
Pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada BSS Arena Mini Soccer Depok

Fatwa Tulada ¹, Usran Masahere ²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}

Jl Kramat Raya No. 98, Jakarta Pusat, Indonesia

Email: fatwatulada2@gmail.com

ABSTRAK

BSS Arena merupakan salah satu penyedia jasa penyewaan lapangan mini soccer di Kota Depok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada BSS Arena Mini Soccer Depok. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada pelanggan yang telah menggunakan jasa BSS Arena. Sampel penelitian berjumlah 161 responden yang dipilih menggunakan teknik probability sampling dengan metode systematic random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 12,461 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 13,150 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, fasilitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 394,849 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa fasilitas dan harga mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 83,1%, sedangkan 16,9% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan kualitas fasilitas dan penetapan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan BSS Arena Mini Soccer Depok.

Kata Kunci: Fasilitas; Harga; Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

BSS Arena is one of the mini soccer field rental service providers in Depok City. This study aims to determine the effect of facilities and price on customer satisfaction at BSS Arena Mini Soccer Depok. This research employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to customers who had used BSS Arena's services. The sample consisted of 161 respondents selected using probability sampling with a systematic random sampling method. Data were analyzed using IBM SPSS Statistics through validity, reliability, classical assumption, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The results indicate that facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 12.461 and a significance level of $0.000 < 0.05$. Price also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 13.150 and a significance level of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, facilities and price have a positive and significant effect on customer satisfaction, with an F-value of 394.849 and a significance level of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination shows that facilities and price explain 83.1% of customer satisfaction, while the remaining 16.9% is influenced by other factors outside the study. Therefore, improving facility quality and setting prices according to customer expectations can increase customer satisfaction at BSS Arena Mini Soccer Depok.

Keywords: Facilities; Price; Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Meningkatnya antusiasme masyarakat terhadap aktivitas olahraga, khususnya di kalangan remaja dan pekerja, turut mendorong perkembangan bisnis penyedia fasilitas olahraga (Harahap, 2025). Salah satu olahraga yang semakin diminati di wilayah perkotaan adalah mini soccer karena dapat menjadi sarana menjaga kebugaran, mengurangi kejenuhan setelah aktivitas sehari-hari, serta menjadi media interaksi bersama teman dan komunitas. Perkembangan tersebut terlihat di Kota Depok, yang menunjukkan bertambahnya jumlah penyedia lapangan mini soccer. Berdasarkan survey yang peneliti lakukan terdapat 12 lapangan mini soccer yang berdiri di Kota Depok selama periode 2021–2026. Kondisi ini menunjukkan bahwa bisnis penyewaan lapangan mini soccer memiliki peluang yang cukup besar, tetapi sekaligus menciptakan persaingan yang semakin ketat.

Dalam kondisi persaingan tersebut, fasilitas dan harga menjadi aspek penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil prasurvei terhadap 84 pelanggan BSS Arena menunjukkan bahwa fasilitas lapangan dan harga menjadi faktor yang paling banyak dipertimbangkan pelanggan untuk kembali menggunakan jasa. Hal ini semakin relevan karena BSS Arena menghadapi kondisi fasilitas lapangan yang perlu mendapatkan perhatian, seperti permukaan lapangan yang tidak rata dan potensi genangan air ketika hujan. Di sisi lain, harga sewa yang relatif tinggi dibandingkan beberapa kompetitor perlu diimbangi dengan fasilitas yang mampu memenuhi harapan pelanggan. Permasalahan tersebut menjadi semakin penting karena data internal BSS Arena menunjukkan adanya penurunan jumlah sesi pemesanan. Pada Januari–April 2025 tercatat 300 sesi, sedangkan pada periode yang sama tahun 2026 hanya mencapai 228 sesi, atau mengalami penurunan sebesar 24%.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fasilitas dan harga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. (Mi'raj et al., 2022) menemukan bahwa fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indosoccernesia Little Soccer di Kota Tasikmalaya. Pada penelitian (Rukmini, 2025) juga menunjukkan adanya pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kolam Renang Ganesha di Kota Banjar. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus menguji pengaruh fasilitas lapangan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada penyedia jasa mini soccer di Kota Depok masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki *research gap* pada konteks objek dan wilayah penelitian, khususnya BSS Arena Mini Soccer Depok, yang menghadapi persaingan dan perubahan jumlah penggunaan jasa secara nyata.

