name-tag / ID Card) sebagai kelengkapan standar penampilan staf profesional.....	V-22

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 perbandingan antara Sepak bola, Futsal, dan <i>Mini soccer</i>	I-3
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	II-16
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	III-9
Tabel 4. 1 Uji validitas 30 responden pernyataan Ekspetasi.....	IV-6
Tabel 4. 2 Uji validitas 30 Responden Pernyataan Realita	IV-7
Tabel 4. 3 Uji Realitibitas 30 Responden Pernyataan Ekspetasi	IV-9
Tabel 4. 4 Uji Realitibitas 30 Responden Pernyataan Ekspetasi	IV-10
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Pernyataan Ekspetasi	IV-11
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pernyataan Realita.....	IV-12
Tabel 4. 7 Uji Realibilitas Tangibles Ekspetasi	IV-14
Tabel 4. 8 Uji Realibilitas Assurance Ekspetasi	IV-14
Tabel 4. 9 Uji Realibilitas Realibility Ekspetasi	IV-15
Tabel 4. 10 Uji Realibilitas Emphaty Ekspetasi	IV-15
Tabel 4. 11 Uji Realibilitas Responsiveness Ekspetasi.....	IV-15
Tabel 4. 12 Uji Realibilitas Realibility Ekspetasi	IV-16
Tabel 4. 13 Uji Realibilitas Tangibles Realita	IV-16
Tabel 4. 14 Uji Realibilitas Assurances Realita.....	IV-17
Tabel 4. 15 Uji Realibilitas Emphaty Realita	IV-17
Tabel 4. 16 Uji Realibilitas Realibility Realita	IV-18
Tabel 4. 17 Uji Realibilitas Responsiveness Realita.....	IV-18
Tabel 4. 18 Perhitungan SERVQUAL Dimensi Tangible	IV-20
Tabel 4. 19 Perhitungan SERVQUAL Dimensi Assurance.....	IV-20
Tabel 4. 20 Perhitungan SERVQUAL Dimensi Emphaty	IV-21
Tabel 4. 21 Perhitungan SERVQUAL Dimensi Responsiveness	IV-21
Tabel 4. 22 Perhitungan SERVQUAL Dimensi Reability.....	IV-21
Tabel 4. 23 Rata-rata perhitungan SERVQUAL berdasarkan setiap dimensi .	IV-22
Tabel 4. 24 Rata-rata Nilai Persepsi dan Nilai Ekspetasi.....	IV-23
Tabel 4. 25 Hasil Pengelompokkan Kuadran Importance Performance Analysis	26
Tabel 5. 1 Analisis Gap Dimensi <i>Tangible</i>	V-1
Tabel 5. 2 Analisis Gap Dimensi <i>Empathy</i>	V-4

Tabel 5. 3 Analisis Gap Dimensi <i>Realibility</i>	V-6
Tabel 5. 4 Analisis Gap Dimensi <i>Assurance</i>	V-7
Tabel 5. 5 Analisis Gap Dimensi <i>Responsiveness</i>	V-9
Tabel 5. 6 Pemetaan tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan	V-11

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam satu dekade terakhir, masyarakat perkotaan di Indonesia mengalami perubahan pola hidup yang memengaruhi prioritas kesehatan dan cara berinteraksi. Masyarakat kota kini menghadapi tantangan berupa kepadatan penduduk dan tingkat stres yang tinggi akibat rutinitas pekerjaan (Kutbi, Mahdalena, and Ningsih 2023). Kondisi ini mengubah pandangan masyarakat terhadap olahraga. Saat ini, olahraga bukan lagi sekadar kebutuhan fisik semata, melainkan sudah menjadi gaya hidup dan sarana untuk melepas stres (Nugroho 2022). Hal ini terlihat dari semakin banyaknya komunitas olahraga di ruang publik, yang menunjukkan bahwa kebutuhan akan tubuh yang sehat kini berjalan beriringan dengan kebutuhan untuk bersosialisasi (Nugroho 2022)

Pandemi COVID-19 menjadi faktor utama yang mempercepat perubahan pola hidup masyarakat secara global. Krisis kesehatan ini membuat masyarakat menata ulang prioritas hidup dengan mengutamakan kesehatan di atas segalanya, di mana olahraga dianggap sebagai strategi utama untuk meningkatkan sistem imun guna memutus rantai penularan virus (Yuliana 2020). Pasca pandemi, terjadi lonjakan minat olahraga yang signifikan sebagai bentuk kesadaran baru akan pentingnya kebugaran fisik (Nugroho 2022). Selain alasan fisik, pembatasan sosial yang berlangsung lama menimbulkan dampak psikologis berupa kerinduan untuk berinteraksi secara langsung, sehingga aktivitas fisik di ruang terbuka (*outdoor*) menjadi pilihan yang tepat untuk kembali bersosialisasi sekaligus mengelola stres akibat isolasi (Tunas 2022).

Generasi Z dan Milenial memegang peran sentral dalam transformasi tren olahraga saat ini. Kedekatan kelompok ini dengan ekosistem digital menjadikan media sosial sebagai instrumen utama dalam mendokumentasikan aktivitas fisik mereka. Bagi mereka, olahraga merupakan perpaduan antara latihan fisik dan produksi konten digital guna membangun citra diri atau *personal branding* di ruang siber (Raihanna, Fitri, and Paramitha 2023). Media sosial tidak hanya menjadi platform pamer, tetapi juga pendorong motivasi yang signifikan bagi remaja untuk

terlibat dalam aktivitas fisik (Asmika 2024). Riset terbaru menunjukkan tren positif pada olahraga kelompok, yang secara langsung mengubah permintaan pasar terhadap infrastruktur olahraga. Fasilitas kini dituntut tidak hanya unggul secara fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika visual yang tinggi atau *instagramable* serta menyediakan ruang yang nyaman untuk mendukung interaksi sosial secara langsung (Ilham and Yuniati 2022).

Industri olahraga menunjukkan ketahanan dan potensi besar pasca-pandemi, di mana sinergi antara industri olahraga dan *sport tourism* terbukti mampu mengakselerasi pemulihan ekonomi nasional secara signifikan (Kutbi, Mahdalena, and Ningsih 2023). Sektor pariwisata olahraga kini tidak hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga pendorong gaya hidup sehat yang berdampak langsung pada penguatan ekonomi lokal dan UMKM (Insanaputra 2023). Hal ini sejalan dengan perubahan pola pikir masyarakat perkotaan yang kini lebih selektif dan rela mengeluarkan biaya lebih untuk fasilitas berkualitas karena menganggapnya sebagai investasi kesehatan utama, bukan sekadar pemborosan (Armanjaya 2022). Kondisi tersebut pada akhirnya menciptakan persaingan bisnis yang ketat, di mana penyedia jasa dituntut untuk mampu memberikan nilai tambah serta kualitas pelayanan yang unggul agar tetap menjadi pilihan utama di mata konsumen (Kurnaeli, Solihati, and Hidayat 2024). Bukti nyata dari perubahan selera ini adalah peralihan tren dari Futsal ke *Mini soccer*, di mana faktor persepsi harga dan kelengkapan fasilitas menjadi penentu utama kepuasan konsumen di tengah pergeseran minat tersebut (Mi'raj, Sutrisna, and Pauzy 2022). Jika dulu futsal mendominasi karena praktis, kini pasar mulai jenuh dan konsumen menginginkan pengalaman sepak bola yang lebih nyata dengan standar pelayanan yang lebih profesional (Pradipta 2023). *Mini soccer* hadir mengisi peluang pasar di antara futsal dan sepak bola lapangan besar melalui penyediaan rumput sintetis berkualitas di ruang terbuka, yang terbukti secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan dan minat member untuk terus menggunakan jasa tersebut (Muamar, Fajar, and Riyoko 2024). Dengan menawarkan pengalaman seperti pemain profesional namun dalam skala lapangan yang sesuai untuk lahan perkotaan yang terbatas, *Mini soccer* kini menjadi solusi bisnis olahraga yang paling adaptif terhadap kebutuhan masyarakat urban saat ini (Anggraini et al. 2025).

Tabel 1. 1 perbandingan antara Sepak bola, Futsal, dan *Mini soccer*

Pembeda	Sepak Bola Konvensional	<i>Mini soccer</i>	Futsal
Jumlah Pemain	11 vs 11 (Total 22 Orang)	7 vs 7 atau 9 vs 9	5 vs 5
Ukuran Lapangan	Besar (90-120m x 45-90m)	Sedang (50m x 30m s.d. 60m x 40m)	Kecil (25-42m x 16-25m)
Jenis Permukaan	Rumput Alami	Rumput Sintetis	Vinyl, Parquette.
Jenis Sepatu	Cleats (Pul Panjang/Besi)	Sepatu Turf (Pul Karet Pendek/Banyak)	Indoor (Sol Karet Rata/Flat)
Aturan Offside	Berlaku Ketat	Tidak Berlaku (Umumnya)	Tidak Berlaku
Durasi Waktu	2 x 45 Menit	2 x 20 s.d. 2 x 25 Menit	2 x 20 Menit (Stop Clock)
Karakteristik	Stamina & Taktik Lapangan Besar	<i>Fun Football</i>	Kecepatan & Teknik Kontrol Tinggi

Sumber : World Minifootball Federation, FIFA, dan Observasi Data Diolah, 2025

Mini soccer hadir sebagai jalan tengah antara Sepak Bola besar dan Futsal. Jika Futsal biasanya dimainkan di lantai keras dan sempit, *Mini soccer* justru menawarkan sensasi bermain di atas rumput layaknya sepak bola sungguhan, lengkap dengan sepatu pul-nya. Olahraga ini menjadi solusi bagi masyarakat kota yang ingin main bola di lapangan terbuka, tapi kesulitan untuk mencari 22 orang pemain atau membayar sewa stadion yang mahal. Dengan format cukup 7 lawan 7 dan waktu bermain yang pas, *Mini soccer* jadi pilihan cocok untuk olahraga santai (*fun football*) bagi para pekerja dan mahasiswa sepulang aktifitas mereka.

Selain perbedaan teknis, terdapat aspek legalitas dan orientasi industri pada ketiga cabang olahraga ini. Dapat dilihat bahwa Sepak Bola dan Futsal telah di

sahkan sebagai 'Olahraga Prestasi' di bawah naungan PSSI dan KONI. Status ini diperkuat oleh (P. R. Indonesia 2022) tentang Keolahragaan yang mewajibkan adanya pembinaan prestasi melalui kompetisi resmi berjenjang (PSSI 2019). Sebaliknya, *Mini soccer* memiliki karakteristik yang berbeda karena belum terdaftar sebagai cabang olahraga prestasi di KONI. Aktivitas ini lebih relevan diklasifikasikan sebagai *fun football* di bawah koordinasi KORMI, dengan orientasi utama pada kesehatan dan hiburan (KemenporaRI, 2023). Hal ini menempatkan penyewaan lapangan *Mini soccer*, seperti Soccer Republic, ke dalam sektor industri jasa hiburan.

Mini soccer atau yang dalam literatur merupakan bentuk modifikasi dari permainan sepak bola konvensional. Adaptasi ini dilakukan dengan mereduksi dimensi lapangan serta jumlah pemain menjadi 7 hingga 9 orang dalam satu tim, dengan tujuan meningkatkan intensitas permainan dan frekuensi keterlibatan pemain terhadap bola (Hill-Haas et al. 2011). Bisnis lapangan *Mini soccer* di Indonesia mencatatkan pertumbuhan positif pascapandemi. sektor ini dikategorikan sebagai instrumen investasi yang menjanjikan dengan tingkat pengembalian modal yang relatif singkat, yaitu antara 1 hingga 2 tahun. Hal ini didasarkan pada tingginya tingkat keterisian lapangan yang mencapai angka rata-rata 80% pada jam sibuk atau *prime time* (Kontan 2025). Keterlibatan figur publik dan *influencer* dalam struktur asosiasi olahraga seperti pada kepengurusan Federasi Futsal Indonesia (FFI) periode 2024-2028 berhasil meningkatkan eksposur olahraga ini menjadi bagian dari budaya populer masyarakat (CNN Indonesia, 2024).

Sementara itu, dari perspektif persebaran wilayah, ekspansi bisnis *Mini soccer* kini telah mengalami perkembangan dan tidak lagi hanya terpusat di DKI Jakarta, melainkan telah merambah ke kota-kota lapis kedua. Fenomena ini terbukti dengan berdirinya berbagai fasilitas bertaraf internasional di daerah seperti Magelang dan Klaten, yang bahkan mendapatkan dukungan pemerintah daerah sebagai jembatan pertumbuhan ekonomi lokal (Sorot Klaten, 2025). Mengomentari pergeseran ini, pengamat sepak bola nasional, Kahudi Wahyu, menyatakan bahwa transisi minat masyarakat dari futsal ke *Mini soccer* didasari oleh kebutuhan akan aspek rekreasi dan keleluasaan ruang terbuka yang tidak dapat diakomodasi oleh lapangan futsal konvensional. Hal ini mengindikasikan bahwa *Mini soccer* bukan sekadar tren

sesaat, melainkan telah bertransformasi menjadi kebutuhan gaya hidup baru bagi masyarakat modern (Radar Jogja, 2023).

Kota Bandung dikenal identik dengan budaya sepak bola yang kental. Akan tetapi, keterbatasan lahan terbuka di tengah padatnya perkotaan membuat preferensi masyarakat bergeser ke jenis olahraga yang lebih fleksibel. Belakangan ini, industri olahraga mengalami perubahan besar dengan munculnya *Mini soccer* sebagai tren utama. Riset menyebutkan bahwa popularitas ini didorong oleh kebutuhan masyarakat kota akan fasilitas yang lebih mudah diakses di lahan terbatas, namun tetap menawarkan pengalaman bermain yang lebih "nyata" dibandingkan futsal (Anggraini et al. 2025). Selain itu, kegiatan ini kini bergeser menjadi ajang sosialisasi dan sarana vital untuk meningkatkan kesehatan fisik serta mental masyarakat pasca-pandemi (Desva and Rasyid 2025). Di sisi lain, tingginya minat masyarakat ini menciptakan tantangan baru di sisi administrasi. Sistem pemesanan jadwal (*booking*) yang mayoritas masih dilakukan secara manual atau via telepon dianggap kurang efisien, rentan kesalahan pencatatan, dan menyulitkan konsumen mendapatkan kepastian jadwal secara *real-time* (Ramadhan 2025).

Fenomena pergeseran minat ini sangat terasa di Kota Bandung. Berdasarkan tren pasar terbaru, minat masyarakat Bandung terhadap olahraga *mini soccer* mengalami lonjakan yang sangat masif. Antusiasme ini terlihat jelas dari bermunculannya komunitas *fun football* di berbagai penjuru kota. Mengutip data dari platform komunitas olahraga terintegrasi, tercatat lebih dari 15 komunitas atau klub amatir *mini soccer* yang secara aktif terdaftar dan rutin menyewa lapangan di wilayah Kota Bandung, seperti Student Marvelous Fun Football, Rawk Bongkar, Dago 70, hingga Laswechester (AYO Indonesia, 2025). Tingginya ketertarikan masyarakat juga dibuktikan saat Pemerintah Kota Bandung meresmikan fasilitas *mini soccer* publik di Taman Supratman, di mana dalam waktu singkat fasilitas tersebut langsung diserbu oleh lebih dari 200 pendaftar *booking* (Liputan6, 2025). Merespons tingginya *demand* tersebut, pertumbuhan infrastruktur dan bisnis lapangan *mini soccer* komersial di Bandung melesat tajam. Meskipun belum terdapat data sensus tunggal dari pemerintah terkait jumlah pasti lapangan komersial yang dikelola swasta, penelusuran melalui platform penyewaan olahraga menunjukkan terdapat belasan hingga puluhan fasilitas *mini soccer* berskala besar

yang kini tersebar di kawasan Bandung Raya (AYO Indonesia, 2025). Fasilitas tersebut mencakup penyedia jasa swasta seperti Cozy Infini *Mini soccer*, MV Arena, dan OBC Soccer Field, hingga proyek berskala masif yang dikelola BUMN, seperti kawasan "INTI Sport Hub" oleh PT INTI (Persero) di Jalan Moch Toha (PT INTI, 2023). Pertumbuhan infrastruktur yang masif ini menegaskan bahwa pasar *mini soccer* di Kota Bandung memiliki potensi ekonomi yang besar sekaligus tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, setiap penyedia jasa, termasuk Soccer Republic, dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas pelayanan guna mempertahankan loyalitas pelanggannya.

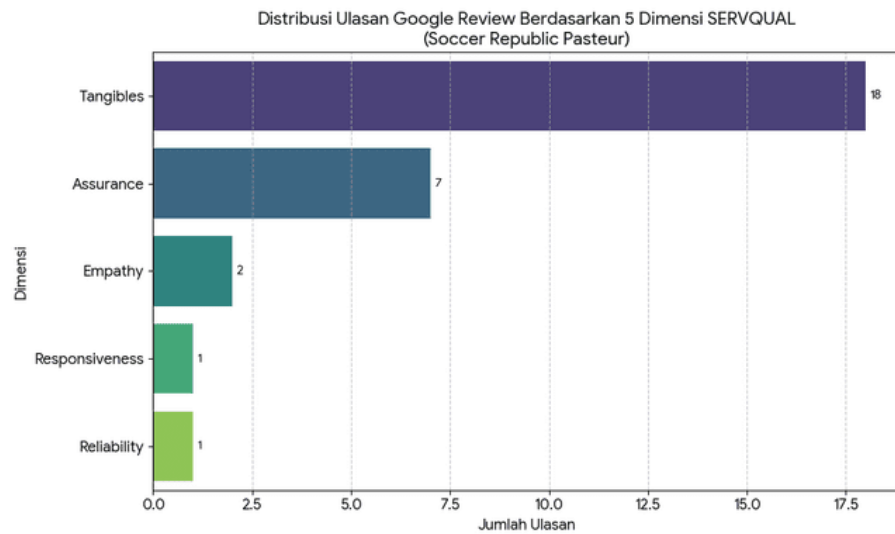
Tingginya potensi pasar *mini soccer* di Kota Bandung diiringi dengan tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat dan inovatif. Saat ini, penyedia jasa tidak hanya bersaing pada kualitas rumput sintetis, melainkan berlomba menawarkan pengalaman dan fasilitas eksklusif. Hal ini terlihat dari bermunculannya kompetitor dengan konsep unik, seperti Rooftop *Mini soccer* BTM dan MV Arena yang menawarkan sensasi bermain di atas atap pusat perbelanjaan dengan pemandangan kota, hingga Coerver Progresif di kawasan Ciumbuleuit yang menawarkan kesejukan udara dataran tinggi. Di tengah kondisi pasar yang sangat kompetitif ini, konsumen menjadi lebih kritis dan memiliki daya tawar yang tinggi (Wibowo 2022). Jika sebuah fasilitas dinilai memiliki kekurangan pada aspek bukti fisik (*tangibles*) seperti akses parkir yang buruk, fasilitas toilet yang kurang memadai, atau lapangan yang rawan tergenang air, konsumen dapat dengan mudah beralih ke puluhan kompetitor lain yang menawarkan fasilitas lebih baik dengan rentang harga yang serupa (Mi'raj, Sutrisna, & Pauzy, 2022; Ardiawan, 2018).

Salah satu contoh bisnis yang menunjukkan fenomena tersebut adalah Soccer Republic. Berlokasi sangat strategis di Jl. Prof. drg. Soeria Soemantri no 42, tempat ini menjadi salah satu destinasi olahraga favorit di area gerbang masuk Kota Bandung. Bukti popularitas dan tingginya aktivitas di lokasi ini terlihat dari penggunaannya sebagai lokasi turnamen resmi tingkat regional, salah satunya adalah "Piala Camat Sukajadi". Karena intensitas pemakaiannya yang sangat tinggi, aspek perawatan fasilitas fisik (*tangibles*) dan kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat krusial karena terbukti berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan keputusan untuk berkunjung kembali (Mi'raj, Sutrisna, and Pauzy 2022).

Secara karakteristik, konsumen utama di Soccer Republic didominasi oleh kelompok usia produktif, khususnya Generasi Z dan Milenial dalam rentang usia 18 hingga 40 tahun. Kelompok ini umumnya berasal dari dua latar belakang pekerjaan utama mahasiswa dan karyawan korporat.

Olahraga *mini soccer* tidak lagi dipandang sekadar aktivitas fisik semata, melainkan bagian dari gaya hidup modern. Terdapat pergeseran motivasi yang signifikan, di mana tujuan bermain bola kini berjalan beriringan dengan kebutuhan interaksi sosial dan *healing* dari rutinitas harian. Riset terbaru mengonfirmasi bahwa bagi Gen Z, olahraga telah menjadi salah satu strategi utama dalam menjaga kesehatan mental dan stabilitas emosi di tengah tekanan gaya hidup perkotaan (Al'Farisi et al. 2025). Selain itu, segmen ini juga sangat lekat dengan budaya digital; mereka cenderung memilih fasilitas lapangan yang estetik dan terawat untuk didokumentasikan.

Tingginya ekspektasi dari segmen pasar ini berimplikasi langsung pada tuntutan standar fasilitas. Mengingat iklim Kota Bandung yang memiliki curah hujan tinggi, pengguna sangat sensitif terhadap kondisi fisik (tangibles) lapangan. Kualitas rumput sintetis dan sistem drainase yang buruk dapat menyebabkan risiko cedera yang lebih tinggi, yang secara signifikan menurunkan persepsi kualitas layanan di mata konsumen (Kurniadi and Ali 2023). Oleh karena itu, pemenuhan ekspektasi pada aspek kualitas fisik dan kemudahan pelayanan menjadi kunci utama bagi Soccer Republic untuk mempertahankan loyalitas segmen pasar ini (Amin, Zati, and Bulan 2024).



Gambar 1. 1 *Google Review Mini soccer Republic* berdasarkan 5 dimensi *SERVQUAL*

Sumber: Data sekunder diolah 2025, *Google Review*

Berdasarkan hasil visualisasi data pada grafik di atas, dapat diidentifikasi bahwa kepuasan pelanggan Soccer Republic paling banyak tergerus pada aspek fisik atau Tangibles. Sebanyak 18 ulasan negatif mengarah pada dimensi ini, menjadikannya prioritas masalah utama. Secara kualitatif, pelanggan tidak hanya mengeluhkan kondisi lapangan utama, tetapi juga elemen pendukung (*supporting facilities*) yang sering luput dari perhatian, seperti ketersediaan bola yang layak, akses jalan parkir yang berbatu, hingga minimnya tempat duduk di area tribun. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi pelanggan *mini soccer*, pengalaman bermain tidak hanya dinilai dari rumput lapangan, tetapi juga kesiapan fasilitas penunjang di sekitarnya.