Perkembangan aktivitas olahraga masyarakat di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan kebutuhan terhadap fasilitas dan jasa olahraga. Berdasarkan Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2024 dari Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia, indeks partisipasi masyarakat dalam berolahraga meningkat dari 0,254 pada tahun 2023 menjadi 0,263 pada tahun 2024. Kondisi tersebut menunjukkan semakin meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam aktivitas olahraga, sehingga penyedia jasa olahraga perlu memperhatikan kualitas fasilitas dan harga yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan (Mutohir et al., 2024). Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan fasilitas, harga, dan kepuasan pelanggan pada sektor jasa olahraga. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola BSS Arena dalam meningkatkan kualitas fasilitas dan menentukan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan. Temuan penelitian juga dapat menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha penyedia fasilitas olahraga dalam menghadapi persaingan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas lapangan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Brazilian Soccer School (BSS) Arena Mini Soccer Depok, baik secara parsial maupun simultan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Fasilitas merupakan salah satu unsur penting dalam penyediaan jasa karena berkaitan langsung dengan kenyamanan pelanggan selama memperoleh layanan. Menurut Kotler, fasilitas merupakan sumber daya fisik yang disediakan oleh penyedia jasa untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada konsumen (Sora, 2024). Sejalan dengan pendapat tersebut, Suryo Subroto menjelaskan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat membantu dan memperlancar pelaksanaan suatu kegiatan atau pelayanan, baik berupa barang maupun sarana pendukung lainnya (Sora, 2024). (Jayusman et al., 2022) juga menjelaskan bahwa fasilitas merupakan berbagai bentuk sarana dan prasarana yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, baik pada sektor industri, perdagangan maupun jasa.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, fasilitas tidak hanya berkaitan dengan kelengkapan sarana fisik, tetapi juga bagaimana sarana tersebut dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pelanggan. Dalam bisnis penyewaan lapangan mini soccer, fasilitas dapat berupa kondisi lapangan, kualitas rumput, pencahayaan, kebersihan, toilet, ruang ganti, area parkir, tribun, serta fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas yang baik akan memberikan pengalaman penggunaan jasa yang lebih nyaman sehingga dapat meningkatkan penilaian positif pelanggan terhadap perusahaan.

Wirtz dan Lovelock melalui konsep *service environment* menjelaskan bahwa lingkungan pelayanan terdiri atas berbagai unsur fisik dan kondisi lingkungan yang dapat dirasakan pelanggan ketika menggunakan suatu jasa. (Hermawan & Yusran, 2020) mengelompokkan lingkungan pelayanan tersebut ke dalam tiga aspek, yaitu *atmospheric factors*, *design factors*, dan *social factors*. *Atmospheric factors* berkaitan dengan kondisi lingkungan seperti pencahayaan, kebersihan, suhu dan sirkulasi udara. *Design factors* berkaitan dengan kondisi dan fungsi fasilitas seperti kualitas lapangan, toilet, ruang ganti, area parkir dan area tunggu. Sementara itu, *social factors* berkaitan dengan interaksi manusia dalam lingkungan pelayanan, seperti keramahan dan kesiapan petugas dalam membantu pelanggan. Fasilitas yang memadai dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan. (Oktaviani et al., 2024) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang diterima, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa nyaman dan puas terhadap jasa

yang digunakan. Dalam konteks BSS Arena, kondisi lapangan, kebersihan, pencahayaan, fasilitas pendukung, serta pelayanan petugas menjadi bagian yang dapat membentuk pengalaman pelanggan selama menggunakan lapangan. Berdasarkan uraian tersebut, fasilitas diduga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Harga merupakan salah satu unsur penting dalam pemasaran karena menjadi pertimbangan pelanggan ketika memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller, harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan sekaligus menjadi indikator nilai yang ditawarkan kepada konsumen (Reken et al., 2024). Sementara itu, Tjiptono menjelaskan bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang digunakan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang maupun jasa (Saragih et al., 2024). (Fassnacht dalam Elliyana et al., 2016) juga menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa.