Selanjutnya, dimensi Assurance menjadi perhatian kedua terbesar dengan 7 keluhan. Indikator yang paling sering disorot adalah kebersihan fasilitas sanitasi (toilet) dan pengelolaan sampah di area tunggu. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan meragukan jaminan kenyamanan dan kesehatan lingkungan di lokasi tersebut. Di sisi lain, meskipun keluhan pada dimensi Empathy ditemukan 2 keluhan yang mana masalah ini menunjukkan pengelola kurang peduli/empati terhadap kenyamanan tim cadangan atau penonton yang menunggu giliran main, lalu pada dimensi *Responsiveness* mengindikasikan lambatnya respon pengelola terhadap pelayanan hal tersebut juga ditegaskan melalui salah satu ulasan dari

customer melalui goole review yaitu “Pelayanan yang diberikan seadanya” , pada dimensi Reliability jumlahnya hanya satu namun hal tersebut juga di tegaskan melalui ulasan salah satu customer yang menyebutkan bahwa “Perjam nya mahal, tapi fasilitas minim” hal tersebut mengindikasikan bahwa dengan harga perjam yang cukup mahal customer tidak mendapatkan fasilitas yang seharusnya didapatkan dengan harga yang cukup mahal. Hal tersebut jika terus dibiarkan keberadaannya tetap menjadi catatan penting terutama terkait keluhan customer yang mana jika dibiarkan dapat berdampak pada persepsi citra merek secara keseluruhan.

Berdasarkan observasi pendahuluan yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, tingginya intensitas penggunaan lapangan di Mini Soccer Republic nyatanya masih diwarnai oleh beberapa kendala operasional yang memicu keluhan dari para pelanggan. Dari aspek bukti fisik (*Tangibles*), pengamatan langsung di lapangan menunjukkan adanya kelemahan pada perawatan fasilitas penunjang yang sering luput dari perhatian pengelola. Beberapa masalah utama yang teridentifikasi antara lain adalah kondisi akses jalan di area parkir yang masih berbatu, minimnya ketersediaan tempat duduk di area tribun bagi penonton maupun pemain cadangan, serta fasilitas bola sewaan yang dinilai kurang layak pakai.

Kegagalan dalam merawat fasilitas fisik dan menjaga kualitas interaksi layanan berdampak serius terhadap penurunan kepuasan dan hilangnya loyalitas pelanggan. Sebagaimana dibuktikan dalam riset oleh (Arisandi and Yulianto 2022), kelemahan pada aspek fasilitas fisik (*tangibles*) dan responsivitas layanan terbukti menjadi faktor utama penyebab konsumen tidak melakukan kunjungan ulang, yang secara langsung mengancam pendapatan perusahaan. Hal ini diperkuat oleh studi (Putra and Ekawati 2022) yang menekankan bahwa jika perusahaan gagal memenuhi standar layanan yang diharapkan, dampaknya adalah rusaknya citra merek dan hilangnya loyalitas pelanggan secara permanen, yang berujung pada risiko kebangkrutan di tengah persaingan industri jasa olahraga yang ketat, evaluasi kinerja secara menyeluruh sangat diperlukan sebagai dasar perumusan strategi perbaikan. Berangkat dari urgensi tersebut, penelitian ini disusun dengan judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA *MINI SOCCER REPUBLIC*

MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, di mana teridentifikasi adanya beberapa ulasan dari pelanggan yang memperlihatkan indikasi adanya permasalahan dari kualitas pelayanan pada kondisi lapangan di Soccer Republic , maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat harapan (*expectation*) pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Soccer Republic ?
2. Bagaimana tingkat persepsi (*perception*) atau kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Soccer Republic?
3. Bagaimana analisis antara harapan dan persepsi pelanggan pada setiap dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) di Soccer Republic?
4. Bagaimana solusi-solusi perbaikan kualitas pelayanan menggunakan diagram kartesius IPA terhadap pelanggan di *Mini soccer Republic*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari pada rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa penyewaan lapangan di Soccer Republic.
2. Untuk mengetahui tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Soccer Republic.
3. Untuk mengetahui besaran kesenjangan (*gap*) kualitas pelayanan pada dimensi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* di Soccer Republic.
4. Untuk mengetahui Solusi perbaikan pada kualitas pelayanan terhadap pelanggan di *Mini soccer Republic*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini mencakup dua aspek utama, yaitu manfaat untuk peneliti dan pelaku usaha. Adapun penjabaran manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Peneliti

- 1.5 Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana pada program studi Manajemen Logistik.
- 1.6 Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya teori Marketing Logistik dan Manajemen Hubungan Pelanggan ke dalam praktik bisnis yang sesungguhnya.
- 1.7 Menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis dalam melakukan penelitian ilmiah serta menganalisis pemecahan masalah bisnis terkait kesenjangan (*gap*) pelayanan di industri olahraga.

1.4.2 Bagi Pelaku Usaha

1. Memberikan gambaran nyata dan objektif mengenai kinerja operasional perusahaan saat ini berdasarkan persepsi langsung dari pelanggan.
2. Membantu perusahaan mengetahui atribut pelayanan mana yang memiliki kesenjangan (*gap*) negatif terbesar, sehingga perusahaan dapat menentukan prioritas yang dapat diperbaiki.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, fokus, dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Soccer Republic yang berlokasi di Jl. Prof. drg. Soeria Soemantri No. 42, Sukajadi, Kota Bandung. Penelitian tidak mencakup cabang lain atau lapangan kompetitor di sekitarnya.
2. Responden dalam penelitian ini terbatas pada pelanggan (baik *member* maupun *non-member*) yang pernah menyewa dan bermain di Soccer Republic minimal 1 (satu) kali dalam periode 3-6 bulan terakhir. Kriteria ini ditetapkan untuk

memastikan responden masih memiliki ingatan yang jelas mengenai pengalaman pelayanan yang mereka rasakan.

3. Penelitian ini dibatasi pada analisis Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) menggunakan metode *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Analisis difokuskan pada Diagram Kartesius IPA dan pengukuran kesenjangan antara harapan (*expectation*) dan persepsi (*perception*) pelanggan pada 5 (lima) dimensi yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik): Kualitas rumput, penerangan, parkir, dan fasilitas pendukung. *Reliability* (Keandalan): Ketepatan jadwal *booking* dan akurasi informasi. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kecepatan pelayanan staf dan admin. *Assurance* (Jaminan): Keamanan dan pengetahuan staf. *Empathy* (Empati): Kemudahan komunikasi dan perhatian kepada pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN Bab ini menguraikan latar belakang masalah mengenai pertumbuhan industri olahraga (*mini soccer*) dan ketatnya persaingan di Kota Bandung, identifikasi masalah kesenjangan pelayanan di Soccer Republic, batasan masalah yang berfokus pada dimensi *SERVQUAL*, serta rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA Bab ini memaparkan landasan teori yang digunakan, yaitu Manajemen Pemasaran sebagai *Grand Theory* dan Manajemen Jasa/Logistik sebagai pendukung, serta teori utama Kualitas Pelayanan (*Service Quality*). Bab ini juga membahas penelitian terdahulu dari jurnal nasional maupun internasional yang relevan dengan topik *mini soccer* serta kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN Bab ini menjelaskan jenis penelitian yang digunakan (deskriptif kuantitatif), operasionalisasi variabel *SERVQUAL*, penentuan populasi dan sampel pelanggan, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta penentuan atribut pada diagram kartesius IPA.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini menyajikan profil objek penelitian Soccer Republic, karakteristik responden berdasarkan

kuesioner, hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, hasil perhitungan skor ekspektasi dan realita, serta analisis kesenjangan (*gap*) pada setiap dimensi pelayanan.

BAB V PENUTUP Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh rangkaian hasil analisis data serta memberikan saran-saran praktis yang dapat diterapkan oleh manajemen Soccer Republic untuk meningkatkan kualitas layanan, serta rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA Untuk bagian ini terdapat daftar sumber pengambilan teori yang menjadi acuan untuk penyusunan penelitian ini, berdasarkan sumber dari buku, jurnal, ataupun media massa.

LAMPIRAN Bagian ini melengkapi isi penelitian dengan menyertakan dokumen tambahan seperti instrumen kuesioner, tabel statistik, atau hasil wawancara yang mendukung proses analisis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen

Menurut George R. Terry dalam *Principles of Management*, manajemen adalah suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Keempat fungsi fundamental ini, yang sering disingkat sebagai POAC, dijalankan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Pandangan Terry ini menegaskan bahwa manajemen adalah proses yang aktif dan berkelanjutan, bukan sekadar posisi statis. Hal ini sejalan dengan riset terbaru (Asni, Dasalinda, and Chairunnisa 2024), yang membuktikan bahwa penerapan siklus POAC secara disiplin merupakan faktor penentu utama keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan operasional secara efektif dan efisien.

Manajemen menekankan efisiensi dan efektivitas sebagai parameter utama keberhasilan, di mana efisiensi berfokus pada minimisasi pemborosan sumber daya dan efektivitas pada pencapaian tujuan organisasi (Wakila 2021). Definisi manajemen mencakup proses koordinasi dan integrasi kegiatan kerja melalui orang lain untuk hasil optimal, dengan sinergi kedua aspek tersebut sebagai ukuran kinerja manajerial. Selain itu, manajemen bersifat humanis sebagai seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengawasan sumber daya manusia guna mencapai tujuan bersama, sehingga pemimpin berperan memberdayakan orang lain (Supintar 2025).

2.2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Sudaryono dalam (Said and Mukhlis 2023) merupakan proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program yang dirancang untuk menciptakan pertukaran menguntungkan dengan pasar sasaran. Definisi ini menunjukkan bahwa pemasaran memerlukan pendekatan riset dan strategi terstruktur, bukan hanya bergantung pada insting bisnis. Keberhasilan bisnis lebih ditentukan oleh kemampuan menempatkan produk secara tepat di benak konsumen melalui segmentasi pasar, targeting kelompok

potensial, dan positioning citra unik (Anggraeni 2021). Pada akhirnya, tujuan utama pemasaran adalah mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pemasaran menyoroti bahwa aktivitas ini bukan sekadar menciptakan transaksi sesaat, melainkan membangun hubungan jangka panjang (*customer relationship*) (Melisa 2025). Indikator keberhasilan pemasaran terlihat ketika konsumen berubah menjadi pelanggan setia yang rela merekomendasikan layanan kepada pihak lain.

2.2 Kualitas Pelayanan

Tjiptono mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran tingkat kesesuaian layanan dengan ekspektasi pelanggan (Restiani 2023). Definisi ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan bersifat relatif, bergantung pada pemenuhan janji perusahaan terhadap harapan pelanggan, bukan standar mutlak. Penilaian dilakukan melalui perbandingan ekspektasi dan realitas layanan (Cristianik 2019). Nasution menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ideal tercapai ketika layanan melebihi harapan pelanggan, sedangkan layanan di bawah ekspektasi dianggap buruk (Estamarinda 2021).

Untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yaitu dengan model *SERVQUAL* yang dipelopori oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Kualitas pelayanan dibangun di atas lima dimensi fundamental yang dikenal dengan akronim TERRA, yaitu:

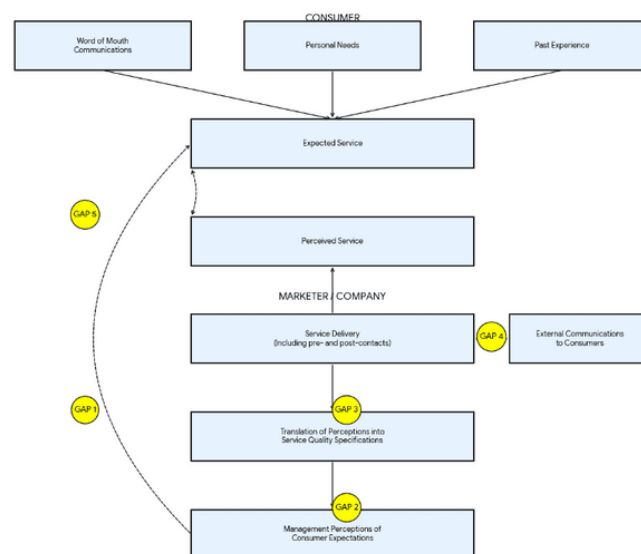
1. Tangibles (Bukti Fisik): Representasi visual perusahaan, mencakup kondisi fasilitas, peralatan, serta penampilan karyawan.
2. Reliability (Keandalan): Kapabilitas perusahaan dalam merealisasikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesigapan dan kemauan staf dalam merespons kebutuhan pelanggan secara cepat.
4. Assurance (Jaminan): Kompetensi dan kesopanan staf yang mampu menanamkan rasa aman dan percaya di benak pelanggan.
5. Empathy (Empati): Atensi personal yang tulus untuk memahami kebutuhan spesifik setiap konsumen.

Kelima dimensi kualitas layanan menunjukkan korelasi positif dengan kepuasan publik, di mana kualitas layanan harus dipandang sebagai satu kesatuan

sistem (R Wulandari and Pratama 2023). Kegagalan pada satu aspek saja, seperti fasilitas fisik yang buruk, dapat merusak persepsi kualitas secara keseluruhan meskipun aspek lainnya optimal (Ulfa 2022).

2.2.1 Model Kesenjangan Kualitas Jasa

Konsep dasar kualitas pelayanan berakar pada teori kesenjangan (*gap*) antara harapan pelanggan dan realitas yang diterima. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990) merumuskan kerangka kerja *The Gaps Model* yang menekankan bahwa kepuasan pelanggan bukanlah nilai mutlak, melainkan hasil komparasi antara layanan yang diharapkan dengan yang dirasakan. Dalam model ini, fokus utamanya terletak pada *Gap 5 (Customer Gap)*. Jika layanan yang diterima berada di bawah ekspektasi, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Oleh sebab itu, tugas krusial penyedia jasa adalah mengelola ekspektasi dan memastikan kinerja layanan mampu memenuhi janji yang diberikan.



Gambar 2. 1 Sumber: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.

Gambar di atas memvisualisasikan Model Kesenjangan Kualitas Jasa (*The Gaps Model*) karya Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985), yang membedah pembentukan persepsi kualitas dari dua perspektif yaitu sisi pelanggan dan sisi perusahaan. Model ini menegaskan bahwa ketidakpuasan pelanggan (*Gap 5*)

bukanlah kejadian yang berdiri sendiri, melainkan hasil akumulasi dari empat kegagalan internal manajemen, yaitu:

1. *Gap 1 (Persepsi Manajemen)*: Ketidakmampuan manajemen memahami kebutuhan aktual pelanggan.
2. *Gap 2 (Spesifikasi Kualitas)*: Kegagalan mentransformasi harapan pelanggan menjadi standar prosedur operasional (SOP) yang jelas.
3. *Gap 3 (Penyampaian Layanan)*: Kegagalan kinerja SDM atau teknologi dalam mengeksekusi standar layanan yang telah ditetapkan.
4. *Gap 4 (Komunikasi Pemasaran)*: Ketidaksesuaian antara janji promosi eksternal dengan realitas layanan yang diterima konsumen.
5. *Gap 5 Analisis ini difokuskan untuk merepresentasikan selisih antara harapan (Expected Service) dan persepsi (Perceived Service).*

Penerapan dimensi kualitas layanan dalam industri olahraga bersifat unik karena dominasi interaksi konsumen dengan fasilitas fisik atau *sportscape*, di mana indikator seperti kondisi lapangan dan peralatan menjadi penentu utama *core service quality*. Maulana & Alamsyah (2022), menemukan bahwa dalam bisnis penyewaan lapangan futsal, dimensi *Tangibles* (bukti fisik) berupa kualitas rumput dan fasilitas penunjang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan interaksi personal. Lebih lanjut, aspek *Reliability* (keandalan) juga menjadi sangat kritis. Sebagaimana ditegaskan oleh Setyawan & Tuasikal (2022), konsumen memprioritaskan keamanan lapangan dan kelayakan infrastruktur sebagai syarat mutlak; kegagalan dalam pemeliharaan aset fisik ini akan langsung berdampak pada persepsi buruk pelanggan yang berujung pada penurunan minat berkunjung kembali.

2.2.2 Lingkungan fisik layanan

Dalam industri jasa yang mengharuskan interaksi tatap muka, lingkungan fisik menjadi elemen krusial yang menentukan persepsi kualitas. Konsep ini dikenal sebagai *Servicescape*. Menurut Booms dan Bitner sebagaimana dikutip secara spesifik dalam riset (Az Zahra, Putri, and Erlely 2024), *servicescape* didefinisikan sebagai lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa serta konsumen berinteraksi, yang dipadukan dengan komoditas berwujud untuk memfasilitasi kinerja jasa. Penelitian mereka juga menegaskan tiga dimensi utama

lingkungan fisik, yaitu kondisi ambien, tata letak ruang, dan tanda/symbol. Relevansi teori ini divalidasi oleh temuan empiris terbaru dari (Damayanti and Budiono 2025), yang membuktikan bahwa penerapan elemen-elemen *servicescape* tersebut secara nyata mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, meskipun dalam studi kasus mereka, faktor persepsi harga memiliki dampak yang lebih dominan dibanding fisik semata. yang saling terintegrasi, yaitu:

1. Kondisi Ambien (*Ambient Conditions*), yang meliputi karakteristik latar seperti pencahayaan, suhu udara, musik, dan aroma yang memengaruhi kenyamanan panca indera;
2. Tata Letak Ruang dan Fungsionalitas (*Spatial Layout and Functionality*), yang berkaitan dengan pengaturan perabotan, mesin, dan alur gerak untuk memfasilitasi kelancaran aktivitas jasa.
3. Tanda, Symbol, dan Artefak (*Signs, Symbols, and Artifacts*), yang berfungsi sebagai media komunikasi visual untuk memberikan petunjuk arah dan membangun citra perusahaan.

2.2.3 Interaksi layanan

Dalam industri jasa, pengalaman pelanggan tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui serangkaian interaksi yang terjadi dari waktu ke waktu. Konsep ini dalam literatur manajemen dikenal sebagai Interaksi Layanan (*Service Encounter*). Sejalan dengan pandangan Lovelock dan Wirtz sebagaimana dikutip dalam riset terbaru (Muttaqien and Permana 2025), *service encounter* didefinisikan sebagai periode waktu krusial di mana pelanggan berinteraksi secara langsung dengan penyedia jasa. Pada momen inilah yang sering disebut sebagai moment pelanggan memvalidasi kualitas layanan secara menyeluruh, menilai apakah janji promosi yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan realitas kinerja yang mereka alami di lapangan.

Relevansi teori ini sangat kuat dalam bisnis penyewaan fasilitas olahraga. Riset yang dilakukan oleh (Perdiansah 2025) membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di lapangan futsal. pelanggan tidak hanya membeli "jam sewa lapangan", tetapi mereka juga "membeli" pengalaman interaksi yang nyaman dan profesional dari pengelola. Dalam kajian pemasaran strategis, evaluasi purna beli

sering kali dijelaskan melalui paradigma diskonfirmasi harapan. Mengacu pada teori Kotler dan Keller yang divalidasi dalam penelitian empiris (Nugraha and Setiawan 2023), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan terhadap ekspektasi awal. Jika kinerja layanan berada di bawah harapan, pelanggan akan mengalami disonansi atau kekecewaan; sebaliknya, jika kinerja memenuhi atau melampaui harapan, pelanggan akan mencapai titik kepuasan.

Lebih lanjut, kepuasan pelanggan merupakan konstruksi multidimensi yang dipengaruhi oleh berbagai variabel anteseden. Sejalan dengan temuan (Y. R. Putri and Marliyah 2023), kepuasan tidak berdiri sendiri, melainkan dibentuk oleh integrasi beberapa faktor utama, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, faktor emosional, serta persepsi harga. Dalam konteks industri jasa, sinergi antara keandalan layanan dan kewajaran biaya menjadi determinan paling dominan yang menentukan tinggi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Penelitian terbaru yang dilakukan oleh (Aditya and Giantari 2023) menegaskan kembali landasan teori Tjiptono mengenai kepuasan pelanggan. Dalam perspektif ini, kepuasan didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Definisi ini menggarisbawahi bahwa kepuasan adalah hasil dari proses perbandingan psikologis yang kompleks, bukan sekadar penerimaan produk secara pasif.

Lebih lanjut, untuk mengukur konstruksi kepuasan yang abstrak tersebut, yang merujuk pada pemikiran Fandy Tjiptono merumuskan tiga indikator inti yang mencerminkan respons kognitif dan afektif konsumen, yaitu:

1. Kesesuaian Harapan, yaitu sejauh mana kinerja layanan sesuai atau melampaui ekspektasi awal konsumen;
2. Minat Berkunjung Kembali (*Re-purchase Intention*), yang menunjukkan kesediaan konsumen untuk menggunakan kembali jasa perusahaan di masa depan; dan

3. Kesiediaan Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*), di mana konsumen yang puas secara sukarela menjadi promotor bagi perusahaan kepada orang lain.

Kesamaan indikator-indikator kepuasan pelanggan terus dikonfirmasi oleh berbagai penelitian empiris terkini. Dalam studi yang dilakukan oleh (Wardani and Sukaatmadja 2023), ditemukan bahwa indikator kesesuaian harapan merupakan faktor determinan yang paling dominan dalam membentuk kepuasan. Ketika konsumen merasa bahwa fasilitas dan pelayanan yang diterima sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, persepsi keadilan akan terbentuk, yang pada gilirannya menciptakan rasa puas yang mendalam.

Lebih lanjut, dampak kepuasan terhadap perilaku purna beli juga menjadi sorotan utama. (A. A. I. K. Putri and Nurcaya 2023) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki korelasi positif yang sangat kuat dengan niat pembelian ulang (*repurchase intention*). Pelanggan yang puas cenderung mengabaikan tawaran dari kompetitor dan menjadikan perusahaan tersebut sebagai prioritas utama. Temuan ini diperkuat kembali oleh (Wardani and Sukaatmadja 2023) yang menyoroti aspek *Word of Mouth* (WOM). Mereka menyimpulkan bahwa indikator kepuasan yang paling valid saat ini adalah kesiediaan pelanggan untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain serta minimnya intensitas keluhan, yang menandakan tingginya toleransi pelanggan terhadap layanan perusahaan.