Berdasarkan pendapat tersebut, harga tidak hanya dipandang sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan, tetapi juga berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh. Pelanggan akan mempertimbangkan apakah harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas fasilitas, pelayanan dan pengalaman yang diterima. Oleh karena itu, penetapan harga menjadi penting bagi perusahaan jasa karena harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi manfaat yang sesuai dapat menimbulkan persepsi negatif, sedangkan harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan manfaat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut (Setyo dalam Noor Maulana, 2021), terdapat beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk menilai harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan potongan harga. Keterjangkauan berkaitan dengan kemampuan pelanggan dalam membayar harga yang ditetapkan. Kesesuaian harga dengan kualitas berkaitan dengan penilaian pelanggan mengenai sebanding atau tidaknya harga dengan kualitas yang diterima. Daya saing harga berkaitan dengan perbandingan harga dengan penyedia jasa sejenis, sedangkan potongan harga berkaitan dengan pemberian diskon atau promosi yang dapat meningkatkan daya tarik pelanggan.

Harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan dan manfaat yang diterima dapat menciptakan persepsi nilai yang positif. (Elliyana et al., 2016) menjelaskan bahwa keputusan konsumen terhadap harga tidak hanya dipengaruhi oleh nominal harga, tetapi juga oleh persepsi, pengalaman, kondisi pasar dan berbagai informasi yang diterima konsumen. Dengan demikian, semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan terciptanya kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, harga diduga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu ukuran penting dalam keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan harapannya (Adhari, 2021). Wilkie dalam (Adhari, 2021) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons emosional yang muncul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa. Sementara itu, Swan dalam (Saragih et al., 2024) memandang kepuasan sebagai evaluasi pelanggan terhadap kinerja suatu jasa, apakah telah sesuai dengan tujuan dan harapan penggunaannya.

(Elliyana et al., 2016) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara pengalaman aktual yang diterima dengan harapan pelanggan sebelum menggunakan suatu layanan. Artinya, pelanggan tidak hanya menilai kualitas layanan berdasarkan kondisi objektif, tetapi juga berdasarkan persepsi dan harapan yang dimilikinya. Apabila pengalaman yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan, pelanggan cenderung merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja jasa berada di bawah harapan, pelanggan dapat mengalami ketidakpuasan.

Menurut Irawan dalam (Rahayu et al., 2026), kepuasan pelanggan dapat dilihat melalui *satisfaction toward quality*, *satisfaction toward value*, dan *perceived best*. Ketiga aspek tersebut menggambarkan kepuasan terhadap kualitas layanan, kesesuaian antara biaya dengan manfaat yang diterima, serta persepsi pelanggan mengenai keunggulan layanan dibandingkan alternatif lainnya. Selanjutnya, Tjiptono dalam (Rahayu et al., 2026) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat tercermin melalui kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikan.

Dalam konteks BSS Arena, kepuasan pelanggan dapat tercermin dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kondisi fasilitas dan harga yang diterima. Pelanggan yang merasa bahwa fasilitas lapangan nyaman, pelayanan mendukung, serta harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh akan memiliki kecenderungan untuk merasa puas, menggunakan kembali jasa, dan merekomendasikannya kepada orang lain.

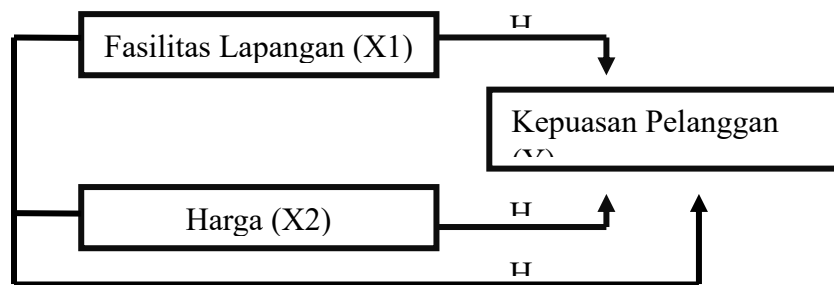
Penelitian mengenai fasilitas, harga dan kepuasan pelanggan telah dilakukan pada berbagai sektor jasa. (Mi'raj et al., 2022) menemukan bahwa fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indosoccernesia Little Soccer di Kota Tasikmalaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam bisnis penyewaan lapangan sepak bola, kondisi fasilitas dan harga menjadi bagian penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Penelitian (Rukmini, 2025) juga menunjukkan bahwa fasilitas dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kolam Renang Ganesha di Kota Banjar. Sementara itu, Oktaviani et al. (2024) menemukan bahwa fasilitas

memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut memperkuat argumentasi bahwa kualitas fasilitas dan persepsi terhadap harga dapat menjadi faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam bisnis jasa.