2.3.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sejatinya adalah hubungan sebab-akibat yang sangat logis. Kualitas pelayanan berperan sebagai pemicu (sebab), sementara kepuasan adalah dampak yang dirasakan (akibat). Mengacu pada riset terbaru (J.C.J, Tanuwijaya, and Suhandiah 2024) rasa puas adalah reaksi emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan layanan yang mereka terima secara nyata dengan harapan mereka. Jika aspek layanan mulai dari kompetensi teknis hingga keramahan staf mampu memenuhi ekspektasi, maka kepuasan akan terbentuk secara alami.

Keterkaitan ini telah terbukti secara empiris di lapangan. Studi yang dilakukan oleh (Apriyani and Armaniah 2024) menegaskan kembali bahwa kualitas pelayanan

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin serius pengelola meningkatkan standar layanannya, semakin tinggi pula tingkat kepuasan psikologis konsumen. Hal ini membuktikan bahwa investasi pada perbaikan layanan bukan sekadar biaya, melainkan strategi fundamental untuk menciptakan kepuasan yang berujung pada pembelian ulang.

2.4 Loyalitas Pelanggan

Dalam konsep loyalitas pelanggan, Jill Griffin sebagaimana dikutip dalam penelitian (Adhilia and Yulia 2024) mengidentifikasi bahwa pelanggan setia memiliki ciri khas utama, yaitu melakukan pembelian secara teratur dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Poin terakhir ini sangat krusial dalam bisnis fasilitas olahraga; pelanggan yang loyal tidak akan mudah beralih ke lapangan lain hanya karena selisih harga yang sedikit atau promosi sesaat dari kompetitor.

Hubungan erat antara rasa puas dan kesetiaan ini dipertegas oleh temuan riset (Yuliati, Hidayati, and Asiyah 2024). Mereka membuktikan secara empiris bahwa kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan kualitas produk/layanan dengan loyalitas. Jika pengelola mampu memberikan layanan prima secara konsisten sehingga menciptakan kepuasan yang mendalam maka secara otomatis akan terbentuk ikatan emosional yang kuat. Kepuasan inilah yang menjadi penghalang psikologis bagi pelanggan untuk berpindah ke penyedia layanan lain.

2.5 Persepsi dan Harapan Pelanggan

2.5.1 Persepsi Pelanggan

Menurut (Adiprasetyo and Lestiani 2019) Persepsi didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Menurut (Kusumaningrum and Santoso 2025), persepsi pelanggan merepresentasikan kinerja aktual penyedia jasa yang secara nyata diterima di lapangan (*perceived service*) yang berdampak langsung pada tingkat kepuasan. Dalam konteks penyewaan fasilitas seperti *mini soccer*, evaluasi ini terbentuk dari interaksi langsung pelanggan dengan kondisi bukti fisik lapangan (*tangibles*),

kesigapan pengelola, serta keandalan fasilitas pendukung. Apabila realitas layanan operasional yang diberikan pada saat transaksi berlangsung mampu memberikan pengalaman yang lancar dan minim kendala, maka akan terbentuk persepsi kualitas pelayanan yang tinggi dan positif di benak pelanggan.

2.5.2 Harapan Pelanggan

(Siregar et al. 2025) menjelaskan bahwa ekspektasi atau harapan pelanggan bertindak sebagai keyakinan dasar dan acuan dalam menilai kinerja layanan aktual suatu entitas bisnis. Ekspektasi ini dikonstruksi oleh berbagai informasi eksternal, mulai dari ulasan pelanggan lain, pengalaman masa lalu saat menggunakan fasilitas di tempat kompetitor, hingga janji-janji kampanye pemasaran yang ditawarkan oleh penyedia jasa. Dalam konsep kualitas pelayanan, ekspektasi berfungsi sebagai ambang batas krusial; apabila kinerja layanan aktual (persepsi) gagal menembus atau menyamai garis ekspektasi ini, maka akan tercipta kesenjangan (*gap*) negatif yang memicu ketidakpuasan konsumen.

2.6 Perilaku Konsumen

Pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen adalah kunci strategi pemasaran. Schiffman dan Wisenblit sebagaimana dikutip dalam penelitian (Riska Wulandari and Iskandar 2023) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai serangkaian proses yang dilalui individu dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca-konsumsi produk untuk memuaskan kebutuhan mereka. Definisi ini menegaskan bahwa perilaku konsumen bukan sekadar transaksi sesaat, melainkan perjalanan pengalaman yang utuh.

Terkait keputusan pembelian, (Nasution and Harahap 2023) yang merujuk pada konsep *Buyer's Black Box* dari Kotler dan Keller, menekankan bahwa keputusan membeli terjadi dalam pikiran konsumen yang dipengaruhi oleh stimuli eksternal. Khusus untuk produk yang berkaitan dengan gaya hidup, faktor sosial dan psikologis memegang peran dominan. Riset mereka membuktikan bahwa konsumen modern sering kali memilih produk bukan hanya karena fungsi fisiknya, melainkan demi pengakuan sosial dan pembentukan identitas diri di dalam kelompok pergaulannya.

2.6.1 Faktor Perilaku Konsumen

Peter dan Olson sebagaimana dikutip dalam penelitian (Winanti and Telagawathi 2024) menggambarkan perilaku konsumen sebagai pertukaran dinamis antara aspek internal individu dengan kejadian di sekitarnya. Artinya, keputusan seseorang untuk membeli produk atau menyewa fasilitas olahraga bukan sekadar soal harga, tetapi sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan gaya hidup. Dalam konteks ini, pengaruh kelompok referensi seperti teman bermain atau komunitas menjadi sangat dominan konsumen sering kali memutuskan pembelian demi menyesuaikan diri dengan aktivitas kelompoknya.

Hal ini diperkuat oleh riset (Khotana, Sulaiman, and Kosasih 2024) yang membuktikan bahwa Citra Merek memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan mereka menunjukkan bahwa konsumen modern cenderung mencari validasi dari ulasan orang lain dan reputasi merek sebelum bertransaksi. Jika pengelola fasilitas mampu menciptakan citra positif yang viral melalui rekomendasi mulut ke mulut, maka hal tersebut akan menjadi pendorong utama bagi konsumen untuk memilih layanan mereka dibandingkan kompetitor.

2.7 Jasa

Lovelock dan Wirtz sebagaimana dikutip dalam penelitian (Heryanto and Verinawati 2023) menjelaskan bahwa jasa memiliki karakteristik unik karena menawarkan nilai yang tidak berwujud (*intangible*) pelanggan tidak membeli barang fisik, melainkan membeli sebuah kinerja atau performa. Mengelola jasa jauh lebih kompleks dibandingkan barang karena empat karakteristik utamanya menurut Kotler dan Keller tak berwujud (*intangibility*), tak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan tidak dapat disimpan (*perishability*). Sifat ini menjadi tantangan tersendiri. (Heryanto and Verinawati 2023) menegaskan bahwa karena konsumen tidak dapat menilai produk di awal, mereka akan sangat bergantung pada bukti fisik seperti kondisi fasilitas dan penampilan staf sebagai petunjuk visual utama untuk memvalidasi kualitas layanan.

Terkait dinamika interaksi, tren pemasaran jasa kini bergeser dari sekadar transaksi menjadi penciptaan pengalaman. (Lesmana and Sutarman 2023) menekankan bahwa pelanggan modern bukan lagi objek pasif, melainkan mitra dalam penciptaan nilai. Keberhasilan jasa tidak lagi hanya bergantung pada fasilitas

keras, tetapi pada bagaimana membangun interaksi emosional yang berkesan. Namun, hal ini membawa risiko pada aspek konsistensi. Temuan mereka mengingatkan bahwa inkonsistensi layanan sekecil apapun dapat merusak memori pengalaman pelanggan dan mendorong mereka beralih ke kompetitor.

2.7.1 Manajemen Jasa Fasilitas (*Facility Service Management*)

Dalam industri ini, urusan desain dan perawatan fasilitas bukan sekadar masalah teknis, melainkan sebuah keputusan strategis. Mengacu pada teori Heizer dan Render yang dikutip dalam penelitian terbaru (Sagala and Lubis 2025), keputusan strategi operasional termasuk tata letak dan pemilihan Lokasi sangat menentukan kemampuan perusahaan dalam melayani pasar secara efisien. Fasilitas fisik ini memiliki peran ganda yang unik; ia berfungsi sebagai 'pabrik' tempat jasa dibuat sekaligus sebagai 'produk' yang dinikmati pelanggan. Sejalan dengan hal tersebut, Tjiptono dalam riset (Rizky and Daud 2024) menegaskan bahwa fasilitas adalah alat berwujud (*tangible*) yang krusial untuk menyalurkan layanan yang tak berwujud. Fasilitas berfungsi sebagai alat bantu untuk menciptakan kenyamanan dan pengalaman spasial bagi konsumen.

Pentingnya aspek ini dibuktikan secara empiris oleh (Rizky and Daud 2024) yang menemukan bahwa fasilitas berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen zaman sekarang menuntut tempat yang aman, terawat, dan bersih. Temuan mereka menunjukkan bahwa ketika fasilitas dikelola dengan baik, tingkat kepuasan konsumen akan meningkat secara signifikan. Hal ini menegaskan bahwa fasilitas harus dikelola secara berkelanjutan agar tetap kompetitif.

2.8 Uji Kelayakan Data

2.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Ghazali dalam penelitian (Fadhli and Pratiwi 2023), suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan kata lain, validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Bivariate Pearson* berbantuan perangkat lunak SPSS. Kriteria

pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05). Jika nilai r hitung $> r$ table dan bernilai positif, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung $< r$ tabel, maka butir tersebut dinyatakan tidak valid.

1. Jika r hitung $> r$ table dan bernilai positif, maka butir pertanyaan dinyatakan Valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan Tidak Valid.

2.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merujuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono dalam (Sari and Zulfadil 2023), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (konsisten). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha (α). Metode ini dipilih karena cocok untuk mengukur reliabilitas instrumen yang memiliki skor berskala (seperti Skala Likert 1-5). Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka instrumen dinyatakan Reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka instrumen dinyatakan Tidak Reliabel.

2.9 SERVQUAL

Konsep *SERVQUAL* dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono dalam (Nurhalimah and Hidayat 2023), *SERVQUAL* adalah instrumen multi-item yang dirancang untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik): Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, dan personel.
2. *Reliability* (Keandalan): Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesigapan membantu pelanggan dan memberikan layanan cepat.
4. *Assurance* (Jaminan): Pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan.

5. *Empathy* (Empati): Perhatian individu yang tulus kepada pelanggan.

Analisis *SERVQUAL* dilakukan dengan menghitung skor kesenjangan (*Gap Analysis*) antara persepsi kinerja aktual (P) dengan harapan konsumen (E). Rumus dasar yang digunakan adalah:

$$GAP (Q) = \text{Persepsi (P)} - \text{Harapan (E)}$$

Jika nilai (Q) atau *gap* positif, maka kualitas layanan dianggap sangat baik (melebihi harapan). Sebaliknya, jika (Q) atau *GAP* negatif, maka kualitas layanan belum memenuhi harapan konsumen.

2.10 Metode *Importance-Performance Analysis* (IPA)

Untuk menerjemahkan hasil kesenjangan tersebut ke dalam strategi perbaikan yang konkret, penelitian ini menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh (Martilla and James 1977) dalam artikel seminal mereka di *Journal of Marketing*. Menurut Supranto (2016) dalam (Pasaribu and Harahap 2023), tujuan utama IPA adalah menampilkan informasi mengenai faktor-faktor pelayanan mana yang menurut konsumen sangat penting (*Importance*), namun kinerja perusahaan (*Performance*) masih belum memuaskan. Langkah pertama dalam analisis IPA adalah menghitung Tingkat Kesesuaian (T_{ki}) antara kinerja dan harapan dengan rumus:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

T_{ki} = Tingkat Kesesuaian Responden

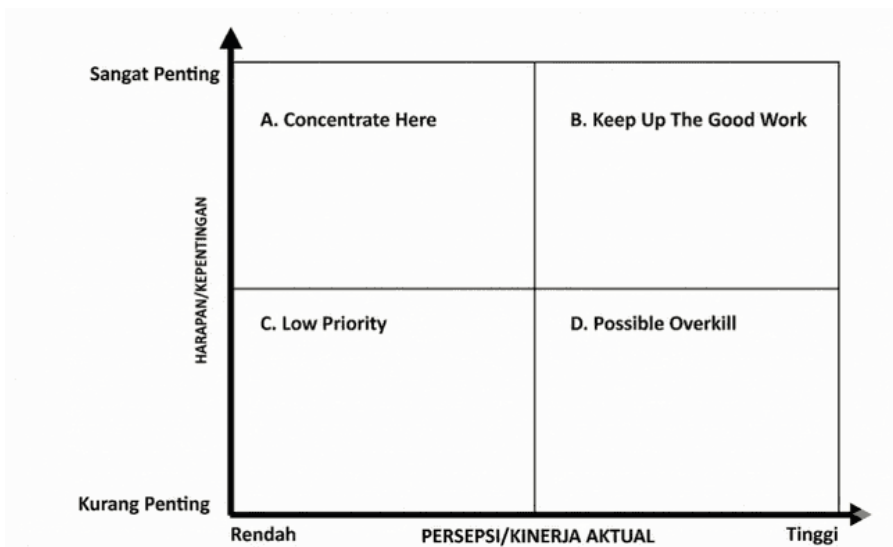
X_i = Skor penilaian kinerja (Persepsi/Kenyataan)

Y_i = Skor penilaian kepentingan (Harapan)

2.10.1 Diagram Kartesius IPA

Diagram Kartesius yang terdiri dari empat kuadran. Pembagian kuadran ini didasarkan pada nilai rata-rata skor kinerja $\bar{X}$ dan rata-rata skor kepentingan $\bar{Y}$

seluruh atribut. Tjiptono (2012) dalam (Pasaribu and Harahap 2023), keempat kuadran tersebut adalah:



Gambar 2. 2 Importance Performance Analysis Diagram Kartesianus (Tjiptono, 2012)

1. Kuadran A (*Concentrate Here*): Atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan, namun kinerja perusahaan masih rendah. Ini adalah prioritas utama perbaikan.
2. Kuadran B (*Keep Up the Good Work*): Atribut yang dianggap penting dan kinerjanya sudah tinggi. Prestasi ini harus dipertahankan.
3. Kuadran C (*Low Priority*): Atribut yang dianggap kurang penting dan kinerjanya juga biasa saja. Perusahaan tidak perlu memprioritaskan sumber daya di sini.
4. Kuadran D (*Possibly Overkill*): Atribut yang dianggap kurang penting, namun kinerjanya sangat berlebihan. Sumber daya di sini dapat dialihkan ke Kuadran A.

2.11 IBM SPSS

Dalam penelitian kuantitatif yang melibatkan pengolahan data statistik yang kompleks, penggunaan perangkat lunak komputer menjadi elemen vital untuk menjamin akurasi hasil. Salah satu perangkat lunak yang paling umum digunakan adalah IBM SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Menurut (Fadilah 2024) yang merujuk pada literatur statistik Sujarweni, SPSS didefinisikan sebagai program komputer yang dirancang khusus untuk membedah dan mengolah data

statistik dengan kemampuan analisis yang tinggi serta sistem manajemen data yang terintegrasi. Keunggulan utama SPSS terletak pada kemampuannya menyajikan analisis statistik yang presisi sekaligus meminimalisir risiko kesalahan perhitungan yang sering terjadi pada metode manual.

2.12 Penelitian Terdahlu

Kajian terhadap penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya untuk analisis terhadap topik Penelitian. Penulis telah mengidentifikasi dan mengulas beberapa peneltian yang membahas topik penelitian yang mirip guna memperkuat teori dan referensi penelitian. Rangkuman dari studi-studi relevan tersebut selanjutnya dipaparkan sebagai landasan petenelitian terdahulu pada Tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel & Metode	Hasil Penelitian
1	Mi'raj, J. S., & Sutrisna, A. (2022)	<i>The Influence Of Perception Of Price And Facilities On Consumer Satisfaction Of Mini soccer Indosoccernesia</i>	Variabel: Persepsi Harga, Fasilitas, Kepuasan Konsumen. Metode: Kuantitatif Asosiatif (Survei).	Menemukan bahwa persepsi harga yang kompetitif dan kualitas fasilitas lapangan <i>Mini soccer</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.
2	Wibowo, S., & Muflihah, N. (2022)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i> Di Sanjaya Fitnes	Variabel: 5 Dimensi <i>SERVQUAL</i> , Kepuasan. Metode: <i>SERVQUAL</i> & Importance-Performance Analysis (IPA).	Hasil IPA menunjukkan atribut fasilitas alat olahraga dan keamanan ruangan masuk Kuadran A (Prioritas Utama) karena dianggap penting namun kinerjanya kurang.
3	Ramdhani, A. (2021)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode CSI Dan IPA (Studi Kasus: AFC Futsal)	Variabel: Kualitas Pelayanan, Kepuasan. Metode: Customer Satisfaction Index (CSI) & IPA.	Terdapat 3 atribut prioritas perbaikan (Kuadran A): <i>kesigapan</i> karyawan, kecepatan mengatasi keluhan, dan keramahan staf. Tingkat kepuasan keseluruhan masuk kategori "Cukup Puas".

No	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel & Metode	Hasil Penelitian
4	Saputra, Y., & Rosihan, R. I. (2023)	Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode <i>SERVQUAL</i> dan IPA (Studi Kasus Jasa Bengkel)	Variabel: Tangibles, Reliability, <i>Responsiveness</i> , Assurance, Empathy. Metode: <i>SERVQUAL</i> & IPA.	Memberikan rujukan metodologi bahwa <i>Gap</i> negatif (Harapan > Kinerja) memerlukan strategi perbaikan prioritas menggunakan pemetaan Kuadran Kartesius IPA.
5	Sari, R. F., et al. (2024)	Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Member di <i>Mini soccer</i> Bumara	Variabel: Kepuasan Konsumen, Loyalitas Member. Metode: Kuantitatif (Regresi).	Membuktikan bahwa kepuasan member <i>Mini soccer</i> terhadap produk (rumput lapangan) dan pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas untuk menyewa kembali.
6	Setyanto, B. A., & Wijaya, A. (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Champion Futsal	Variabel: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan. Metode: Regresi Linear Berganda.	Menunjukkan bahwa Fasilitas (Tangibles) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan dibandingkan kualitas pelayanan staf pada bisnis penyewaan lapangan.

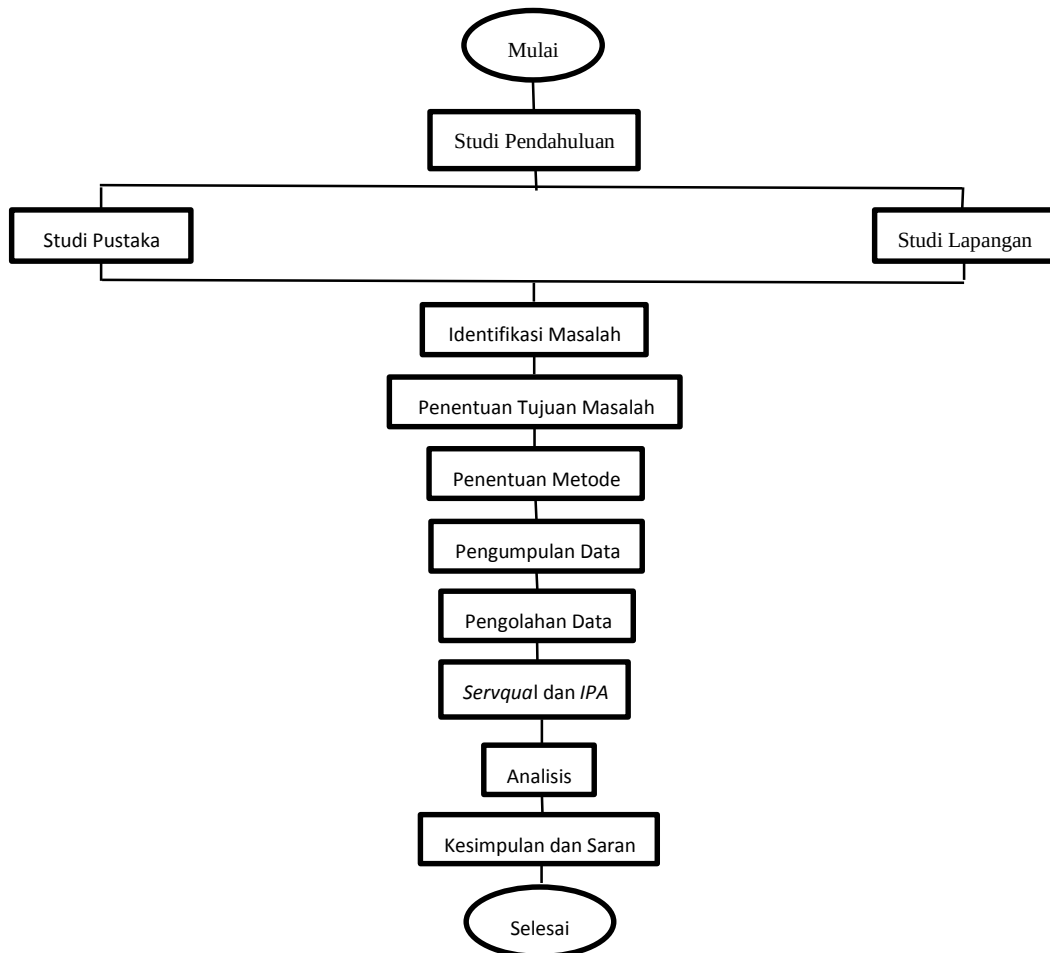
No	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel & Metode	Hasil Penelitian
7	Ilham, M., & Yuniati, Y. (2022)	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i> dan IPA	Variabel: 5 Dimensi <i>SERVQUAL</i> . Metode: <i>SERVQUAL</i> & IPA.	Menemukan atribut lighting (pencahayaan) dan sirkulasi udara di lapangan masuk dalam Kuadran A (Prioritas), yang berarti pelanggan merasa aspek fisik ini sangat penting tapi belum optimal.
8	Prayoga, I., & Yulianto, E. (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Member Soka Futsal)	Variabel: Kualitas Pelayanan, Kepuasan. Metode: Kuantitatif Deskriptif.	Dimensi Reliability (Kehandalan) dalam ketepatan jadwal booking menjadi faktor kunci yang menentukan pelanggan akan melakukan re-purchase (sewa ulang) atau tidak.
9	Samosir, L., et al. (2023)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i> Dan IPA Pada Usaha Jasa Lapangan Futsal	Variabel: <i>SERVQUAL</i> , IPA. Metode: Survey & Matrix IPA.	Memetakan atribut "Ketersediaan Lahan Parkir" dan "Kebersihan Toilet" ke dalam Kuadran A, menegaskan bahwa fasilitas pendukung sangat krusial dalam bisnis olahraga.