Meskipun demikian, penelitian sebelumnya memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. (Mi'raj et al., 2022) berfokus pada Indosoccernesia Little Soccer di Kota Tasikmalaya, sedangkan (Rukmini, 2025) meneliti objek kolam renang di Kota Banjar. Penelitian ini secara khusus mengkaji penyedia jasa penyewaan lapangan mini soccer di Kota Depok dengan objek BSS Arena. Selain perbedaan lokasi dan karakteristik objek, penelitian ini dilakukan pada kondisi persaingan lapangan mini soccer yang semakin berkembang di Kota Depok serta adanya permasalahan terkait fasilitas dan harga yang menjadi perhatian pelanggan. Kondisi tersebut menjadi celah penelitian (*research gap*) yang melandasi pentingnya penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, fasilitas dan harga memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Fasilitas yang baik dapat memberikan kenyamanan dan pengalaman positif selama pelanggan menggunakan jasa, sedangkan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima dapat menciptakan persepsi nilai yang positif. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut diperkirakan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan BSS Arena.



Sumber: (olah data, 2026)

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Keterangan:

X1 = Fasilitas

X2 = Harga

Y = Kepuasan Pelanggan

Hipotesis

H1: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada BSS Arena Mini Soccer Depok.

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada BSS Arena Mini Soccer Depok.

H3: Fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada BSS Arena Mini Soccer Depok.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh fasilitas lapangan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada BSS Arena Mini Soccer Depok. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian mengukur hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik yang diperoleh dari tanggapan responden dan dianalisis menggunakan metode statistik. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan BSS Arena Mini Soccer Depok, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur dan sumber relevan yang mendukung penelitian.

BSS Arena Mini Soccer Depok dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan penyedia jasa penyewaan lapangan mini soccer di Depok yang menghadapi persaingan dengan semakin bertambahnya penyedia lapangan sejenis. Selain itu, fasilitas lapangan dan harga merupakan aspek yang dapat menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih dan menggunakan jasa penyewaan lapangan. Kondisi tersebut menjadikan BSS Arena relevan sebagai objek untuk mengkaji pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa penyewaan lapangan BSS Arena Mini Soccer Depok. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 97 responden. Selanjutnya, pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa penyewaan

lapangan BSS Arena Mini Soccer Depok dan bersedia mengisi kuesioner. Berdasarkan proses pengumpulan data, diperoleh 161 responden yang digunakan sebagai sampel penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, yaitu fasilitas (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan *IBM SPSS Statistics*. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas, serta analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan uji F, sedangkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dianalisis menggunakan koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 161 pengguna BSS Arena Mini Soccer Depok sebagai responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online dengan menggunakan skala Likert. Menurut (Sugiyono dalam Satria & Imam, 2024) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala Likert dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel fasilitas, harga, dan kepuasan pelanggan pada BSS Arena Mini Soccer Depok. Karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili, frekuensi penggunaan lapangan, dan tujuan penggunaan lapangan sebagai gambaran profil responden sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

4.1. Uji Instrumen

Uji Validitas

(Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang dihimpun oleh objek penelitian dan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu, uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menguji ketepatan setiap butir pernyataan pada kuesioner yang digunakan dalam mengukur fasilitas lapangan, harga lapangan, dan kepuasan pelanggan. Adapun hasil dari uji validitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Taraf Sig	Keterangan
X1.1	0,568	0.154	0.05	Valid
X1.2	0,625	0.154	0.05	Valid
X1.3	0,596	0.154	0.05	Valid
X1.4	0,536	0.154	0.05	Valid
X1.5	0,717	0.154	0.05	Valid
X1.6	0,651	0.154	0.05	Valid
X1.7	0,647	0.154	0.05	Valid
X1.8	0,611	0.154	0.05	Valid
X1.9	0,611	0.154	0.05	Valid
X2.1	0,709	0.154	0.05	Valid
X2.2	0,785	0.154	0.05	Valid
X2.3	0,803	0.154	0.05	Valid
X2.4	0,664	0.154	0.05	Valid
X2.5	0,648	0.154	0.05	Valid
X2.6	0,792	0.154	0.05	Valid
X2.7	0,751	0.154	0.05	Valid
X2.8	0,769	0.154	0.05	Valid
Y.1	0,743	0.154	0.05	Valid
Y.2	0,615	0.154	0.05	Valid
Y.3	0,712	0.154	0.05	Valid
Y.4	0,746	0.154	0.05	Valid
Y.5	0,790	0.154	0.05	Valid