No	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel & Metode	Hasil Penelitian
10	Widiastuti, T., & Susanti, F. (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Lapangan Futsal	Variabel: Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan. Metode: Regresi Berganda.	Harga sewa lapangan tidak berpengaruh signifikan jika Kualitas Pelayanan (<i>Responsiveness</i> & Assurance) ditingkatkan; pelanggan rela bayar lebih demi layanan yang baik.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Flowchart Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini menuntut adanya pendekatan yang sistematis dan terstruktur agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, tahapan penyelesaian masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut



Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian

Berdasarkan diagram alir (*flowchart*) di atas, tahapan pelaksanaan penelitian ini disusun secara sistematis mulai dari tahap persiapan hingga penarikan kesimpulan. Berikut adalah uraian dari setiap tahapan tersebut:

3.1.1 Studi Pustaka

Studi literatur merupakan tahap awal dalam penelitian ini. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan, menelaah, dan menyintesis berbagai referensi relevan yang bersumber dari buku teks, jurnal ilmiah, serta artikel penelitian terdahulu. Fokus utama kajian literatur ini adalah untuk memperdalam pemahaman mengenai konsep Manajemen Pemasaran, khususnya teori Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Teori-teori yang didapatkan kemudian dijadikan landasan dalam menyusun penelitian ini dan menentukan indikator-indikator variabel yang akan diukur.

3.1.2 Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan melalui pengamatan langsung (observasi) di lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran riil mengenai kondisi operasional *Mini soccer*. Pada tahap ini, peneliti meninjau secara langsung kondisi fasilitas fisik (*tangibles*), seperti kualitas rumput lapangan, kebersihan area tunggu, kelayakan fasilitas pendukung (toilet/parkir), serta mengamati interaksi pelayanan yang terjadi antara staf dengan pelanggan. Data yang diperoleh dari observasi ini digunakan untuk memvalidasi fenomena masalah yang akan diangkat dalam penelitian.

3.1.3 Identifikasi Masalah

Setelah merampungkan studi literatur dan observasi lapangan, penelitian memasuki tahap esensial yaitu perumusan masalah. Berangkat dari temuan empiris dan fenomena di lokasi seperti adanya keluhan konsumen atau ketidaklayakan fasilitas peneliti memfokuskan inti permasalahan yang akan dikaji. Pada tahap ini, pertanyaan penelitian disusun secara spesifik, khususnya yang berkaitan dengan analisis IPA untuk mengetahui poin poin apasaja menjadi perbaikan dalam diagram kartersius IPA serta menegerahui antara ekspektasi pelanggan dan realita layanan yang diterima. Tujuan penelitian juga ditetapkan sebagai alat untuk mengukur tingkat kepuasan secara kuantitatif dan memetakan atribut layanan untuk diperbaiki. Kedua hal ini selanjutnya menjadi basis utama dalam perancangan butir-butir kuesioner

3.1.4 Penentuan Tujuan Masalah

Setelah masalah teridentifikasi, peneliti menetapkan tujuan penelitian secara spesifik. Tahap ini bertujuan untuk memberikan arah yang jelas bagi penelitian, yakni untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan mengetahui atribut layanan mana yang memerlukan perbaikan prioritas.

3.1.5 Penentuan Metode

Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menentukan metode analisis yang paling relevan. Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah integrasi antara *SERVQUAL* (*Service Quality*) untuk mengukur kesenjangan kualitas dan IPA (*Importance-Performance Analysis*) untuk pemetaan prioritas perbaikan.

3.1.6 Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden (pelanggan *Mini soccer*). Kuesioner ini dirancang untuk mendapatkan data mengenai tingkat harapan (*expectation*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang dirasakan pelanggan.

3.1.7 SERVQUAL dan IPA

Tahap ini merupakan inti dari perhitungan teknis. Data yang valid dihitung menggunakan rumus *Gap Analisis* untuk mencari nilai kesenjangan antara harapan dan kinerja. Selanjutnya, nilai rata-rata tersebut dipetakan ke dalam Diagram Kartesius IPA yang terdiri dari empat kuadran.

3.1.8 Analisis

Hasil perhitungan kemudian dianalisis secara mendalam. Peneliti menginterpretasikan makna dari skor *gap* (positif/negatif) dan posisi atribut dalam kuadran IPA (Kuadran A, B, C, atau D) untuk memahami secara komprehensif bagaimana persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

3.1.9 Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menarik kesimpulan utama mengenai kualitas pelayanan *Mini soccer* saat ini. Selanjutnya, peneliti merumuskan saran

dan rekomendasi yang konkret kepada pihak pengelola untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang.

3.2 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian guna memperoleh data yang representatif, teknik *sampling* didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Mengingat populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite* (jumlahnya tidak diketahui secara pasti), maka pemilihan teknik *sampling* harus dilakukan dengan metode yang tepat agar data tetap valid.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Non-Probability *Sampling*, *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini menggunakan kriteria khusus (*purposive*) di mana responden dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, bukan dipilih secara acak.

3.2.1 *Purposive Sampling*

Secara spesifik, pendekatan yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Merujuk pada pendapat Sugiyono sebagaimana dijelaskan dalam penelitian, *purposive sampling* merupakan bagian dari teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti tidak mengambil sampel secara acak, melainkan menyeleksi responden yang memenuhi kriteria khusus agar data yang diperoleh lebih representatif terhadap masalah penelitian. Agar data yang diperoleh valid dan mewakili, peneliti menetapkan kriteria responden sebagai berikut:

1. Merupakan pelanggan yang telah menggunakan fasilitas lapangan *Mini soccer* minimal satu kali.
2. Berusia minimal 17 tahun, karena dianggap dewasa dalam memberikan penilaian objektif.
3. Bersedia mengisi kuesioner hingga tuntas.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi yang menjadi fokus adalah seluruh pelanggan yang menggunakan layanan sewa lapangan *Mini soccer*. Karena karakteristik kedatangan pelanggan yang bersifat tidak bisa diprediksi dan tidak terdata secara permanen dalam satu periode waktu yang tetap, maka populasi dalam penelitian ini melakukan estimasi rata-rata populasi pengunjung dalam rentang waktu satu tahun (52 minggu). Hal tersebut menuntut peneliti untuk menetapkan batasan kriteria sampel yang jelas agar data yang diambil tetap representatif terhadap populasi yang ada.

3.3.2 Sampel Penelitian

Dalam kerangka penelitian, sampel memegang peranan krusial sebagai representasi dari keseluruhan objek yang diteliti. Sampel dipahami sebagai bagian spesifik dari karakteristik maupun jumlah yang dimiliki oleh populasi, yang ditarik untuk mewakili fenomena yang lebih luas secara efisien. Mengingat populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah yang diketahui secara pasti (*finite population*), maka penentuan ukuran sampel yang representatif dihitung secara matematis menggunakan pendekatan Rumus Slovin. Metode ini diterapkan guna menjamin bahwa jumlah sampel yang diambil mampu meminimalkan tingkat kekeliruan, sehingga hasil generalisasi data tetap memiliki kredibilitas ilmiah dan presisi yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan batas toleransi kesalahan yang telah ditetapkan.

3.4 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian

Untuk keperluan analisis kuantitatif, instrumen penelitian ini menggunakan skala pengukuran Skala Likert, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala ini, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian dijadikan titik tolak untuk menyusun butir-butir instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan yang diajukan mengenai harapan dan persepsi kualitas layanan. Penilaian dilakukan dengan memilih salah satu dari lima

alternatif jawaban yang tersedia. Setiap jawaban diberi bobot skor bertingkat (1 sampai 5) dengan rincian bobot sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) / Sangat Puas: Diberi skor 5
2. Setuju (S) / Puas: Diberi skor 4
3. Ragu-ragu / Cukup Puas: Diberi skor 3
4. Tidak Setuju (TS) / Tidak Puas: Diberi skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) / Sangat Tidak Puas: Diberi skor 1

3.5 Instrumen Penelitian

Dalam operasionalisasi penelitian, keberadaan instrumen yang valid menjadi syarat mutlak untuk memperoleh data yang akurat, instrumen penelitian didefinisikan sebagai alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang menjadi fokus pengamatan. Instrumen berfungsi untuk memudahkan pencarian data sehingga hasil pengolahan menjadi lebih sistematis dan mudah diinterpretasikan.

Jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) tertutup. Kuesioner ini diadopsi dan dimodifikasi dari model *SERVQUAL* untuk menyesuaikan dengan konteks *Mini soccer*. Struktur instrumen terdiri dari butir butir pertanyaan yang dikelompokkan ke dalam 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik): Pertanyaan terkait kondisi fisik kelayakan lapangan, parkir.
2. *Reliability* (Kehandalan): Pertanyaan terkait ketepatan waktu sewa, konsistensi jadwal penyewaan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Pertanyaan terkait kesigapan staf dalam membantu pelanggan.
4. *Assurance* (Jaminan): Pertanyaan terkait keramahan dan pengetahuan staf.
5. *Empathy* (Empati): Pertanyaan terkait perhatian individu kepada pelanggan.

3.6 Penentuan Ukuran Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini

adalah seluruh konsumen yang pernah menyewa dan menggunakan fasilitas lapangan di Soccer Republic

Mengingat jumlah pasti pelanggan secara keseluruhan berfluktuasi dan tidak dapat diketahui secara mutlak, maka peneliti melakukan estimasi rata-rata populasi pengunjung dalam rentang waktu satu tahun (52 minggu) guna menghindari bias musiman. Berdasarkan data observasi dan asumsi tingkat kunjungan, rata-rata kedatangan konsumen per minggu adalah sebanyak 5 tim. Setiap tim diasumsikan membawa maksimal 18 orang (pemain dan cadangan), sehingga estimasi pengunjung per minggu mencapai 90 orang. Dengan demikian, proyeksi populasi pengunjung lapangan dalam satu tahun adalah 90 orang dikalikan 52 minggu, yaitu sebanyak 4.680 orang. Angka inilah yang dijadikan sebagai ukuran populasi (N) dalam penelitian ini.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan rumus Slovin, mengingat ukuran populasi (N) telah diestimasikan jumlahnya secara spesifik. Tingkat kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel (margin of error) ditetapkan sebesar 10% (0,10). Adapun perhitungan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi (4.680 orang)

e = *Margin of error* / tingkat kesalahan (10% atau 0,10)

Dengan memasukkan data estimasi populasi tahunan ke dalam rumus, maka perhitungannya adalah:

$$n = \frac{4680}{1 + 4680(0,10^2)}$$

$$n = \frac{4680}{1 + 4680(0,01)}$$

$$n = \frac{4680}{1 + 46,8}$$

$$n = \frac{4680}{47,8}$$

$$n = \frac{4680}{47,8}$$

$$n = 97,90$$

Berdasarkan hasil perhitungan matematika di atas, diperoleh angka sebesar 97,90. Untuk memenuhi syarat minimal keterwakilan sampel responden dan meminimalisir terjadinya kesalahan, maka peneliti membulatkan angka tersebut ke atas. Dengan demikian, jumlah sampel yang ditetapkan dan akan dianalisis dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

3.7 Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel

Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Referensi
<i>Tangibles</i>	Kondisi Rumput	Kualitas rumput sintetis lapangan <i>mini soccer</i> dalam kondisi baik rata dan tidak botak.	Sari (2024)
	Sistem Drainase	Sistem drainase resapan air lapangan berfungsi baik tidak tergenang saat hujan.	Setyanto & Wijaya (2021)
	Fasilitas Penerangan	Fasilitas penerangan lampu lapangan sangat terang dan memadai untuk bermain malam hari.	Ilham & Yuniati (2022)
	Area Parkir	Area parkir kendaraan beraspal rata luas dan tertata rapi.	Samosir . (2023)
	Fasilitas Sanitasi	Kondisi toilet dan kamar mandi bersih tidak bau serta air mengalir lancar.	Samosir . (2023)
	Fasilitas Penonton	Ketersediaan tempat duduk atau tribun penonton memadai dan nyaman.	Mi'raj & Sutrisna (2022)
	Kelayakan Bola	Bola yang disewakan dalam kondisi sangat layak pakai tidak bocor.	Wibowo & Muflihah (2022)

Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Referensi
	Kebersihan Rompi	Rompi pemain yang disediakan bersih wangi dan layak pakai.	Wibowo & Mufliah (2022)
	Fasilitas Pendukung	Terdapat fasilitas pendukung lain yang memadai seperti kantin atau musala.	Widiastuti & Susanti (2021)
	Penampilan Staf	Karyawan pengelola lapangan berpenampilan rapi bersih dan profesional.	Saputra & Rosihan (2023)
Assurance	Keamanan Infrastruktur	Lapangan tertutup jaring pelindung yang kuat sehingga aman dari bola nyasar.	Wibowo & Mufliah (2022)
	Kompetensi Staf	Staf pengelola memiliki pengetahuan yang baik mengenai prosedur penyewaan dan fasilitas lapangan.	Ramdhani (2021)
	Jaminan Keamanan	Kendaraan di area parkir dan barang bawaan pelanggan di area tunggu terjamin keamanannya.	Samosir . (2023)
	Kepercayaan Transaksi	Proses transaksi penyewaan jelas dan dapat dipercaya bebas risiko jadwal ganda.	Prayoga & Yulianto (2020)
	Fasilitas Keselamatan	Terdapat jaminan ketersediaan kotak P3K jika terjadi cedera ringan saat bermain.	Setyanto & Wijaya (2021)

Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Referensi
Empathy	Perhatian Personal	Staf pengelola memberikan sambutan perhatian personal dan bersikap ramah kepada pelanggan.	Ramdhani (2021)
	Pemahaman Kebutuhan	Pengelola memahami kebutuhan spesifik penyewa misal memberi opsi reschedule saat cuaca buruk.	Widiastuti & Susanti (2021)
	Kepedulian Keluhan	Staf pengelola mau mendengarkan keluhan dan menerima masukan dari pelanggan dengan sabar.	Ramdhani (2021)
Responsiveness	Kecepatan Reservasi	Admin sangat cepat <i>tanggap</i> dalam merespons pesan reservasi atau pertanyaan pelanggan.	Prayoga & Yulianto (2020)
	Kesigapan Persiapan	Staf di lapangan <i>sigap</i> membantu persiapan sebelum bermain seperti menyalakan lampu.	Saputra & Rosihan (2023)
	Penanganan Kendala	Karyawan cepat bertindak dalam menangani kendala teknis seperti menyerok genangan air.	Samosir . (2023)
Reliability	Ketepatan Waktu	Jadwal penggunaan lapangan selalu tepat waktu sesuai dengan jam pemesanan.	Prayoga & Yulianto (2020)
	Kesesuaian Harga	Harga sewa dan tagihan akhir yang diberikan sesuai dengan informasi awal.	Mi'raj & Sutrisna (2022)

Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Referensi
	Konsistensi Layanan	Pengelola konsisten menjaga kualitas pelayanan dan kebersihan lapangan setiap kali pelanggan datang menyewa.	Sari . (2024)

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

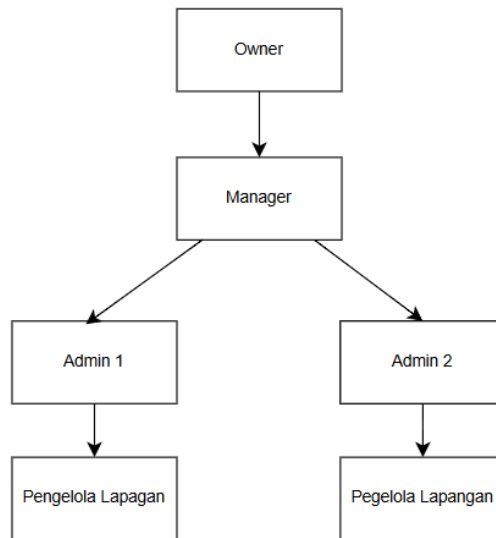
4.1.1 Profil Perusahaan

Mini soccer Republic merupakan salah satu bisnis yang bergerak di sektor industri jasa hiburan dan penyewaan fasilitas olahraga, khususnya berfokus pada penyediaan lapangan *mini soccer*. Kehadiran *Mini soccer Republic* merupakan bentuk adaptasi bisnis terhadap pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan, khususnya di Kota Bandung, yang mulai beralih dari olahraga futsal konvensional menuju olahraga lapangan terbuka (*outdoor*) dengan rumput sintetis yang menawarkan bermain layaknya sepak bola profesional dengan skala yang lebih praktis (7 vs 7 atau 9 vs 9). *Mini soccer Republic* tidak hanya memposisikan diri sebagai tempat penyewaan lapangan semata, melainkan sebagai ruang rekreasi dan sarana interaksi sosial (*fun football*) bagi masyarakat urban.

4.1.2 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi merupakan elemen manajerial yang sangat penting bagi sebuah entitas bisnis guna memperjelas pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab setiap individu di dalamnya. Berdasarkan data operasional, *Mini soccer Republic* menerapkan struktur organisasi yang sederhana dan fungsional (*flat organization*). Desain struktur yang ringkas ini dirancang agar alur komunikasi dan pelayanan kepada pelanggan dapat dilakukan secara cepat dan efisien.

Secara hierarkis, alur komando di *Mini soccer Republic* dipimpin oleh seorang *Owner* yang membawahi dua jalur administratif dan operasional. Adapun uraian tugas pokok dan fungsi (Tupoksi) dari masing-masing bagian dalam struktur tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan

- a. Pemilik (*Owner*) Menempati posisi puncak dalam struktur organisasi dengan tanggung jawab penuh atas seluruh keberlangsungan kegiatan bisnis dan aset perusahaan. Posisi ini memegang wewenang mutlak untuk menetapkan arah kebijakan strategis, menyediakan pendanaan atau anggaran fasilitas, mengevaluasi laporan pendapatan, serta mengawasi kelancaran operasional secara umum.
- b. Manajer berada langsung di bawah komando Pemilik, Manajer berfokus pada pengendalian aspek manajerial dan operasional harian di area fasilitas olahraga. Posisi ini dituntut untuk memastikan kelancaran seluruh aktivitas di lapangan, mengatur jadwal kerja staf, menyelesaikan kendala teknis atau komplain, serta menyusun laporan evaluasi operasional maupun keuangan untuk diserahkan kepada Pemilik.
- c. Admin / *Customer Service* Berperan sebagai garda terdepan (*frontliner*) yang berinteraksi langsung dengan konsumen sekaligus mengelola administrasi harian. Fokus kerjanya meliputi pelayanan reservasi (*booking*) lapangan, pengaturan jadwal ketersediaan lapangan, penerimaan transaksi pembayaran

sewa, penyampaian tata tertib lapangan kepada pelanggan, serta merespons pertanyaan pelanggan melalui pesan WhatsApp atau telepon.

- d. Pengelola mengemban tanggung jawab penuh terhadap pemeliharaan kelayakan *tangibles* dan kesiapan lapangan. Lingkup kerjanya mencakup perawatan kualitas rumput sintetis, menjaga kebersihan area tunggu, parkir, dan fasilitas sanitasi (toilet), pengecekan sistem lampu penerangan, merawat perlengkapan sewa (bola dan rompi), serta *sigap* membantu persiapan penyewa sebelum pertandingan dimulai (seperti menyalakan lampu atau menyerok genangan air).

4.1.3 Lokasi Perusahaan



Gambar 4. 2 Lokasi Perusahaan diambil dari Google Maps

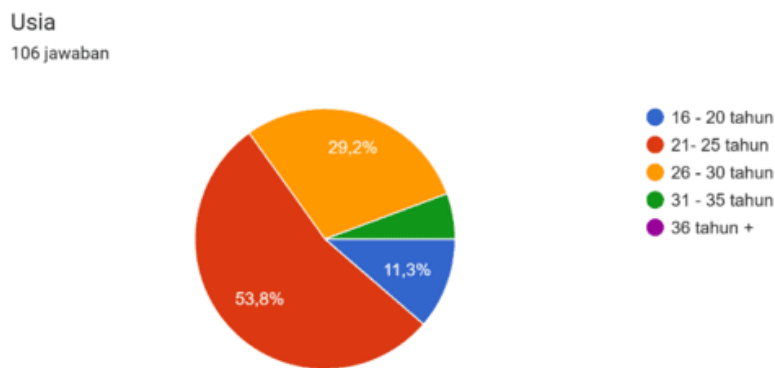
Fasilitas olahraga Soccer Republic cabang Surya Sumantri berlokasi di Jl. Surya Sumantri No.42, Sukagalih, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi operasional ini dinilai memiliki keunggulan geografis yang sangat strategis dan tingkat aksesibilitas yang tinggi, mengingat kawasan Surya Sumantri merupakan salah satu pusat pergerakan ekonomi, komersial, dan pendidikan yang sangat aktif di wilayah Kota Bandung.

Posisi *Soccer Republic* Surya Sumantri dikelilingi oleh sentra bisnis, pusat kuliner, institusi pendidikan tinggi seperti Universitas Kristen Maranatha, serta kawasan permukiman penduduk yang padat. Penempatan lokasi di tengah pusat aktivitas tersebut memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan, terutama dalam menjangkau dan memfasilitasi target pasar utamanya

yang didominasi oleh kalangan mahasiswa, pekerja kantoran, serta komunitas pencinta olahraga sepak bola rekreasi.

Selain itu, kemudahan akses transportasi menuju lokasi juga menjadi faktor penting yang mendukung kelancaran operasional bisnis. Lokasinya yang terintegrasi dan berdekatan langsung dengan akses gerbang tol utama (Tol), serta mudah dijangkau oleh berbagai moda transportasi publik maupun kendaraan pribadi, menjadikan fasilitas lapangan ini sangat memadai secara letak geografis. Kemudahan aksesibilitas ini pada akhirnya turut berkontribusi dalam membentuk persepsi positif serta kenyamanan pelanggan saat merencanakan kegiatan olahraga, baik pada hari kerja maupun akhir pekan.

4.2 Karakteristik Responden



Gambar 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia Responden

4.3 Pengolahan Data

Karakteristik responden berdasarkan rentang usia dianalisis untuk mengetahui profil demografis konsumen yang menyewa dan menggunakan fasilitas lapangan *mini soccer* di cabang Surya Sumantri. Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada 106 orang responden, distribusi data kelompok usia responden dapat dilihat pada gambar diagram di atas.

Secara lebih terperinci, rincian karakteristik usia responden adalah sebagai berikut:

- a. Usia 21 - 25 tahun: Merupakan kelompok responden yang paling mendominasi dengan persentase sebesar 53,8% (sebanyak 57 orang).

- b. Usia 26 - 30 tahun: Menempati urutan kedua terbanyak dengan persentase sebesar 29,2% (sebanyak 31 orang).
- c. Usia 16 - 20 tahun: Memiliki persentase sebesar 11,3% (sebanyak 12 orang).
- d. Usia 31 - 35 tahun: Memiliki persentase terkecil yaitu sebesar 5,7% (sebanyak 6 orang).
- e. Usia 36 tahun ke atas: Tidak terdapat responden pada rentang usia ini (0%).

Berdasarkan perolehan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen pengguna fasilitas *mini soccer* ini berada pada rentang usia 21 hingga 30 tahun, yang secara akumulatif menyumbang 83% dari total keseluruhan responden.

Hasil temuan ini sejalan dengan karakteristik lingkungan operasional di kawasan Surya Sumantri. Kelompok usia 21-30 tahun umumnya merupakan kalangan mahasiswa tingkat akhir, lulusan baru (*fresh graduate*), maupun pekerja kantor/eksekutif muda. Tingginya minat dari kelompok usia produktif ini menunjukkan bahwa olahraga *mini soccer* menjadi pilihan utama bagi mereka sebagai sarana rekreasi fisik, penyaluran hobi, sekaligus sarana bersosialisasi di tengah rutinitas akademik maupun pekerjaan.

4.3.1 Uji Validitas 30 Responden

Uji validitas merupakan tahapan pengujian yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen kuesioner. Sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, dalam Astuti, 2022). Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa item-item pernyataan yang mewakili dimensi *SERVQUAL* telah dipahami dengan baik oleh responden sesuai dengan maksud peneliti.

Sebelum kuesioner disebarkan secara massal kepada sampel utama penelitian yaitu 100 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba instrumen. Uji coba ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner awal kepada 30 orang responden yang memiliki karakteristik serupa dengan kriteria sampel pernah menyewa lapangan *mini soccer*. Penggunaan 30 responden untuk uji coba ini didasarkan agar

hasil yang didapatkan tidak bias, jumlah tersebut merupakan batas minimum yang memadai agar distribusi data dapat mendekati kurva normal, sehingga hasil pengujian instrumen dapat dipertanggungjawabkan secara kuantitatif.

Pengujian validitas dari data 30 responden uji coba ini dilakukan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Prosesnya adalah dengan mengorelasikan skor tiap butir pertanyaan dengan total skor konstruksinya.

Dasar pengambilan keputusan uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi hitung (r -hitung) dengan nilai batas kritis (r -tabel). Dengan jumlah responden uji coba (N) sebanyak 30 orang dan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05), maka diperoleh derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) = $N - 2 = 28$. Berdasarkan tabel statistik, nilai r -tabel untuk df 28 adalah sebesar 0,361. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r -hitung $> 0,361$, maka item pernyataan kuesioner dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam pengumpulan data ke sampel utama.
2. Jika nilai r -hitung $< 0,361$, maka item pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid, sehingga item tersebut harus dibuang (*drop*) atau direvisi ulang sebelum kuesioner final disebarkan kepada 100 responden utama.

Tabel 4. 1 Uji validitas 30 responden pernyataan Ekspetasi

Variabel	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Corlation</i> (0,05) (30-2) =0,361	Status
<i>Tangible</i>	T1	0,750	Valid
	T2	0,595	Valid
	T3	0,613	Valid
	T4	0,539	Valid
	T5	0,806	Valid
	T6	0,564	Valid
	T7	0,843	Valid
	T8	0,815	Valid
	T9	0,726	Valid

Variabel	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Corlation</i> (0,05) (30-2) =0,361	Status
	T10	0,828	Valid
<i>Assurance</i>	A1	0,646	Valid
	A2	0,757	Valid
	A3	0,686	Valid
	A4	0,756	Valid
	A5	0,779	Valid
<i>Empathy</i>	E1	0,772	Valid
	E2	0,583	Valid
	E3	0,783	Valid
<i>Reability</i>	RE1	0,782	Valid
	RE2	0,577	Valid
	RE3	0,689	Valid
<i>Responsivness</i>	RS1	0,740	Valid
	RS2	0,674	Valid
	RS3	0,814	Valid

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pada tiap butir pernyataan ekspetasi pada uji coba kepada 30 responden didapatkan hasil yang mana semua indikator pernyataan tersebut memiliki nilai *Corrected Item Total Corlation* rhitung > 0,361, maka semua indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4. 2 Uji validitas 30 Responden Pernyataan Realita

Variabel	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Corlation</i> (0,05) (30-2) =0,361	Status
<i>Tangible</i>	T1	0,440	Valid
	T2	0,501	Valid
	T3	0,420	Valid
	T4	0,792	Valid
	T5	0,398	Valid
	T6	0,620	Valid
	T7	0,645	Valid

Variabel	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Corlation</i> (0,05) (30-2) =0,361	Status
	T8	0,809	Valid
	T9	0,736	Valid
	T10	0,777	Valid
<i>Assurance</i>	A1	0,622	Valid
	A2	0,720	Valid
	A3	0,687	Valid
	A4	0,819	Valid
	A5	0,702	Valid
<i>Empathy</i>	E1	0,782	Valid
	E2	0,714	Valid
	E3	0,752	Valid
<i>Reability</i>	RE1	0,702	Valid
	RE2	0,752	Valid
	RE3	0,612	Valid
<i>Responsivness</i>	RS1	0,561	Valid
	RS2	0,785	Valid
	RS3	0,472	Valid

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pada tiap butir pernyataan realita pada uji coba kepada 30 responden didapatkan hasil yang mana semua indikator pernyataan tersebut memiliki nilai *Corrected Item Total Corlation* rhitung > 0,361, maka semua indikator tersebut dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Realibilitas 30 Responden

Uji Reliabilitas merupakan tahapan pengujian yang digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi atau keandalan suatu instrumen kuesioner. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen

kuesioner yang mewakili dimensi SERVQUAL dapat diandalkan dan memberikan hasil pengukuran yang ajek (tetap) meskipun pengukuran dilakukan berulang kali. Sejalan dengan uji validitas, sebelum kuesioner disebarakan secara massal kepada sampel utama penelitian yaitu 100 responden, peneliti terlebih dahulu menguji keandalan data dari uji coba instrumen awal. Uji coba ini melibatkan 30 orang responden yang memiliki karakteristik serupa dengan kriteria sampel, yakni pernah menyewa lapangan *mini soccer*. Penggunaan 30 responden untuk uji coba ini didasarkan agar hasil yang didapatkan tidak bias jumlah tersebut merupakan batas minimum yang memadai agar distribusi data dapat mendekati kurva normal, sehingga hasil pengujian instrumen dapat dipertanggungjawabkan secara kuantitatif.

Pengujian reliabilitas dari data 30 responden uji coba ini dilakukan menggunakan metode statistik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Proses ini bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi internal dari butir-butir pertanyaan yang sebelumnya telah dinyatakan valid dalam menyusun suatu konstruk variabel.

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan dengan nilai standar batas penerimaan keandalan. Menurut standar yang lazim digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2018), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka instrumen kuesioner dinyatakan reliabel (andal) dan layak untuk digunakan dalam proses pengumpulan data selanjutnya kepada sampel utama.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka instrumen kuesioner dinyatakan tidak reliabel, sehingga butir pernyataan dalam kuesioner tersebut perlu dievaluasi, diperbaiki, atau diganti sebelum kuesioner final disebarakan kepada 100 responden utama.

Tabel 4. 3 Uji Realitibitas 30 Responden Pernyataan Ekspetasi

Dimensi	<i>Cronbach's alpha</i> (a) $> 0,6$	Status
<i>Tangible</i>	0,855	Reliabel

Dimensi	<i>Cronbach's alpha (a) >0,6</i>	Status
<i>Assurance</i>	0,849	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,753	Reliabel
<i>Realibilty</i>	0,719	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,677	Reliabel

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pada tiap dimensi pernyataan pada uji coba kepada 30 responden didapatkan hasil yang mana semua dimensi pernyataan pada pernyataan ekspetasi tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka semua dimensi tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 4 Uji Realitibitas 30 Responden Pernyataan Ekspetasi

Dimensi	<i>Cronbach's alpha (a) >0,6</i>	status
<i>Tangible</i>	0,911	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,864	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,715	Reliabel
<i>Realibilty</i>	0,693	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,769	Reliabel

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pada tiap dimensi pernyataan pada uji coba kepada 30 responden didapatkan hasil yang mana semua dimensi pernyataan pada pernyataan realita tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka semua dimensi tersebut dinyatakan reliabel.

Berikut adalah hasil uji validitas instrumen realita dari setiap butir pernyataan pada tabel 4.6 kepada 100 responden:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Pernyataan Ekspetasi

Dimensi	Atribut Layanan	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Corlation (0,1) (100-2)</i> =0,1654	Status
<i>Tangible</i>	Kondisi Rumput	T1	0,461	Valid
	Sistem Drainase	T2	0.453	Valid
	Fasilitas Penerangan	T3	0.564	Valid
	Area Parkir	T4	0.623	Valid
	Fasilitas Sanitasi	T5	0.423	Valid
	Fasilitas Penonton	T6	0.458	Valid
	Kelayakan Bola	T7	0.562	Valid
	Kebersihan Rompi	T8	0.573	Valid
	Fasilitas Pendukung	T9	0.494	Valid
	Penampilan Staf	T10	0.436	Valid
<i>Assurance</i>	Keamanan Infrastruktur	A1	0.868	Valid
	Kompetensi Staf	A2	0.824	Valid
	Jaminan Keamanan	A3	0.816	Valid
	Kepercayaan Transaksi	A4	0.803	Valid
	Fasilitas Keselamatan	A5	0,678	Valid
<i>Emphaty</i>	Perhatian Personal	E1	0.735	Valid
	Pemahaman Kebutuhan	E2	0.807	Valid

Dimensi	Atribut Layanan	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Corlation (0,1) (100-2)</i> =0,1654	Status
	Kepedulian Keluhan	E3	0.860	Valid
<i>Responsiveness</i>	Kecepatan Reservasi	RS1	0.778	Valid
	Kesigapan Persiapan	RS2	0.771	Valid
	Penanganan Kendala	RS3	0.777	Valid
<i>Realbility</i>	Ketepatan Waktu	RE1	0.812	Valid
	Kesesuaian Harga	RE2	0.836	Valid
	Konsistensi Layanan	RE3	0.793	Valid

Pada tabel ini berisi hasil uji validitas instrumen ekspektasi dari setiap butir pertanyaan pada 100 responden:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pernyataan Realita

Variabel	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Corlation (0,1) (100-2)</i> =0,1654	Status
<i>Tangible</i>	T1	0,533	Valid
	T2	0,477	Valid
	T3	0,391	Valid
	T4	0,390	Valid
	T5	0,574	Valid
	T6	0,493	Valid
	T7	0,596	Valid
	T8	0,544	Valid
	T9	0,606	Valid
	T10	0,560	Valid
<i>Assurance</i>	A1	0,674	Valid
	A2	0,574	Valid
	A3	0,585	Valid

	A4	0,462	Valid
	A5	0,643	Valid
<i>Empathy</i>	E1	0,620	Valid
	E2	0,528	Valid
	E3	0,588	Valid
<i>Reability</i>	RE1	0,549	Valid
	RE2	0,583	Valid
	RE3	0,567	Valid
<i>Responsivness</i>	RS1	0,544	Valid
	RS2	0,480	Valid
	RS3	0,648	Valid

4.4 Uji Realibilitas

Setelah item-item pernyataan dinyatakan lolos pada uji validitas, tahapan selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan suatu instrumen (kuesioner) yang digunakan sebagai alat ukur. Sebuah instrumen kuesioner dikatakan reliabel (andal) apabila jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, meskipun pengamatan dilakukan pada waktu yang berbeda.

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas terhadap data esponden dilakukan dengan menggunakan metode statistik *Cronbach's Alpha* melalui bantuan perangkat lunak komputasi statistik. Robert (2016) menyatakan bahwa metode yang lazim digunakan untuk mengukur reliabilitas pengamatan adalah dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan komputasi dengan nilai standar kelayakan yang telah ditetapkan.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas ini ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka instrumen pengamatan dinyatakan reliabel (andal) dan layak digunakan untuk menyebarkan data ke sampel utama.

2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60, maka instrumen pengamatan dinyatakan tidak reliabel, sehingga tidak dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Hasil perhitungan uji reliabilitas terhadap kelima dimensi layanan secara lebih terperinci dapat dilihat pada tabel berikut ini:

4.4.1 Uji Realibiltas Indikator Ekspetasi

a. Uji Realibiltas *Tangibles*

Tabel 4. 7 Uji Realibiltas *Tangibles* Ekspetasi

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.884	10

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Tangibles* (Bukti Fisik) yang terdiri dari 10 butir pernyataan (*N of Items* = 10) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,884. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Tangibles* dinyatakan reliabel.

b. Uji Realibiltas variabel *Assurance*

Tabel 4. 8 Uji Realibiltas *Assurance* Ekspetasi

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.873	5

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Assurance* (Jaminan) yang terdiri dari 5 butir pernyataan (*N of Items* = 5) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,895. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Assurance* dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 9 Uji Realibilitas *Realibility* Ekspetasi

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.753	3

Berdasarkan tabel *Empathy* ekspetasi diatas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Assurance* (Jaminan) yang terdiri dari 3 butir pernyataan (*N of Items* = 3) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,753. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Empathy* dinyatakan reliabel.

c. Uji Realibilitas variabel *Emphaty*

Tabel 4. 10 Uji Realibilitas *Emphaty* Ekspetasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	3

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Emphaty* yang terdiri dari 3 butir pernyataan (*N of Items* = 3) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,985. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Emphaty* dinyatakan reliabel.

d. Uji Realibiltas *Responsiveness*

Tabel 4. 11 Uji Realibilitas *Responsiveness* Ekspetasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	3

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) yang terdiri dari 3 butir pernyataan (*N of Items* = 3) menghasilkan

nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,83. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Resposiveness* dinyatakan reliabel.

e. Uji Realibitas *Realibility*

Tabel 4. 12 Uji Realibilitas *Realibility* Ekspetasi

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.833	3

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Reliability* (Keandalan) yang terdiri dari 3 butir pernyataan (*N of Items* = 3) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,833. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Resposiveness* dinyatakan reliabel.

4.4.2 Uji Realibilitas Indikator Realita

a. Uji Realibilitas variabel *Tangible*

Tabel 4. 13 Uji Realibilitas *Tangibles* Realita

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.919	10

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Tangibles* (Bukti Fisik) untuk penilaian Realita/Persepsi pelanggan, yang terdiri dari 10 butir pernyataan (*N of Items* = 10), menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,919. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Tangible* dinyatakan reliabel.

b. Uji realibitas variable *Assurance*

Tabel 4. 14 Uji Realibilitas Assurances Realita

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.802	5

Tabel *Reliability Statistics* di atas menunjukkan bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Assurance* (Jaminan) yang terdiri dari 5 butir pernyataan (*N of Items* = 5) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,802. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Assurance* dinyatakan reliabel.

c. Uji Realibilitas variabel *Empathy*

Tabel 4. 15 Uji Realibilitas Emphaty Realita

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.737	3

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Empathy* (Empati) yang terdiri dari 3 butir pernyataan (*N of Items* = 3) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,737. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Empathy* dinyatakan reliabel.

d. Uji Realibilitass variabel *reability*

Tabel 4. 16 Uji Realibilitas Realibility Realita

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.725	3

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *reability* yang terdiri dari 3 butir pernyataan (*N of Items* = 3) menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,725. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *reability* dinyatakan reliabel.

e. Uji Realibitas variabel *Responsiveness*

Tabel 4. 17 Uji Realibilitas Responsiveness Realita

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.781	3

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap instrumen kuesioner pada variabel *Responsiveness* (daya tanggap) untuk penilaian Realita/Persepsi, yang terdiri dari 3 butir pernyataan (*N of Items* = 3), menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,781. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Responsiveness* dinyatakan reliabel.

4.5 Uji SERVQUAL

Untuk menentukan nilai *SERVQUAL* pada tiap-tiap variabel, peneliti menghitung rata-rata skor dari hasil kuesioner. Perhitungan ini dilakukan dengan menjumlahkan seluruh respons atau penilaian pada masing-masing atribut, yang kemudian dibagi dengan jumlah total responden penelitian. Berikut adalah rumus matematis yang digunakan sebagai berikut:

$$x = \frac{1}{n}(x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n)$$

Di bawah ini merupakan contoh penerapan perhitungan metode *SERVQUAL* yang diaplikasikan pada item pernyataan T1, yaitu mengenai kualitas rumput sintetis lapangan *mini soccer* dalam kondisi baik rata dan tidak botak.

$$\bar{x} \text{ Ekspetasi} = \frac{1}{100}(5 + 4 + 3 + \dots + 5)$$

$$\bar{x} = \frac{1}{100}(407)$$

$$\bar{x} = 4,07$$

$$\bar{x} \text{ Realita} = \frac{1}{100}(3 + 3 + 4 + \dots + 3)$$

$$\bar{x} = \frac{1}{100}(283)$$

$$\bar{x} = 2,83$$

Tahapan selanjutnya setelah memperoleh nilai rata-rata adalah menghitung skor kesenjangan (*gap*) pada masing-masing variabel. Perhitungan nilai kesenjangan ini dilakukan melalui persamaan berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai } SERVQUAL (Gap) &= \text{Realita} - \text{Ekspetasi} \\ &= 2,83 - 4,07 = -1,24 \end{aligned}$$

Berikut ini adalah hasil perhitungan metode Service Quality (*SERVQUAL*) untuk tiap variabel dari setiap dimensi yang diperoleh dengan mengakumulasi seluruh skor jawaban kuesioner pada masing-masing variabel atau atribut, untuk kemudian dibagi dengan total keseluruhan responden

a. Dimensi *tangible*

Berikut merupakan hasil dari perhitungan *SERVQUAL* untuk pada variabel dimensi *Tangible* (Bukti Fisik):

Tabel 4. 18 Perhitungan *SERVQUAL* Dimensi *Tangible*

Dimensi	Atribut Layanan	Ekspetasi	Realita	Gap
<i>Tangible</i>	Kondisi Rumput	4,07	2,83	-1,24
	Sistem Drainase	3,84	2,73	-1,11
	Fasilitas Penerangan	3,90	3,06	-0,84
	Area Parkir	3,89	2,72	-1,17
	Fasilitas Sanitasi	3,87	2,72	-1,15
	Fasilitas Penonton	3,89	2,74	-1,15
	Kelayakan Bola	3,92	2,93	-0,99
	Kebersihan Rompi	3,77	2,52	-1,25
	Fasilitas Pendukung	3,95	2,83	-1,12
	Penampilan Staf	3,8	2,72	-1,08

b. Dimensi *Assurance*

Berikut merupakan hasil dari perhitungan *SERVQUAL* untuk pada variabel dimensi *Assurance* (jaminan):

Tabel 4. 19 Perhitungan *SERVQUAL* Dimensi *Assurance*

Dimensi	Atribut Layanan	Ekspetasi	Realita	Gap
<i>Assurance</i>	Keamanan			
	Infrastruktur	3,48	3,77	0,29
	Kompetensi Staf	3,21	3,63	0,42
	Jaminan Keamanan	3,32	3,53	0,21
	Kepercayaan			
	Transaksi	3,14	3,7	0,56
	Fasilitas Keselamatan	3,25	3,33	0,08

c. Dimensi *Empathy*

Berikut merupakan hasil dari perhitungan *SERVQUAL* untuk pada variabel dimensi *Empathy* (Empati):

Tabel 4. 20 Perhitungan *SERVQUAL* Dimensi *Emphaty*

Dimensi	Atribut Layanan	Ekspetasi	Realita	Gap
<i>Emphaty</i>	Perhatian Personal	3,4	3,76	0,36
	Pemahaman Kebutuhan	3,15	3,41	0,26
	Kepedulian Keluhan	3,16	3,47	0,31

d. Dimensi *Responsiveness*

Berikut merupakan hasil dari perhitungan *SERVQUAL* untuk pada variabel dimensi *Resposinevess*:

Tabel 4. 21 Perhitungan *SERVQUAL* Dimensi *Responsiveness*

Dimensi	Atribut Layanan	Ekspetasi	Realita	Gap
<i>Responsiveness</i>	Kecepatan Reservasi	3,5	3,75	0,25
	Kesigapan Persiapan	3,17	3,48	0,31
	Penanganan Kendala	3,18	3,4	0,22

e. Dimensi *Reability*

Berikut merupakan hasil dari perhitungan *SERVQUAL* untuk pada variabel dimensi *Reability*:

Tabel 4. 22 Perhitungan *SERVQUAL* Dimensi *Reability*

Dimensi	Atribut Layanan	Ekspetasi	Realita	Gap
<i>Reability</i>	Ketepatan Waktu	3,39	3,74	0,35
	Kesesuaian Harga	3,10	3,40	0,3
	Konsistensi Layanan	3,32	3,79	0,47

f. Pengukuran tingkat kepuasan

Adapun kriteria interpretasi terhadap hasil perhitungan kesenjangan (*gap*) atau nilai *SERVQUAL* diklasifikasikan ke dalam tiga kondisi, yaitu:

1. Nilai *SERVQUAL* = 0 (Nol): Menunjukkan bahwa kinerja layanan yang diterima oleh konsumen telah setara dengan apa yang diharapkannya (kondisi netral).
2. Nilai *SERVQUAL* > 0 (Positif): Mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan telah melampaui ekspektasi konsumen, sehingga konsumen merasa sangat puas.
3. Nilai *SERVQUAL* < 0 (Negatif): Menandakan bahwa kualitas layanan yang diterima saat ini masih berada di bawah ekspektasi konsumen, yang mengimplikasikan adanya ketidakpuasan terhadap kinerja layanan.