Y.6	0,809	0.154	0.05	Valid
Y.7	0,839	0.154	0.05	Valid
Y.8	0,793	0.154	0.05	Valid
Y.9	0,817	0.154	0.05	Valid
Y.10	0,772	0.154	0.05	Valid

Sumber: (olah data, 2026)

Berdasarkan temuan tabel di atas, dapat dikatakan bahwa setiap item pada ketiga variabel tersebut dikatakan valid dengan dibuktikan oleh seluruh item yang memiliki nilai r hitung diatas r tabel itu sendiri.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variable	Nilai Cronbach's Alpha	Jumlah Responden (N)	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Fasilitas (X1)	0,930	161	9	Reliable
Harga (X2)	0,766	161	8	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,879	161	11	Reliable

Sumber: (olah data, 2026)

Sebagaimana terlihat dari hasil uji reliabilitas pada penelitian ini, semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hal ini menunjukkan setiap instrumen telah memenuhi kriteria reliabilitas dan dengan demikian dinilai konsisten dan sesuai untuk digunakan dalam pengumpulan data. Temuan ini sesuai pendapat para ahli, yang menyatakan bahwa suatu instrumen penelitian dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* berada di atas batas minimum yang ditentukan. (Priyanda et al., 2022)

4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov yang bertujuan untuk menguji *goodness of fit*, yaitu tingkat kesesuaian antara sebaran data sampel dengan distribusi normal teoritis (Fitri et al., 2023).

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		161
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,94045827
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,056
	Negative	-,040
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: (olah data, 2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel, diperoleh nilai *asympt sig (2 tailed)* sebesar 0,200. Nilai ini melebihi tingkat signifikansi penelitian sebesar 0,05. Oleh karena itu, hal ini selaras dengan pendapat (Priyanda et al., 2022) jika nilai signifikansi > 0,05, H0 diterima, yang menunjukkan bahwa populasi asal data observasi berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			

1	(Constant)	1,159	1,300		,891	,374
	X1	10,517	59,282	,018	,177	,859
	X2	54,281	29,778	,181	1,823	,070

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Sumber: (olah data, 2026)

Variabel fasilitas (X1) mempunyai nilai signifikansi (sig) sebesar 0,859 dan variabel harga memiliki sig sebesar 0,070 berdasarkan temuan uji heteroskedastisitas di atas menggunakan *Uji Glejser*. Nilai signifikansi untuk kedua variabel tersebut melebihi tingkat signifikansi 0,05. Hasil kedua variabel ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang jelas antara kedua variabel tersebut dan nilai residual absolut. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,402	2,721		3,456	,001		
	Fasilitas	,177	,099	,109	1,795	,075	,554	1,806
	Harga	,924	,075	,745	12,246	,000	,554	1,806
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: (olah data, 2026)

Hasil uji multikolinearitas yang tercantum pada tabel terlampir memperlihatkan bahwa nilai toleransi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar 0,554, sedangkan nilai VIF adalah sebesar 1,806. Berdasarkan kedua nilai tersebut, dapat diketahui bahwa nilai toleransi melebihi batas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah angka 10, oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas

4.3. Uji Hipotesis

Uji Parsial

Tabel 6. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,698	1,741		-,976	,331
	Fasilitas	,707	,057	,499	12,461	,000
	Harga	,652	,050	,527	13,150	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: (olah data, 2026)

Rumus uji t regresi

$$df = n - k - 1$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden (161)

k = Jumlah variabel bebas (2)

$$df = 161 - 2 - 1$$

$$df = 158$$

Pada ambang signifikansi 0,05 dan df = 158, nilai t tabel yang diperoleh adalah 1.654

Interpretasi hasil uji parsial:

1. Variabel Fasilitas (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 12,461, yang melampaui nilai t tabel sebesar 1,654, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05. Oleh karena itu, H0 dinyatakan ditolak dan H1 diterima. Merujuk pada hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BSS Arena.
2. Variabel Harga (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 13,150, yang melampaui nilai t tabel sebesar 1,654, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05. Oleh karena itu, H0 dinyatakan ditolak dan H1 diterima. Merujuk pada hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BSS Arena.