Tabel 4. 23 Rata-rata perhitungan *SERVQUAL* berdasarkan setiap dimensi

Dimensi	Rata-rata Ekspektasi	Rata- rata Realita	<i>Gap</i>
<i>Tangible</i>	3,89	2,78	-1,11
<i>Assurance</i>	3,28	3,59	0,31
<i>Emphaty</i>	3,59	3,19	-0,40
<i>Responsiveness</i>	3,28	3,54	0,26
<i>Reability</i>	3,27	3,64	0,37

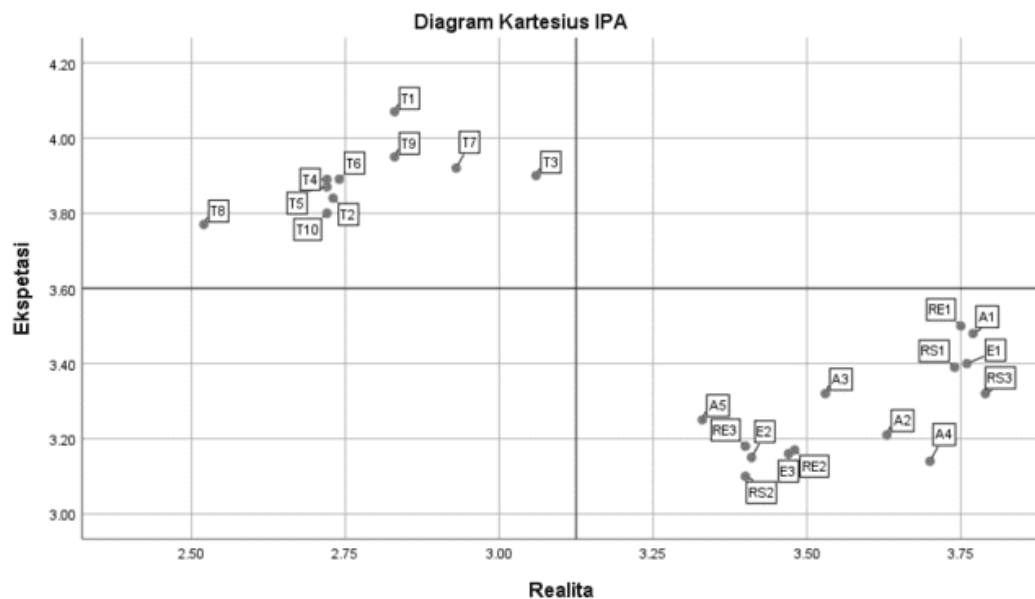
4.6 Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA) diaplikasikan untuk memetakan tingkat urgensi dari berbagai atribut kualitas pelayanan berdasarkan perbandingan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Posisi dari masing-masing atribut tersebut akan diplotkan secara visual ke dalam empat kuadran pada diagram Cartesius. Langkah pertama yang dilakukan dalam metode IPA ini adalah mengukur tingkat kesesuaian antara kinerja (Realita) dan kepentingan (ekspektasi) dari setiap atribut yang diteliti. Proses perbandingan skor tersebut dapat dilihat secara lebih jelas pada tabel berikut:

Tabel 4. 24 Rata-rata Nilai Persepsi dan Nilai Ekspetasi

Variabel	Ekspetasi	Realita
T1	4,07	2,83
T2	3,84	2,73
T3	3,90	3,06
T4	3,89	2,72
T5	3,87	2,72
T6	3,89	2,74
T7	3,92	2,93
T8	3,77	2,52
T9	3,95	2,83
T10	3,80	2,72
A1	3,48	3,77
A2	3,21	3,63
A3	3,32	3,53
A4	3,14	3,7
A5	3,25	3,33
E1	3,40	3,76
E2	3,15	3,41
E3	3,16	3,47
RE1	3,50	3,75
RE2	3,17	3,48
RE3	3,18	3,4
RS1	3,39	3,74
RS2	3,10	3,4
RS3	3,32	3,79

Metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi hasil penilaian pada setiap dimensi *SERVQUAL*. Pada Gambar menunjukkan gambar dari bentuk dari diagram kartesius realita dan ekspetasi.



Gambar 4. 4 Diagram Kartesius Persepsi dan Ekspektasi

Berdasarkan hasil pengolahan data tingkat kesesuaian antara ekspektasi (harapan) dan realita (kinerja) layanan di fasilitas *mini soccer* cabang Surya Sumantri, seluruh pernyataan kemudian dipetakan ke dalam diagram Kartesius IPA. Pemetaan ini bertujuan untuk mengklasifikasikan atribut-atribut layanan ke dalam empat kuadran guna menentukan strategi perbaikan dan prioritas alokasi sumber daya.

Adapun penjabaran dari posisi masing-masing atribut pada diagram Kartesius sebagai berikut:

1. Kuadran I (Kiri Atas)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh konsumen (ekspektasi tinggi), namun kinerja yang diberikan oleh pihak pengelola saat ini dirasa masih sangat kurang (realita rendah). Atribut yang berada pada kuadran ini menuntut perhatian segera dan harus menjadi prioritas utama untuk diperbaiki.

- a. Atribut yang termasuk: Seluruh dari dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, dan T10.

- b. Konsumen pengguna lapangan *mini soccer* menaruh harapan yang sangat tinggi pada kualitas fasilitas fisik (seperti kelayakan rumput sintetis, penerangan, fasilitas ruang, hingga kebersihan area). Namun, kenyataannya fasilitas fisik tersebut belum memenuhi standar mereka. Pihak manajemen harus segera mengalokasikan dana dan untuk merenovasi atau meningkatkan kualitas fisik lapangan.

2. Kuadran II: (Kanan Atas):

Kuadran ini berisi atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pihak pengelola telah berhasil memberikan kinerja yang tinggi dan memuaskan.

- a. Atribut yang termasuk: Tidak ada atribut yang masuk ke dalam kuadran ini.
- b. Saat ini belum ada satupun layanan berskala prioritas tinggi yang kinerjanya dirasa memuaskan oleh konsumen

3. Kuadran III (Kiri Bawah):

Kuadran ini mencakup atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen, dan pada saat yang sama, kinerja yang diberikan oleh juga dinilai biasa saja atau rendah.

- a. Atribut yang termasuk: Tidak ada atribut yang masuk ke dalam kuadran ini.
- b. Tidak ada aspek layanan berkinerja rendah yang dianggap sepele oleh konsumen.

4. Kuadran IV:

Kanan Bawah Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang sebenarnya dinilai kurang begitu penting atau bukan prioritas utama bagi konsumen (ekspektasi rendah), namun pihak pengelola justru memberikan kinerja layanan yang sangat baik dan melampaui harapan (realita tinggi).

- a. Atribut yang termasuk: Seluruh dari dimensi *Assurance* (A1, A2, A3, A4, A5), *Reliability* (RE1, RE2, RE3), *Responsiveness* (RS1, RS2, RS3), dan *Empathy* (E1, E2, E3).
- b. Pihak pengelola lapangan telah memberikan pelayanan dan interaksi staf yang sangat luar biasa (karyawan ramah, proses *booking* cepat, jadwal akurat, dll). Namun, bagi konsumen *mini soccer*, hal-hal tersebut bukanlah utama mereka saat datang untuk berolahraga. Pihak manajemen mungkin terlalu banyak

mengalokasikan sumber daya (waktu/tenaga) pada aspek pelayanan non-fisik, sehingga melupakan perawatan fasilitas fisik utamanya.

Rincian mengenai setiap atribut layanan ke dalam masing-masing kuadran pada diagram Kartesius di atas, direkapitulasi secara lengkap melalui Tabel 4.12 Hasil Kuadran *Importance-Performance Analysis*.

Tabel 4. 25 Hasil Pengelompokkan Kuadran Importance Performance Analysis

No	Dimensi	Atribut Layanan	Kuadran
T1	<i>Tangible</i>	Kondisi Rumput	I
T2		Sistem Drainase	
T3		Fasilitas Penerangan	
T4		Area Parkir	
T5		Fasilitas Sanitasi	
T6		Fasilitas Penonton	
T7		Kelayakan Bola	
T8		Kebersihan Rompi	
T9		Fasilitas Pendukung	
T10		Penampilan Staf	
A1	<i>Assurance</i>	Keamanan Infrastruktur	IV
A2		Kompetensi Staf	
A3		Jaminan Keamanan	
A4		Kepercayaan Transaksi	
A5		Fasilitas Keselamatan	
E1	<i>Emphaty</i>	Perhatian Personal	
E2		Pemahaman Kebutuhan	
E3		Kepedulian Keluhan	
RE1	<i>Responsiveness</i>	Kecepatan Reservasi	
RE2		Kesigapan Persiapan	
RE3		Penanganan Kendala	

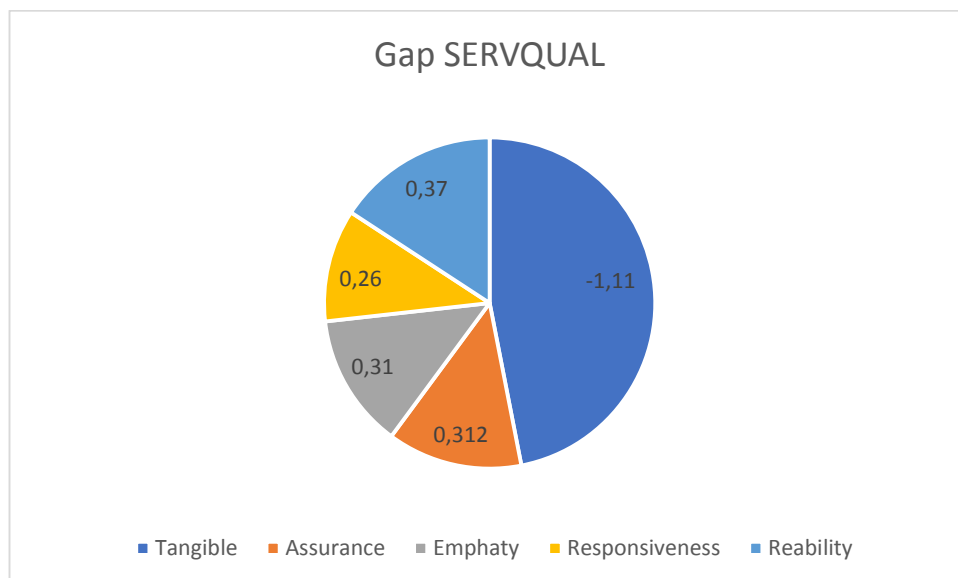
No	Dimensi	Atribut Layanan	Kuadran
RS1	<i>Realbility</i>	Ketepatan Waktu	
RS2		Kesesuaian Harga	
RS3		Konsistensi Layanan	

BAB V

ANALISIS

5.1 Analisis Nilai *Gap Service Quality*

Berdasarkan hasil perhitungan kesenjangan (*gap*) analisis *SERVQUAL*, diketahui bahwa dari kelima dimensi kualitas layanan yang diukur, hanya terdapat satu dimensi yang menghasilkan nilai *gap*, yaitu dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik). Sebaliknya, empat dimensi lainnya yang berfokus pada kualitas pelayanan staf pengelola (yakni *Reliability*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Responsiveness*) secara konsisten menunjukkan nilai kesenjangan yang positif (> 0). Sebagai representasi visual, perbandingan nilai *gap* pada kelima dimensi *SERVQUAL* tersebut diilustrasikan melalui diagram berikut ini:



Gambar 5. 1 Diagram Perbandingan nilai rata-rata *Gap* pada kelima dimensi *SERVQUAL*

5.1.1 Analisis Nilai *Gap Service Quality Tangible*

Tabel 5. 1 Analisis *Gap* Dimensi *Tangible*

No	Atribut Layanan	Rata Rata Realita	Rata Rata Ekspetasi	Hasil
T1	Kondisi Rumput	2,83	4,07	-1,24
T2	Sistem Drainase	2,73	3,84	-1,11
T3	Fasilitas Penerangan	3,06	3,9	-0,84
T4	Area Parkir	2,72	3,89	-1,17
T5	Fasilitas Sanitasi	2,72	3,87	-1,15
T6	Fasilitas Penonton	2,74	3,89	-1,15
T7	Kelayakan Bola	2,93	3,92	-0,99
T8	Kebersihan Rompi	2,52	3,77	-1,25
T9	Fasilitas Pendukung	2,83	3,95	-1,12
T10	Penampilan Staf	2,72	3,8	-1,08

Berdasarkan hasil pengolahan data, dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik) secara keseluruhan menunjukkan kinerja yang belum mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan seluruh 10 atribut pernyataan (T1 hingga T10) yang mencatatkan nilai kesenjangan (*gap*) negatif. Untuk mengetahui kelemahan fasilitas fisik secara lebih spesifik, berikut adalah deskripsi dan analisis kesenjangan pada masing-masing atribut:

a. Kondisi Rumput (T1):

Atribut ini memperoleh nilai realita sebesar 2,83 dan ekspektasi sebesar 4,07, sehingga menghasilkan *gap* sebesar -1,24. Kondisi rumput merupakan produk inti dari penyewaan lapangan *mini soccer*, sehingga ekspektasi pelanggan sangatlah tinggi (tertinggi dari semua atribut *Tangible*). Nilai *gap* yang besar ini menunjukkan bahwa kondisi rumput sintetis saat ini dinilai buruk, botak, atau tidak rata, yang sangat mengganggu kenyamanan dan keamanan bermain.

b. Sistem Drainase (T2):

Atribut ini memiliki nilai realita 2,73 dan ekspektasi 3,84, dengan gap sebesar -1,11. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan sering mengalami kendala genangan air di lapangan ketika atau setelah hujan turun, yang membuktikan bahwa resapan air lapangan tidak berfungsi dengan optimal.

c. Fasilitas Penerangan (T3):

Nilai realita untuk atribut ini adalah 3,06 dan ekspektasi sebesar 3,90, menghasilkan gap sebesar -0,84. Meskipun ini adalah nilai gap negatif terkecil dalam dimensi Tangibles, penerangan lampu sorot saat bermain di malam hari tetap dinilai belum maksimal dan dirasa kurang terang oleh para penyewa.

d. Area Parkir (T4):

Atribut area parkir mendapatkan nilai realita 2,72 dan ekspektasi 3,89, dengan gap sebesar -1,17. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa kesulitan, kurang aman, atau tidak nyaman dengan kondisi area parkir yang mungkin sempit, tidak beraturan, atau permukaannya yang tidak rata.

e. Fasilitas Sanitasi (T5):

Memperoleh nilai realita 2,72 dan ekspektasi 3,87, sehingga gap-nya adalah -1,15. Pelanggan merasa kecewa dengan kondisi toilet dan ruang ganti yang dirasa kurang bersih, berbau, atau tidak memiliki ketersediaan air yang memadai untuk membersihkan diri setelah berolahraga.

f. Fasilitas Penonton (T6):

Atribut ini mencatatkan nilai realita 2,74 dan ekspektasi 3,89, dengan gap -1,15. Mengingat mini soccer sangat lekat dengan aspek sosial (fun football), pelanggan merasa fasilitas tribun atau tempat duduk untuk pemain cadangan dan penonton sangat minim dan kurang layak.

g. Kelayakan Bola (T7):

Nilai realitanya adalah 2,93 dan ekspektasi 3,92, menghasilkan gap sebesar -0,99. Kesenjangan ini menandakan bahwa bola yang disewakan atau disediakan oleh pengelola sering kali dalam kondisi kurang ideal, seperti tekanan angin yang kurang atau lapisan luar yang sudah terkelupas.

h. Kebersihan Rompi (T8):

Atribut ini merupakan indikator dengan nilai kesenjangan negatif paling besar di antara seluruh layanan, yaitu dengan realita hanya 2,52 dan ekspektasi 3,77, menghasilkan gap sebesar -1,25. Hal ini merupakan temuan yang sangat kritis; pelanggan sangat mengeluhkan rompi yang berbau keringat, lembap, atau tidak dicuci dengan bersih sebelum diberikan kepada tim penyewa berikutnya, yang mana sangat mengganggu higienitas.

i. Fasilitas Pendukung (T9):

Mendapatkan nilai realita 2,83 dan ekspektasi 3,95, dengan gap sebesar -1,12. Pelanggan merasa fasilitas pelengkap di sekitar area lapangan, seperti papan skor, kantin, atau musala, masih belum memadai atau kurang terawat.

j. Penampilan Staf (T10):

Atribut terakhir ini mencatatkan realita 2,72 dan ekspektasi 3,80, dengan gap -1,08. Hal ini mengindikasikan bahwa secara visual, staf di lapangan dinilai kurang rapi atau tidak mengenakan seragam pengenalan yang jelas, sehingga menurunkan persepsi profesionalisme pengelola di mata pelanggan.

5.1.2 Analisis Nilai Gap Service Quality Empathy

Tabel 5. 2 Analisis Gap Dimensi *Empathy*

No	Atribut Layanan	Rata Rata Realita	Rata Rata Ekspektasi	Hasil
E1	Perhatian Personal	3,76	3,4	0,36
E2	Pemahaman Kebutuhan	3,41	3,15	0,26

No	Atribut Layanan	Rata Rata Realita	Rata Rata Ekspektasi	Hasil
E3	Kepedulian Keluhan	3,47	3,16	0,31

Hasil pengolahan data pada dimensi *Empathy* (Empati) secara keseluruhan menunjukkan kinerja pelayanan yang sangat positif, di mana seluruh atribut pernyataan (E1 hingga E3) mencatatkan nilai kesenjangan (*gap*) di atas nol. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh staf pengelola *Mini Soccer Republic* telah berhasil melampaui ekspektasi atau harapan para pelanggan. Untuk mengetahui kekuatan pelayanan interpersonal secara lebih mendalam, berikut adalah deskripsi dan analisis kesenjangan pada masing-masing atribut:

a. Perhatian Personal (E1):

Atribut ini memperoleh nilai realita sebesar 3,76 dan ekspektasi sebesar 3,4, sehingga menghasilkan nilai *gap* positif sebesar 0,36. Skor ini merupakan yang tertinggi dalam dimensi *Empathy*, yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan keramahan serta sambutan hangat yang diberikan oleh staf pengelola saat mereka datang ke lokasi. Perhatian personal yang tulus terbukti mampu menciptakan suasana yang nyaman bagi penyewa lapangan.

b. Pemahaman Kebutuhan (E2):

Atribut ini memiliki nilai realita sebesar 3,41 dan ekspektasi sebesar 3,15, dengan perolehan nilai *gap* sebesar 0,26. Meskipun nilai kesenjangan ini merupakan yang terkecil di dimensinya, pengelola dinilai sudah cukup baik dalam memahami kebutuhan spesifik para penyewa, seperti memberikan fleksibilitas atau opsi penjadwalan ulang (*reschedule*) ketika terjadi kendala cuaca buruk di lapangan.

c. Kepedulian Keluhan (E3):

Atribut kepedulian terhadap keluhan pelanggan mendapatkan skor realita sebesar 3,47 dan ekspektasi sebesar 3,16, sehingga menghasilkan *gap* positif sebesar 0,31. Hal ini menandakan bahwa staf pengelola memiliki kesabaran dan kemauan yang baik untuk mendengarkan setiap masukan maupun komplain yang disampaikan oleh konsumen. Sikap responsif dan solutif ini menjadi nilai tambah yang memperkuat ikatan emosional antara pelanggan dengan pihak pengelola.

5.1.3 Analisis Nilai *Gap Service Quality Reliability*

Tabel 5. 3 Analisis *Gap* Dimensi *Reliability*

No	Atribut Layanan	Rata Rata Realita	Rata Rata Ekspektasi	Hasil
RE1	Kecepatan Reservasi	3,75	3,50	0,25
RE2	Kesigapan Persiapan	3,48	3,17	0,31
RE3	Penanganan Kendala	3,40	3,18	0,22

Berdasarkan hasil pengolahan data, dimensi *Reliability* (Keandalan) secara keseluruhan menunjukkan performa yang sangat positif. Hal ini dibuktikan dengan ketiga atribut pernyataannya (RE1 hingga RE3) yang berhasil mencatatkan nilai kesenjangan (*gap*) di atas nol. Temuan ini mengindikasikan bahwa keandalan staf *Mini Soccer Republic* dalam menjalankan operasional dan melayani konsumen telah berhasil melampaui harapan awal pelanggan. Untuk mengetahui keunggulan operasional pada aspek keandalan ini secara lebih rinci, berikut adalah deskripsi dan analisis kesenjangan pada masing-masing atribut:

a. Kecepatan Reservasi (RE1):

Atribut ini memperoleh nilai realita sebesar 3,75 dan ekspektasi sebesar 3,50, sehingga menghasilkan nilai *gap* positif sebesar 0,25. Skor nyata yang tergolong sangat tinggi ini (3,75) menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan keandalan admin yang cepat tanggap (*fast-response*) dalam membalas pesan, menginformasikan ketersediaan jadwal, serta mengelola sistem *booking* secara akurat sebelum pelanggan datang ke lokasi.

b. Kesigapan Persiapan (RE2):

Atribut ini memiliki nilai realita sebesar 3,48 dan ekspektasi sebesar 3,17, menghasilkan perolehan nilai *gap* sebesar 0,31. Nilai kesenjangan ini merupakan yang paling tinggi di dalam dimensi *Reliability*. Hal ini menandakan bahwa staf di lapangan dinilai sangat dapat diandalkan dan proaktif dalam menyelesaikan persiapan tim penyewa sesaat sebelum waktu bermain dimulai, seperti menyiapkan bola, membagikan rompi, hingga memastikan lampu menyala tepat waktu.

c. Penanganan Kendala (RE3):

Atribut penanganan kendala mendapatkan skor realita sebesar 3,40 dan ekspektasi sebesar 3,18, sehingga menghasilkan *gap* positif sebesar 0,22. Perolehan ini membuktikan bahwa staf teknis pengelola memiliki kemampuan dan keandalan yang sangat baik ketika pelanggan menghadapi masalah mendadak di lapangan. Tindakan sigap seperti menyerok genangan air setelah hujan atau segera menghidupkan genset saat terjadi pemadaman listrik menjadi nilai tambah yang sangat diapresiasi oleh para penyewa.