Uji Simultan

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6390,277	2	3195,139	394,849	,000 ^b
	Residual	1278,543	158	8,092		
	Total	7668,820	160			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas						

Sumber: (olah data, 2026)

Nilai F tabel dapat dihitung menggunakan tabel distribusi berdasarkan rumus dibawah ini:

$$f_{tabel} = df1(k - 1) : df2(n - k)$$

$$f_{tabel} = df1(3 - 1) : df2(162 - 3)$$

$$= 2 : 158$$

$$3,05$$

Pada taraf nyata 0.05, dengan derajat kebebasan $df1 = 2$ dan $df2 = 158$, maka diperoleh nilai f tabel sebesar 3.05. Berdasarkan uji simultan, fasilitas dan harga secara bersamaan terbukti memberikan kontribusi yang signifikan pada kepuasan pelanggan, studi tersebut didukung oleh pandangan (Zulfikar, 2024) bahwa uji simultan diterapkan untuk mengetahui pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama sama. Mengacu pada hasil pengujian tersebut, H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai f hitung sebesar 394,849 yang lebih besar dibandingkan nilai f tabel 3,05, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan di BSS Arena sangat ditentukan oleh variabel harga dan fasilitas.

4.4. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,913 ^a	,833	,831	2,845
a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas				

Sumber: (olah data, 2026)

Mengacu pada hasil uji koefisien determinasi secara simultan yang tertera pada tabel tersebut nilai adjusted r square adalah 0,831, atau 83,1%. Ini menunjukkan bahwa komponen fasilitas dan harga menyumbang 83,1% dari variabel kepuasan konsumen. Sementara itu, faktor tambahan memengaruhi 16,9% sisanya (100% - 83,1%).

4.5. Pembahasan

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel fasilitas memperoleh nilai t hitung sebesar 12,461 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BSS Arena Mini Soccer Depok dan H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang disediakan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Fasilitas seperti kualitas dan kondisi lapangan, area parkir, ruang tunggu, kamar mandi, pencahayaan, serta sarana pendukung lainnya merupakan aspek yang secara langsung dirasakan pelanggan selama menggunakan layanan. Kondisi fasilitas yang lengkap, nyaman, bersih, dan berfungsi dengan baik dapat menciptakan pengalaman bermain yang lebih menyenangkan. Temuan ini juga relevan dengan kondisi BSS Arena yang mengalami penurunan jumlah sesi penyewaan pada periode 2025–2026, salah satunya berkaitan dengan keluhan pelanggan mengenai adanya bagian lapangan yang tidak rata sehingga dapat mengurangi kenyamanan dan keamanan saat bermain. Oleh karena itu, peningkatan dan pemeliharaan kualitas fasilitas, khususnya kondisi lapangan sebagai fasilitas utama, perlu menjadi perhatian BSS Arena untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mempertahankan daya saing di tengah persaingan bisnis penyewaan lapangan olahraga yang semakin ketat.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel harga memperoleh nilai t hitung sebesar 13,150 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BSS Arena

Mini Soccer Depok dan H2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Pelanggan cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat dan pengalaman yang diperoleh selama menggunakan layanan, sehingga harga yang dianggap terjangkau, sesuai dengan kualitas fasilitas, serta sebanding dengan pengalaman bermain dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, pemberian promosi, potongan harga, dan variasi tarif yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dapat memberikan nilai tambah dalam membentuk persepsi positif terhadap harga. Oleh karena itu, BSS Arena perlu mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif dan memastikan kesesuaiannya dengan kualitas fasilitas serta pelayanan yang diberikan agar kepuasan pelanggan dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 394,849 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BSS Arena Mini Soccer Depok dan H3 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi terbentuk dari kombinasi antara kualitas fasilitas dan kesesuaian harga yang ditawarkan. Fasilitas yang memadai dapat memberikan kenyamanan dan pengalaman bermain yang baik, sedangkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas layanan dapat menciptakan persepsi nilai yang positif bagi pelanggan. Sebaliknya, fasilitas yang baik tanpa didukung harga yang sesuai, maupun harga yang terjangkau tanpa didukung fasilitas yang memadai, berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, BSS Arena perlu menjaga kualitas fasilitas sekaligus menerapkan harga yang kompetitif dan sepadan dengan manfaat yang diterima pelanggan untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Brazilian Soccer School (BSS) Arena Mini Soccer Depok, dapat disimpulkan bahwa. Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 1,795 dengan tingkat signifikansi $0,075 > 0,05$. Meskipun memiliki arah pengaruh positif, fasilitas belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan BSS Arena.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 12,246 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan manfaat dan kualitas yang diterima pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 394,849 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R^2 sebesar 0,676 menunjukkan bahwa fasilitas dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan 67,6% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 32,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, BSS Arena disarankan untuk tetap melakukan pemeliharaan dan peningkatan fasilitas, khususnya pada kondisi lapangan, pencahayaan, kebersihan, area parkir, kamar mandi, ruang tunggu, serta fasilitas pendukung lainnya. Meskipun fasilitas secara parsial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, pemeliharaan fasilitas tetap penting untuk menjaga kenyamanan dan keamanan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi harga secara berkala dengan mempertimbangkan kualitas fasilitas, manfaat yang diterima pelanggan, serta kondisi persaingan di sekitar BSS Arena. Pengembangan layanan digital, seperti penyediaan informasi jadwal, pemesanan lapangan, promo, dan informasi layanan melalui platform online, juga dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan kemudahan dan pengalaman pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan kenyamanan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode kualitatif atau metode campuran untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman, harapan, serta keluhan pelanggan. Selain itu, jumlah dan karakteristik responden dapat diperluas agar hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kepuasan pelanggan pada bisnis penyedia lapangan olahraga.

REFERENSI

Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.

- Elliyana, E., Lidiana, Siwi Agustina, T., Sedyoningsih, Y., Kadir, H., Abdurrohman, Imanudin, B., Ardyana, E. E., Yuliani, Marlinah, L., & Mohdari, H. (2016). Dasar Dasar Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran jasa, Jakarta: Salemba Empat*.
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., HUatgaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In *Yayasan Kita Menulis*. [https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa %2C Buku Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian.pdf](https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa_%2C_Buku_Dasar-dasar_Statistika_untuk_Penelitian.pdf)
- Harahap, S. (2025). *Lari Jadi Olahraga Favorit Publik Indonesia 2025*.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2020). Manajemen dan Pemasaran jasa dalam era digital. In *Buku Dosen-2020*. http://103.49.68.23/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/BDS/th_terbit/0000000000000000102130/0
- Jayusman, H., Khotimah, S., Oki, G., Damanik, S., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Oikos Cafe Pangkalan Bun. *Jurnal Magenta*, 10(2), 93–100.
- Mi'raj, J. S., Sutrisna, A., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen mini soccer kota tasikmalaya. *Journal of Indonesian Management*, 2(3), 839–852. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i3.937>
- Mutohir, T. C., Maksum, A., Kristiyanto, A., & Akbar, R. (2024). Industri Olahraga : Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru. *Disorda.Papua.Go.Id*, 1–125. https://disorda.papua.go.id/uploads/dokumen/1748185133_cfd336b30fc511e5c7e0.pdf
- Noor Maulana, M. I. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Artfresh. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh*, 5.
- Oktaviani, P., Nurhadi, A., Pamulang, U., Selatan, T., Kesehatan, F., & Pasien, K. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dadn fasilitas terhadap kepuasan pelanggan perpustakaan rimba baca di cilandak*. 1(1), 37–47.
- Priyanda, R., Amruddin, & Siwi Agustina, T. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELES TARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELES_TARI)
- Rahayu, S., Wicaksono, S., & Metarini, A. (2026). *Membangun Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan* (Vol. 20).
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., & Apriansyah, R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*.
- Rukmini, Y. (2025). Pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung pada Kolam Renang Ganesha Kota Banjar. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi*, 2(4), 615–624.
- Saragih, L., Banjarnahor, A. R., Anggraini, N., Sudarso, A., Muliatie, Y. E., Lie, D., Purnomo, Y. J., Purba, B., Sudarmanto, E., Kuswandi, So., & Prasetyo, A. (2024). *Strategi Manajemen Pemasaran* (Vol. 2).
- Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5490–5500. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>
- Sora. (2024). *Fasilitas*. <https://pengertianku.net/2024/02/pengertian-fasilitas-menurut-para-ahli.html>
- Sugiyono. (2023). *Sugiyono Metode Penelitian Kualitatif*. 1–257.
- Zulfikar, R. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Widina Media Utama* (Vol. 7, Issue 2).