5.1.4 Analisis Nilai *Gap Service Quality Assurance*

Tabel 5. 4 Analisis *Gap* Dimensi *Assurance*

No	Atribut Layanan	Rata Rata Realita	Rata Rata Ekspektasi	Hasil
A1	Keamanan Infrastruktur	3,77	3,48	0,29
A2	Kompetensi Staf	3,63	3,21	0,42
A3	Jaminan Keamanan	3,53	3,32	0,21
A4	Kepercayaan Transaksi	3,7	3,14	0,56
A5	Fasilitas Keselamatan	3,33	3,25	0,08

Berdasarkan hasil pengolahan data, dimensi *Assurance* (Jaminan) secara keseluruhan menunjukkan kinerja yang sangat positif. Hal ini dibuktikan dengan seluruh lima atribut pernyataan (A1 hingga A5) yang berhasil mencatatkan nilai kesenjangan (*gap*) di atas nol. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan telah berhasil menumbuhkan rasa aman, rasa percaya, serta keyakinan yang tinggi di benak konsumen *Mini Soccer Republic*, sehingga melampaui ekspektasi awal mereka. Untuk mengetahui keunggulan operasional pada aspek jaminan ini secara lebih mendalam, berikut adalah deskripsi dan analisis kesenjangan pada masing-masing atribut:

a. Keamanan Infrastruktur (A1):

Atribut ini memperoleh nilai realita sebesar 3,77 dan ekspektasi sebesar 3,48, sehingga menghasilkan nilai *gap* positif sebesar 0,29. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat aman saat bermain maupun menonton, karena jaring pelindung yang mengelilingi lapangan dinilai sangat kuat dan mampu menahan bola nyasar dengan baik.

b. Kompetensi Staf (A2):

Atribut ini memiliki nilai realita sebesar 3,63 dan ekspektasi sebesar 3,21, dengan perolehan nilai *gap* sebesar 0,42. Kesenjangan positif yang cukup besar ini menandakan bahwa staf pengelola dinilai sangat kompeten, informatif, dan memiliki pengetahuan yang sangat baik mengenai prosedur penyewaan maupun tata tertib fasilitas lapangan.

c. Jaminan Keamanan (A3):

Atribut jaminan keamanan mendapatkan skor realita sebesar 3,53 dan ekspektasi sebesar 3,32, sehingga menghasilkan *gap* positif sebesar 0,21. Skor ini membuktikan bahwa pelanggan merasa tenang dan tidak khawatir meninggalkan barang bawaan di area tunggu maupun memarkirkan kendaraannya, karena sistem keamanan operasional dinilai dapat dipercaya.

d. Kepercayaan Transaksi (A4):

Atribut ini merupakan indikator dengan nilai kesenjangan positif paling tinggi di dalam dimensi *Assurance*, yaitu dengan realita 3,70 dan ekspektasi 3,14, sehingga menghasilkan *gap* sebesar 0,56. Angka ini menegaskan bahwa proses transaksi penyewaan (baik *booking* maupun pembayaran) dinilai sangat transparan, jelas, dan terbukti bebas dari risiko terjadinya jadwal ganda (*double booking*) yang sering kali dikhawatirkan oleh penyewa.

e. Fasilitas Keselamatan (A5):

Atribut terakhir ini mencatatkan nilai realita 3,33 dan ekspektasi 3,25, menghasilkan *gap* sebesar 0,08. Meskipun memiliki nilai *gap* yang paling kecil, kinerja fasilitas keselamatan tetap berada di atas ekspektasi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan sarana pertolongan pertama (seperti kotak P3K atau pereda nyeri) di lokasi sudah dinilai memadai sebagai langkah antisipasi jika terjadi cedera ringan saat bermain.

5.1.5 Analisis Nilai *Gap Service Quality Responsiveness*

Tabel 5. 5 Analisis *Gap* Dimensi *Responsiveness*

No	Atribut Layanan	Rata Rata Realita	Rata Rata Ekspektasi	Hasil
RS1	Ketepatan Waktu	3,74	3,39	0,35
RS2	Kesesuaian Harga	3,40	3,10	0,3
RS3	Konsistensi Layanan	3,79	3,32	0,47

Berdasarkan hasil pengolahan data, dimensi ini secara keseluruhan menunjukkan kinerja operasional yang sangat baik. Ketiga atribut pernyataannya (RS1 hingga RS3) berhasil mencatatkan nilai kesenjangan (*gap*) positif. Hal ini membuktikan bahwa pengelola *Mini Soccer Republic* mampu memberikan pelayanan yang konsisten, tepat waktu, dan sesuai dengan janji yang diberikan, sehingga kepuasan pelanggan melampaui harapan awalnya. Berikut adalah deskripsi dan analisis kesenjangan pada masing-masing atribut:

a. Ketepatan Waktu (RS1):

Atribut ini memperoleh nilai realita sebesar 3,74 dan ekspektasi sebesar 3,39, sehingga menghasilkan nilai *gap* positif sebesar 0,35. Skor ini menunjukkan bahwa staf pengelola sangat disiplin dalam mengatur *traffic* penyewa, di mana jadwal penggunaan lapangan selalu tepat waktu sesuai dengan jam pemesanan tanpa ada kemunduran waktu yang merugikan pelanggan.

b. Kesesuaian Harga (RS2):

Atribut kesesuaian harga memiliki nilai realita sebesar 3,40 dan ekspektasi sebesar 3,10, dengan perolehan nilai *gap* sebesar 0,30. Kesenjangan positif ini mengindikasikan bahwa harga sewa maupun tagihan akhir yang dibayarkan oleh penyewa dinilai sangat sesuai dengan informasi awal atau *pricelist* yang diberikan. Transparansi tarif ini mencegah terjadinya kekecewaan konsumen akibat biaya tersembunyi.

c. Konsistensi Layanan (RS3):

Atribut ini merupakan indikator dengan nilai kesenjangan positif paling tinggi di dimensi ini, yaitu dengan realita 3,79 dan ekspektasi 3,32, menghasilkan *gap* sebesar 0,47. Pencapaian ini sangat krusial, karena membuktikan bahwa pihak pengelola secara konsisten mampu menjaga standar kualitas pelayanan setiap kali pelanggan datang menyewa kembali. Konsistensi inilah yang menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen *mini soccer*.

5.2 Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Penerapan analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA) bertujuan untuk memetakan dan mengurutkan tingkat kepentingan setiap atribut layanan berdasarkan perbandingan antara tingkat persepsi dan ekspektasi konsumen. Secara lebih jelas, hasil perhitungan dan pemeringkatan data melalui metode IPA ini dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 5. 6 Pemetaan tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan

No	Atribut Layanan	Rata Rata Ekspetasi	Rata Rata Realita	Kuadran
T1	Kondisi Rumput	4,07	2,83	1
T2	Sistem Drainase	3,84	2,73	
T3	Fasilitas Penerangan	3,9	3,06	
T4	Area Parkir	3,89	2,72	
T5	Fasilitas Sanitasi	3,87	2,72	
T6	Fasilitas Penonton	3,89	2,74	
T7	Kelayakan Bola	3,92	2,93	
T8	Kebersihan Rompi	3,77	2,52	
T9	Fasilitas Pendukung	3,95	2,83	
T10	Penampilan Staf	3,80	2,72	
A1	Keamanan Infrastruktur	3,48	3,77	4
A2	Kompetensi Staf	3,21	3,63	
A3	Jaminan Keamanan	3,32	3,53	
A4	Kepercayaan Transaksi	3,14	3,7	
A5	Fasilitas Keselamatan	3,25	3,33	
E1	Perhatian Personal	3,40	3,76	
E2	Pemahaman Kebutuhan	3,15	3,41	
E3	Kepedulian Keluhan	3,16	3,47	
RE1	Kecepatan Reservasi	3,50	3,75	
RE2	Kesigapan Persiapan	3,17	3,48	
RE3	Penanganan Kendala	3,18	3,4	
RS1	Ketepatan Waktu	3,39	3,74	

No	Atribut Layanan	Rata Rata Ekspetasi	Rata Rata Realita	Kuadran
RS2	Kesesuaian Harga	3,10	3,40	
RS3	Konsistensi Layanan	3,32	3,79	

Tabel 5.1 menyajikan rekapitulasi nilai rata-rata tingkat ekspektasi (harapan) dan realita (kinerja aktual) dari 24 atribut layanan di fasilitas *Mini soccer Republic*. Berdasarkan komparasi skor tersebut, seluruh indikator pelayanan didistribusikan ke dalam diagram Kartesius IPA untuk menentukan skala prioritas perbaikan.

Secara terperinci, analisis terhadap letak atribut pada masing-masing kuadran adalah sebagai berikut:

1. Kuadran I: Prioritas Utama (*Concentrate Here*) Kuadran I memuat atribut-atribut yang dinilai sangat penting oleh konsumen (nilai ekspektasi tinggi), namun kinerja yang diberikan pihak pengelola pada kenyataannya masih rendah (nilai realita rendah).
 - d. Seluruh indikator dari dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu Kondisi Rumput (T1), Sistem Drainase (T2), Fasilitas Penerangan (T3), Area Parkir (T4), Fasilitas Sanitasi (T5), Fasilitas Penonton (T6), Kelayakan Bola (T7), Kebersihan Rompi (T8), Fasilitas Pendukung (T9), dan Penampilan Staf (T10).
 - e. Penumpukan seluruh atribut fisik pada Kuadran I mengindikasikan bahwa konsumen datang dengan harapan yang sangat tinggi terhadap infrastruktur lapangan. Nilai ekspektasi tertinggi berada pada atribut Kondisi Rumput (4,07), namun realitanya hanya mendapat skor 2,83. Begitu pula dengan kebersihan rompi yang mendapat skor realita terendah yakni 2,52. Hal ini menegaskan bahwa kelemahan utama operasional saat ini murni berasal dari aspek fasilitas berwujud yang belum memenuhi standar kelayakan penyewa.

2. Kuadran II dan Kuadran III Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 5.1, tidak terdapat satu pun atribut layanan yang menempati Kuadran II maupun Kuadran III. Hal ini berarti tidak ada layanan berprioritas tinggi yang kinerjanya sudah memuaskan (Kuadran II), dan tidak ada layanan berprioritas rendah yang kinerjanya buruk (Kuadran III).

3. Kuadran IV berisi atribut-atribut yang dinilai kurang begitu krusial atau bukan merupakan prioritas utama konsumen (nilai ekspektasi relatif lebih rendah), namun pihak pengelola justru memberikan kinerja yang sangat memuaskan (nilai realita tinggi).

- a. Atribut yang Termasuk: Seluruh indikator dari dimensi *Assurance* (A1-A5), *Empathy* (E1-E3), *Reliability* (RE1-RE3), dan *Responsiveness* (RS1-RS3).
- b. Atribut dengan kinerja tertinggi di kuadran ini adalah Konsistensi Layanan (RS3) dengan skor realita 3,79, serta Keamanan Infrastruktur (A1) dan Perhatian Personal (E1) yang masing-masing mendapat skor di atas 3,70. Data ini membuktikan bahwa dedikasi staf dalam memberikan pelayanan administrasi, jaminan keamanan, dan kepedulian secara interpersonal telah dijalankan secara maksimal. Namun, karena atribut ini berada di Kuadran IV, hal tersebut mengimplikasikan bahwa manajemen telah mengalokasikan tenaga dan fokus yang berlebih pada aspek pelayanan manusia, melebihi apa yang sebenarnya dituntut secara mendesak oleh konsumen.

5.3 Usulan dan Strategi Perbaikan

Mengacu pada hasil pemetaan diagram Kartesius *Importance-Performance Analysis* (IPA), prioritas utama perbaikan difokuskan secara eksklusif pada atribut-atribut yang berada di Kuadran I. Seluruh atribut di kuadran ini berasal dari dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik), yang memiliki tingkat kepentingan tinggi bagi pelanggan namun kinerjanya sangat rendah.

Mengacu pada hasil pemetaan diagram Kartesius *Importance-Performance Analysis* (IPA), prioritas utama perbaikan difokuskan secara eksklusif pada atribut-atribut yang berada di Kuadran I (*Concentrate Here*). Seluruh atribut di kuadran ini

berasal dari dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik), yang memiliki tingkat kepentingan tinggi bagi pelanggan namun kinerjanya sangat rendah. Guna menutup nilai kesenjangan (*gap*) negatif secara efektif, dirancang usulan strategi perbaikan secara teknis yang mencakup standar spesifikasi material dan *Standard Operating Procedure* (SOP) perawatan berkala sebagai berikut:

1. Kondisi Rumput (T1)

Strategi perbaikan untuk kondisi rumput adalah dengan melakukan peremajaan menggunakan rumput sintetis jenis Monofilament dengan ketebalan 50 mm yang diakui oleh standar FIFA. Material ini dipilih karena memiliki ketahanan aus yang tinggi terhadap gesekan sepatu *pul* karet (*turf*). Untuk pemeliharaannya, pengelola wajib menerapkan SOP penyisiran (*brushing*) menggunakan mesin sikat sintetis setiap 2 minggu sekali agar serat rumput tetap tegak. Selain itu, perlu dilakukan penambahan material *infill* yang terdiri dari lapisan pasir silika dan butiran *SBR Rubber* setiap 3 bulan sekali untuk memastikan permukaan lapangan tetap rata, empuk, dan aman dari risiko cedera bagi pemain.



Gambar 5. 2 Material Rumput Sintetis *Monofilament* 50 mm (Referensi Merek: CCGrass, Bellinturf, Centroflor, Polygrasse)

2. Sistem Drainase (T2)

Untuk mengatasi masalah genangan air, pengelola harus memastikan instalasi pipa bawah tanah atau *French Drain* (pipa berlubang yang dibungkus material *geotextile*) terpasang dengan kemiringan yang tepat menuju saluran

pembuangan utama. SOP perawatan yang harus dijalankan adalah melakukan inspeksi dan pembersihan bak kontrol (*catch basin*) serta selokan di sekeliling pinggir lapangan setiap satu minggu sekali. Langkah ini krusial untuk mencegah terjadinya sumbatan akibat penumpukan daun kering maupun butiran karet (SBR) yang terbawa oleh arus air hujan.



Gambar 5. 3 Ilustrasi instalasi sistem French Drain (pipa bawah tanah berlubang) untuk mencegah genangan air di lapangan.

3. Fasilitas Penerangan (T3)

Peningkatan kualitas penerangan dilakukan dengan mengganti lampu sorot konvensional menjadi Lampu Sorot LED (*LED Floodlight*) tipe *outdoor* dengan kapasitas 400W hingga 600W per titik. Standar pencahayaan merata untuk aktivitas olahraga rekreasi harus dipastikan mencapai minimal 200 *Lux*. Sebagai bentuk perawatan, staf teknis ditugaskan untuk melakukan pengecekan tingkat kecerahan di titik tengah dan sudut lapangan menggunakan *Lux Meter* setiap 6 bulan sekali. Kaca pelindung lampu juga wajib dibersihkan dari debu dan kotoran setiap 3 bulan agar intensitas cahaya tidak mengalami penurunan.



Gambar 5. 4 Ilustrasi Lampu Sorot LED tipe *outdoor* berkapasitas 400W - 600W. (Contoh referensi merek: Philips, Osram, atau Panasonic).

4. Area Parkir (T4)

Perbaikan area parkir mencakup penutupan area yang berlubang serta perataan permukaan menggunakan material *Paving Block* dengan mutu K-300 atau aspal *Hotmix*. Material ini mampu menahan beban tonase kendaraan dengan baik sekaligus mencegah genangan. Secara operasional, pengelola disarankan untuk melakukan rekayasa tata letak (*layout*) parkir dengan sudut 45 derajat untuk memaksimalkan kapasitas. Pengecatan ulang garis pembatas parkir (*marka*) wajib dilakukan satu tahun sekali menggunakan cat *thermoplastic* agar alur keluar-masuk kendaraan tetap teratur.



Gambar 5. 5 Ilustrasi penggunaan material *Paving Block* mutu K-300 untuk perataan area parkir.
(Contoh referensi merek: Conbloc Indonesia atau Cisangkan).

5. Fasilitas Sanitasi (T5)

Kamar mandi dan ruang ganti harus dilapisi dengan keramik lantai bertekstur kasar (*anti-slip*) guna menjamin keselamatan penyewa. Pemasangan kipas *exhaust* berkapasitas besar berspesifikasi industrial juga diperlukan untuk mengusir bau dan kelembapan ruangan. Untuk menjaga higienitas, pengelola harus mengimplementasikan sistem *Check-sheet* kebersihan harian. Petugas kebersihan diwajibkan untuk mengepel lantai, menyikat kloset, serta memastikan ketersediaan air bersih, sabun, dan pengharum ruangan secara disiplin setiap 2 jam sekali.



Gambar 5. 6 Ilustrasi kipas exhaust berkapasitas besar untuk fasilitas sanitasi. (Contoh referensi merek: KDK atau Panasonic).

6. Fasilitas Penonton (T6)

Fasilitas tempat duduk bagi pemain cadangan dan penonton perlu direnovasi dengan membangun konstruksi atap pelindung menggunakan rangka baja ringan (*hollow galvanis*) yang antikarat. Atap tersebut dapat dilapisi dengan material *polycarbonate* atau spandek, serta dilengkapi dengan tempat duduk *fiberglass* yang memiliki durabilitas tinggi dan mudah dibersihkan. SOP pemeliharaan mencakup inspeksi kekencangan baut pada struktur tribun secara bulanan, serta pembersihan area atap pelindung dari penumpukan sampah atau daun kering secara berkala.



Gambar 5. 7 Ilustrasi fasilitas tempat duduk penonton dengan atap pelindung *polycarbonate* dan kursi berbahan *fiberglass*.

7. Kelayakan Bola (T7)

Perusahaan harus menggunakan bola sepak ukuran 5 (*Size 5*) berbahan *PU Leather* yang mengadopsi teknologi *Thermo-bonded*. Bola tanpa jahitan ini tidak akan menyerap air (*water-logged*) saat digunakan dalam kondisi hujan. SOP wajib bagi staf lapangan adalah mengukur tekanan angin bola menggunakan *Pressure Gauge* setiap pagi sebelum jadwal sewa pertama dimulai, dengan rentang standar tekanan 0,6 hingga 1,1 atm. Bola yang permukaannya sudah terkelupas atau bocor halus harus segera ditarik dari peredaran dan diganti dengan yang baru.



Gambar 5. 8 Ilustrasi bola sepak ukuran 5 berteknologi *Thermo-bonded*. (Contoh referensi merek: Molten, Specs, atau Ortuseight).

8. Kebersihan Rompi (T8)

Pengadaan rompi difokuskan pada material *dry-fit mesh* (jaring berpori) yang memiliki sirkulasi udara optimal dan sangat cepat kering. Pengelola diwajibkan mengalokasikan anggaran untuk menyediakan minimal 4 hingga 5 set rompi cadangan yang *standby* di lokasi. Sebagai aturan operasional yang sangat ketat, pengelola dilarang keras memberikan rompi bekas pakai yang masih basah oleh keringat kepada tim berikutnya. Rompi yang telah selesai digunakan harus langsung direndam menggunakan detergen antibakteri dan dikeringkan secara tuntas dengan mesin pengering (*dryer*).



Gambar 5. 9 Ilustrasi rompi pemain berbahan *dry-fit mesh* (jaring berpori) yang cepat kering. (Contoh referensi merek: Specs, Mills, atau Ortuseight).

9. Fasilitas Pendukung (T9)

Penggantian fasilitas pelengkap seperti jaring gawang dan jaring pembatas lapangan harus menggunakan bahan *Polyethylene (PE)* dengan ketebalan 4 mm hingga 5 mm berkategori *outdoor grade*, staf wajib melakukan patroli keliling untuk memeriksa kondisi jaring pembatas setiap pagi. Area jaring yang ditemukan sobek atau berlubang harus segera diikat dengan kuat menggunakan tali nilon dan pengikat kabel (*cable ties*).



Gambar 5. 10 Ilustrasi jaring pembatas lapangan berbahan *Polyethylene* (PE) ketebalan 4 mm - 5 mm. (Contoh referensi merek: Marlin atau Penyu).

10. Penampilan Staf (T10)

Perusahaan harus memberikan fasilitas seragam kerja berupa *polo shirt* berbahan dasar *dry-fit* yang dilengkapi dengan identitas logo *Mini Soccer Republic* serta *name-tag* bordir permanen. Dari sisi tata tertib, pengelola perlu menetapkan standar tata krama penampilan (*grooming*) di awal *shift* kerja. Karyawan wajib mengenakan seragam yang bersih, memakai sepatu tertutup atau sepatu olahraga, serta senantiasa menjaga kerapian rambut dan wajah untuk membangun citra profesionalisme.



Gambar 5. 11 Ilustrasi tanda pengenal (*name-tag / ID Card*) sebagai kelengkapan standar penampilan staf profesional.

Implementasi dari rancangan spesifikasi material dan SOP pemeliharaan ini menuntut komitmen manajerial yang berkesinambungan dari pihak pengelola *Mini Soccer Republic*. Dengan memfokuskan alokasi anggaran, waktu, dan tenaga secara eksklusif pada pembenahan atribut-atribut bukti fisik (*Tangibles*) di Kuadran I ini, manajemen dapat mengoptimalkan efisiensi perbaikan. Apabila usulan perbaikan teknis ini dieksekusi secara disiplin, maka kesenjangan negatif yang selama ini menjadi akar utama keluhan dapat ditutup secara efektif, yang pada akhirnya akan mendongkrak kepuasan serta loyalitas konsumen di masa mendatang.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan, dan analisis mengenai analisis kualitas pelayanan jasa di *Mini Soccer Republic* menggunakan metode SERVQUAL dan *Importance-Performance Analysis* (IPA), maka dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Tingkat Harapan (*Expectation*) Pelanggan Tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan di *Mini Soccer Republic* tergolong sangat tinggi, khususnya pada aspek infrastruktur lapangan. Pelanggan menjadikan kelayakan bukti fisik (*Tangibles*) seperti kondisi rumput, fasilitas penunjang, dan kebersihan sebagai prioritas serta tolak ukur utama sebelum mereka memutuskan untuk menyewa lapangan.
2. Tingkat Persepsi (*Perception*) Pelanggan Kenyataan (persepsi) yang dirasakan pelanggan menunjukkan adanya polarisasi penilaian. Di satu sisi, persepsi pelanggan terhadap kualitas wujud fasilitas fisik dinilai masih sangat rendah dan kurang memadai. Namun di sisi lain, persepsi pelanggan terhadap performa layanan non-fisik (meliputi kinerja staf, sistem administrasi, keramahan, dan keamanan) justru dinilai sangat memuaskan.
3. Analisis Kesenjangan (*Gap*) SERVQUAL pada Setiap Dimensi Berdasarkan komparasi antara harapan dan persepsi, dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik) menjadi satu-satunya dimensi yang mencatatkan nilai kesenjangan negatif, yaitu sebesar -1,11. Nilai negatif ini menegaskan bahwa fasilitas fisik sama sekali belum mampu memenuhi ekspektasi pengguna. Sebaliknya, empat dimensi pelayanan lainnya berhasil melampaui harapan konsumen dengan perolehan skor kesenjangan positif, yakni dimensi *Reliability* sebesar 0,37, *Empathy* sebesar 0,31, *Assurance* sebesar 0,312, dan *Responsiveness* sebesar 0,26.
4. Solusi Perbaikan Menggunakan Diagram Kartesius IPA Hasil pemetaan menggunakan diagram *Importance-Performance Analysis* (IPA) menunjukka

bahwa ke-10 atribut layanan dari dimensi *Tangibles* menumpuk di Kuadran I (Prioritas Utama / *Concentrate Here*). Oleh karena itu, solusi perbaikan harus difokuskan secara eksklusif pada pembenahan fasilitas fisik, yang meliputi:

- a. Melakukan peremajaan rumput sintetis menggunakan jenis *monofilament* standar FIFA dan penambahan material *infill* (pasir silika dan *rubber*).
- b. Melakukan pembersihan saluran pipa bawah tanah (*French drain*) secara rutin untuk mencegah genangan air hujan.
- c. Mengganti sistem penerangan dengan lampu sorot LED tipe *outdoor* berkapasitas 400W–600W.
- d. Mengganti rompi pemain dengan material *dry-fit mesh* dan menyediakan bola Size 5 berteknologi *Thermo-bonded*.
- e. Memperbaiki dan meratakan area parkir menggunakan aspal atau paving block, serta merenovasi fasilitas sanitasi dan tribun penonton.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, usulan yang dapat diberikan kepada berbagai pihak adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen Mini Soccer Republic, strategi operasional disarankan untuk menitikberatkan pada pemeliharaan infrastruktur fisik (*Tangibles*) yang berada di Kuadran I melalui penerapan SOP perawatan berkala dan pengawasan kebersihan yang ketat, sekaligus tetap mempertahankan kinerja prima pada layanan non-fisik (*Assurance*, *Empathy*, *Reliability*, dan *Responsiveness*) yang telah menempati Kuadran IV. Walaupun seluruh dimensi layanan non-fisik tersebut dinilai telah melampaui ekspektasi pelanggan, kualitas komunikasi antara staf dengan pelanggan serta keandalan operasional harus tetap dijaga konsistensinya tanpa mengalihkan fokus anggaran utama dari perbaikan fasilitas. Langkah nyata yang dapat dilakukan untuk menyeimbangkan kedua hal tersebut meliputi pembuatan pedoman standar pelayanan (*Service Manual*) untuk menjamin keramahan dan kecepatan staf yang merata, pelaksanaan *briefing* harian untuk mengevaluasi kesiapan persiapan lapangan, serta pengelolaan sistem pemesanan yang transparan untuk mencegah risiko jadwal ganda (*double booking*) yang dapat merusak kepercayaan dan rasa aman pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya Disarankan untuk memperluas cakupan studi dengan menambahkan variabel-variabel di luar kualitas pelayanan, seperti pengaruh persepsi harga kompetitif, daya tarik lokasi, maupun citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian mendatang juga dapat menerapkan pendekatan kualitatif (wawancara mendalam) untuk menggali dinamika preferensi gaya hidup konsumen dalam memilih lapangan *mini soccer* di tengah persaingan industri di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhilia, Della, and Evi Yulia. 2024. "The Effect of Customer Experience and Brand Trust on Customer Loyalty Steak Steak Bandar Lampung." *Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)* 5(3): 1551–60. <https://dinastipub.org/DIJMS/article/view/2359>.
- Adiprasetyo, Wahyudi, and Melia Eka Lestiani. 2019. "Meningkatkan Penjualan Produk dengan Pendekatan Segmen Target Positioning." *Jurnal Manajemen Logistik dan Transportasi* 5(3): 207–19. <https://eprints.ulbi.ac.id/view/divisions/Article=5FDosen/2019.html>.
- Aditya, I Gusti Ngurah Agung Pradnya, and I Gusti Ayu Ketut Giantari. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Honda Asaparis Imam Bonjol Denpasar)." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 12(7): 654–74. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/88219>.
- Al'Farisi, Salman, Sandi Andreansyah, Salwa Naflah Imadin, and Zaky Agil S. 2025. "Pengaruh Olahraga Terhadap Kesehatan Mental Gen-Z." *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga* 6(1): 1–8. <https://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/JUMPER/article/view/3312>.
- Amin, Husni, Muhammad Rizqi Zati, and Tindi P L Bulan. 2024. "Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Mini Soccer Di Kota Medan." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 3(5): 2318–23. <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/EKOMA/article/view/4572>.
- Anggraeni, Ayu. 2021. "Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Pada Cafe Berkonsep One Stop Service (Studi Kasus Pada Sena Cafe Kroya)." UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. https://repository.uinsaizu.ac.id/11827/1/Cover_BAB_I_BAB_V_Daftar_Pustaka.pdf.
- Anggraini, Deviana Dyah, Azzikra Ramadhanti Aksan, Muhamad Fikry Maulana Ridwan, and Ulfi Saidata Aesy. 2025. "Evaluasi Dan Optimalisasi Penyewaan Lapangan Mini Soccer Menggunakan Business Process Improvement." *FAHMA – Jurnal Informatika Komputer, Bisnis dan Manajemen* 23(1): 37–47. <https://doi.org/10.32923/fahma.v23i1.5034>.
- Apriyani, P, and H Armaniah. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Dharmala Putra." *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 3(6): 6798–6812.

<https://ulilalbabinstitute.id/index.php/J-CEKI/article/view/5388>.

- Arisandi, Desi, and Edy Yulianto. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Champions Futsal." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 72(1): 105–14. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2890>.
- Armanjaya, S. 2022. "Industri Olahraga Pasca Pandemi Covid 19 Di Bandar Lampung." *AJoPE (Aisyah Journal of Physical Education)* 3(1): 35–44. <https://journal.aisyahuniversity.ac.id/index.php/AJoPE/article/view/industri>.
- Asmika. 2024. "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Olahraga Di Kalangan Remaja." *Hanoman Journal: Physical Education and Sport* 5(2): 81–90. <https://journal.pdmbengkulu.org/index.php/Hanoman/article/view/1423>.
- Asni, Asni, Dasalinda Dasalinda, and D Chairunnisa. 2024. "Penerapan Fungsi Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, And Controlling) Dalam Layanan Bimbingan Dan Konseling Di Sekolah." *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 9(1): 357–64. <https://jurnal-dikpora.jogjaprov.go.id/index.php/jurnalideguru/article/view/840>.
- Az Zahra, Nabila Rahmania, Farelia Amarnita Putri, and Marcella Magdhalena Erlely. 2024. "Analisis Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Prima Freshmart Sekolah Vokasi IPB University." *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2(2): 161–70. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Nuansa/article/view/898>.
- Cristianik, E F. 2019. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Penataran*. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/download/423/506/750>.
- Damayanti, Kharisma, and Aris Budiono. 2025. "Pengaruh Servicescape, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Interaksi Space." *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 4(3): 3506–18. <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/J-CEKI/article/view/8991>.
- Desva, Riri Aulia, and Yusuf Rasyid. 2025. "Peran Olahraga Mini Soccer Dalam Meningkatkan Kesehatan Fisik Dan Sosial Masyarakat Nagari Sungai Durian." *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(1): 49–53. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jpmittc/article/view/49-53>.

- Estamarinda, E. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Manivestasi*. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/manivestasi/article/download/6407/5201>.
- Fadhli, Khairul, and Riska Pratiwi. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Inovasi Penelitian (JIP)* 3(9): 7639–48. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/2345>.
- Fadilah, Rizal. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey Di Kota Tangerang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa STIE GICI*. <https://repository.stiegici.ac.id/document/download/6660d9ee-6ce8-49ba-bd88-817f6fe8e0e9/pengaruh-kualitas-produk-harga-dan-promosi-terhadap-keputusan-pembelian-produk-kerajinan-manikaiey-di-kota-tangerang?filename=jurnal-rizal-fadilah-2412008368-2024.pdf>.
- Heryanto, Imam, and Verinawati Verinawati. 2023. "Analisis Physical Evidence Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM)* 9(2): 342–50. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jem/article/view/9463>.
- Hill-Haas, S V, B Dawson, F M Impellizzeri, and A J Coutts. 2011. "Physiology of Small-Sided Games Training in Football: A Systematic Review." *Sports Medicine* 41(3): 199–220.
- Ilham, M, and T Yuniati. 2022. "Pengaruh Fasilitas Visual Dan Kenyamanan Terhadap Minat Kunjungan Fasilitas Olahraga Masyarakat Urban." *Jurnal Riset Arsitektur (JRA)*.
- Indonesia, C N N. 2024. "Michael Sianipar Ketua Federasi Futsal Indonesia Gantikan Hary Tanoe." *CNN Indonesia*.
- Indonesia, Pemerintah Republik. 2022. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2022 Tentang Keolahragaan*. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 71. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/203148/uu-no-11-tahun-2022>.
- Insanaputra, Y S. 2023. "Dampak Ekonomi Sport Tourism Kepada UMKM Terhadap Gaya Hidup Sporty." *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan* 2(1). <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jfa/article/view/1034>.
- J.C.J, Devy Eleonora, Haryanto Tanuwijaya, and Sri Suhandiah. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Pembelian Ulang Di Outlook Barbershop." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sistem Informasi)* 6(2): 944–51.

<https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/3673>.

Jogja, Radar. 2023. "Bikin Lapangan Mini Soccer Jangan Untuk Bisnis Saja, Harus Ada Edukasi." *Radar Jogja - Jawa Pos*.

Khotana, Selena, Fahmi Sulaiman, and Hengky Kosasih. 2024. "Pengaruh Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Game Online." *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4(2): 105–12. <https://journal.um-surabaya.ac.id/improvement/article/view/24589>.

Klaten, Sorot. 2025. "Fasilitas Olahraga Baru Di Klaten Dorong Ekonomi Warga." *Sorot Klaten Media*.

Kontan, Harian. 2025. "Peluang Investasi Bisnis Lapangan Mini Soccer Dan Estimasi Balik Modal." *Kontan.co.id*.

Kurnaeli, E, E Solihati, and R Hidayat. 2024. "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sarana Olahraga." *Journal of Knowledge Management* 18(1). <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JKM/article/view/41668>.

Kurniadi, M Isnaen Adi, and Mohammad Arif Ali. 2023. "Perbandingan Pengaruh Antara Lapangan Rumput Dan Lapangan Vinyl Terhadap Tingkat Resiko Cedera Pada Olahraga Futsal." *Jurnal Kesehatan Olahraga* 11(2). <https://www.researchgate.net/publication/367405460>.

Kusumaningrum, A P, and E Santoso. 2025. "Pengaruh Persepsi Trend Make Up Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Mea Dacosta Tulungagung." *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 6(2): 77–93. doi:10.57094/jpe.v6i2.3036.

Kutbi, Muhammad Amin, Mahdalena Mahdalena, and Endang Sri Purwati Ningsih. 2023. "Literature Review: Pengaruh Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan Terhadap Kejadian Hipertensi." *Jurnal Skala Kesehatan* 14(1). <https://www.ejournalskalakesehatan-poltekkesbjm.com/index.php/JSK/article/view/387>.

Lesmana, Rosa, and A Sutarman. 2023. "Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *JIMK (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan)* 11(1): 37–46. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimk/article/view/2290>.

Martilla, John A, and John C James. 1977. "Importance-Performance Analysis." *Journal of Marketing* 41(1): 77–79. <https://www.jstor.org/stable/1250495>.

- Melisa. 2025. "Analisis Hubungan Antara Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan Pada Platform E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata Indonesia*.
<https://journal.areai.or.id/index.php/jepi/article/download/1574/1721/7727>.
- Mi'raj, Jamal Saepul, Arga Sutrisna, and Depy Muhamad Pauzy. 2022. "The Influence Of Perception Of Price And Facilities On Consumer Satisfaction Of Mini Soccer Indosoccernesia In Tasikmalaya City." *Journal of Indonesian Management* 2(3): 839–52.
<https://journal.formosapublisher.org/index.php/jim/article/view/1335>.
- Muamar, Muamar, Muti Fajar, and Endie Riyoko. 2024. "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Member Di Mini Soccer Bumara Di Kota Palembang." *Imajinasi : Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 1(4).
<https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Imajinasi/article/view/425>.
- Muttaqien, Raden Rizki, and Aa Permana. 2025. "Pengelolaan Service Encounter Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Di Destinasi Wisata Tangkuban Perahu, Jawa Barat." *JURNAL MEKAR (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Keuangan)* 4(2): 28–31.
<https://jurnal.btp.ac.id/index.php/mekar-btp/article/view/462>.
- Nasution, Muhammad Irfan, and Kholis Harahap. 2023. "Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal UMSU)* 21(2): 101–10.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/13456>.
- Nugraha, D N, and I Setiawan. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Di Kota Bandung)." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)* 6(1): 35–43.
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/jeb/article/view/10543>.
- Nugroho, A. 2022. "Analisis Partisipasi Olahraga Masyarakat Di Ruang Publik Perkotaan." *Jurnal Olahraga Pendidikan Indonesia (JOPI)* 1(2).
<https://jopi.kemenpora.go.id/index.php/jopi>.
- Nurhalimah, Nurhalimah, and Syamsul Hidayat. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Jatiwaringin." *Jurnal Mirai Management* 8(1): 398–406.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4042>.
- Pasaribu, Syahrul Effendi, and Kholis Harahap. 2023. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Perintis Karo." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 23(2): 120–30.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/15442>.

- Perdiansah, Agus. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal Firza Betung." Universitas PGRI Palembang. <http://eprints.univpgri-palembang.ac.id/3314/>.
- Pradipta, Arya. 2023. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lapangan Futsal Minisoccer Arena Semarang." *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2019/B.111.19.0251/B.111.19.0251-15-File-Komplit-20230307074402.pdf>.
- PSSI. 2019. *Statuta PSSI Edisi 2019*. Jakarta: Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia. <https://www.pssi.org>.
- Putra, I Gusti Agung Ari Setya, and Ni Wayan Ekawati. 2022. "Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 11(4): 698–717. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/72863>.
- Putri, Anak Agung Istri Kusuma, and I Nyoman Nurchaya. 2023. "Peran Brand Image Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Repurchase Intention Mixue Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 12(8): 824–45. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/89753>.
- Putri, Y R, and Marliyah Marliyah. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 23(1): 12–21. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRA/article/view/7023>.
- Raihanna, A K, M Fitri, and S T Paramitha. 2023. "Fitfluence: Menginvestigasi Pengaruh Influencers Kebugaran Dalam Meningkatkan Kebiasaan Berolahraga Pada Generasi Z." *Jurnal Kejaora (Kesehatan Jasmani dan Olah Raga)* 8(2): 115–22.
- Ramadhan, Rizki. 2025. "Perancangan Sistem Pemesanan Lapangan Mini Soccer Secara Online Di MS Arena Cilegon." *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 9(1): 824–30. <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/jati/article/view/12408>.
- Restiani, I. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Lembaga Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa." *Karisma: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. <https://journal2.unfari.ac.id/index.php/karismapro/article/download/1072/324>.
- RI, Kemenpora. 2023. "Sambut HSP Ke-95, Kemenpora Gelar Kejuaraan Tarkam

Mini Soccer Piala Kemenpora 2023.”
<https://www.kemenpora.go.id/detail/4384/sambut-hsp-ke-95-kemenpora-gelar-kejuaraan-tarkam-mini-soccer-piala-kemenpora-2023>.

Rizky, Havest, and Syahril Daud. 2024. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Bus PO. Gumarang Jaya.” *JBFE (Journal of Business, Finance, and Economics)* 5(2): 148–58. <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe/article/view/5704>.

Sagala, Fajar Siddiq Almunawar, and Nurul Wardani Lubis. 2025. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Lestari Bakery Cake and Shop Sidikalang.” *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 4(2): 2511–21. <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/J-CEKI/article/view/7671>.

Said, Sitaman, and Mukhlis. 2023. “Peranan Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Tahu Di Kelurahan Penatoi Kota Bima.” *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi* 6(1): 14–26. doi:<https://doi.org/10.37631/penkomi.v6i1.1018>.

Sari, Indah Permata, and Zulfadil Zulfadil. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Cafe The Gade Coffee and Gold Pekanbaru).” *JOM FEB: Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau* 10(1): 135–49. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/37215>.

Siregar, I N L, N Ravenska, L Fitriani, and S S Tindaon. 2025. “Peran Kualitas Layanan Dan Harapan Pelanggan Terhadap Kepuasan Melalui Nilai Yang Dirasakan.” *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (JAKMAN)* 6(4): 1137–52. doi:10.35912/jakman.v6i4.4898.

Supintar, Dianisa Bunta. 2025. “Efektivitas Manajemen PNS Melalui Sistem Informasi Pengelolaan Dan Pelayanan ASN Di Badan Kepegawaian Pendidikan Dan Pelatihan Daerah Kabupaten Grobogan.” http://eprints.ipdn.ac.id/22517/1/32.0428_DIANISA_BUNTA_SUPINTAR_REPOSITORY.pdf.

Tunas, G N. 2022. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Stres Dan Aktivitas Fisik: Telaah Sistematis.” *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekreasi* 8(1): 163–72. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/jpkr/article/view/1872>.

Ulfa, Rahmawati Mulk. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Imigrasi Meulaboh.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. <https://jurnal.utu.ac.id/jimetera/article/view/6608>.

Wakila, Yasya Fauzan. 2021. “Konsep Dan Fungsi Manajemen Pendidikan.”

Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik 3(1).
<https://media.neliti.com/media/publications/390402-none-fbacc3a8.pdf>.

Wardani, Ni Kadek Sri, and I Putu Gde Sukaatmadja. 2023. "Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Persepsi Kewajaran Harga Terhadap Word Of Mouth." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 12(5): 506–27. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/85664>.

Wibowo, A. 2022. "Strategi Bersaing Industri Jasa Olahraga Di Era New Normal." *Jurnal Strategi Bisnis* 10(1): 23–35.

Winanti, Luh Putu Sri, and Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. 2024. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Endek Mastuli Pada July Kebaya." *Bisma: Jurnal Manajemen* 10(2): 120–29. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/82131>.

Wulandari, R, and A Pratama. 2023. "Prinsip Good Governance Dan Kepuasan Masyarakat Penerima BLT Dengan Kualitas Pelayanan Pemerintah Sebagai Variabel Pemediasi." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital* 3(2). doi:<https://doi.org/10.53088/jmdb.v3i2.416>.

Wulandari, Riska, and Dedi Iskandar. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop." *Jurnal Hospital Science (Jurnal UMSIDA)* 4(1): 12–20. <https://ojs.umsida.ac.id/index.php/jhm/article/view/1245>.

Yuliana. 2020. "Olahraga Yang Aman Di Masa Pandemi COVID-19 Untuk Meningkatkan Imunitas Tubuh." *Jurnal Bali Membangun Bali* 1(2): 121–28. <https://ejournal.baliprov.go.id/index.php/jbmb/article/view/112>.

Yuliati, Rina, Nurul Hidayati, and Siti Asiyah. 2024. "Membangun Loyalitas Pelanggan: Peran Kepuasan Dalam Menghubungkan Kualitas Produk Dan Promosi." *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 9(1): 125–36. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/21833>.

LAMPIRAN











Tabel hasil pengisian kuesioner 30 responden realita

R	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	R E1	R E2	R E3	RS 1	RS 2	RS 3	To tal
1	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	5	4	2	2	3	2	4	5	2	3	4	3	77
2	3	3	5	3	4	3	4	3	3	3	5	5	5	4	5	4	3	4	3	5	2	4	4	3	90
3	4	3	4	2	5	2	4	3	2	3	4	5	5	3	5	5	2	5	4	5	2	5	4	4	90
4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	76
5	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	3	78
6	2	3	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	3	3	2	2	3	2	1	3	1	1	1	3	51
7	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	2	2	3	69
8	4	1	5	3	2	2	3	4	3	2	4	2	5	4	3	2	5	3	3	3	1	2	2	2	70
9	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	3	2	4	2	2	1	2	3	3	3	1	2	4	2	51
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	95
11	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	90
12	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	66
13	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	62
14	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	3	104
15	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	96

R	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T1 0	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	R E1	R E2	R E3	RS 1	RS 2	RS 3	To tal
16	3	3	4	5	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	87
17	3	3	4	3	2	2	3	1	3	3	4	3	3	2	3	1	3	2	2	4	3	3	1	2	63
18	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	83
19	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	70
20	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4	97
21	4	5	4	2	2	2	3	1	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	77
22	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	109
23	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	65
24	2	2	4	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	53
25	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	68
26	4	2	3	2	2	4	4	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	71
27	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	87
28	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	87
29	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	71
30	1	1	1	3	1	4	1	1	2	1	3	2	1	1	2	2	2	3	1	3	1	3	1	1	42

Tabel hasil pengisian kuesioner 30 responden ekspetasi

R	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	RS1	RS2	RS3	R E1	R E2	R E3	Total
1	5	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	95
2	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	101
3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	3	3	5	83
4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	70
5	5	4	5	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	108
6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5	100
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
8	4	1	5	4	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	3	5	4	4	3	3	3	2	2	92
9	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	96
10	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	104
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	104

R	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	RS1	RS2	RS3	R1	R2	R3	Total
12	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	82
13	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	63
14	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	3	105
15	3	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	2	3	2	3	3	4	2	4	3	3	84
16	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	94
17	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	65
18	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	86
19	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	92
20	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	105
21	5	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	78
22	4	5	4	4	3	2	5	3	3	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3	4	96
23	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
24	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	88
25	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	85

R	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	RS1	RS2	RS3	RE1	RE2	RE3	Total
26	4	3	4	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	3	4	3	4	2	4	3	2	4	3	3	75
27	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	3	3	5	3	4	4	99
28	3	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	90
29	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	76
30	4	1	4	1	4	1	4	1	1	2	1	2	2	2	1	1	3	3	3	2	3	1	1	3	51