

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MANONJAYA UTAMA FUTSAL CENTER

Nabila Nur Afifah Muttaqin¹, Ari Arisman², Arif³

Manajemen, Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Indonesia

nurafifahnabila5@gmail.com , ariarisman@unper.ac.id , arif@unper.ac.id

Abstract

This purpose of this study was to determine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction at Manonjaya Utama Futsal Center. The research method used is quantitative with a survey approach, and data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression to test the simultaneous and partial effects of the independent variables (service quality and facilities) on the dependent variable (customer satisfaction). The results showed that simultaneously, service quality and facilities have a significant effect on customer satisfaction. Partially, both service quality and facilities also have a significant influence on customer satisfaction. This indicates that the better the service quality and facilities provided, the higher the level of customer satisfaction.

Keyword: service quality, facilities, customer satisfaction.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Manonjaya Utama Futsal Center. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh secara simultan dan parsial antara variabel bebas (kualitas pelayanan dan fasilitas) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, baik kualitas pelayanan maupun fasilitas juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

Article history

Received: September 2025

Reviewed: September 2025

Published: September 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang semakin maju membawa perubahan signifikan terhadap gaya hidup masyarakat, termasuk dalam aktivitas berolahraga. Saat ini, olahraga tidak hanya dipandang sebagai aktivitas untuk menjaga kesehatan, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup yang bernilai hiburan. Dengan berolahraga, seseorang dapat meningkatkan kebugaran fisik, memperkuat daya tahan tubuh, melatih massa otot, serta memperlancar sirkulasi darah dan suplai oksigen dalam tubuh (Setyawan & Ma'arif, 2024).

Salah satu cabang olahraga yang paling populer di kalangan anak-anak hingga orang dewasa adalah futsal. Futsal merupakan permainan bola besar yang dimainkan oleh dua tim, masing-masing beranggotakan lima orang termasuk seorang penjaga gawang (Hamzah et al., 2018). Kepopuleran futsal mendorong munculnya peluang bisnis baru, khususnya penyediaan fasilitas lapangan futsal. Kondisi ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha di berbagai daerah, termasuk di Sidoarjo, untuk mengembangkan bisnis jasa penyewaan lapangan futsal (Darmawan & Syarif, 2023).

Dalam era modern, persaingan bisnis di bidang jasa semakin ketat. Olahraga, termasuk futsal, menjadi salah satu sektor yang menjanjikan, namun perusahaan jasa harus mampu bertahan dan bersaing dengan kompetitor. Agar dapat memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk berorientasi pada kebutuhan konsumen dengan menghadirkan pelayanan terbaik (Paley, 2021; Jaworski et al., 2020).

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan yang cepat, tanggap, ramah, dan tepat waktu dapat menumbuhkan kesan positif dan meningkatkan loyalitas konsumen (Haming et al., 2021). Menurut Kotler et al. (2020), pelayanan dalam bisnis jasa bersifat tidak berwujud, namun konsumen tetap menilainya berdasarkan pengalaman dan persepsi yang dirasakan. Jika pelayanan tidak sesuai harapan, hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan dan berdampak negatif terhadap hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia jasa (Gronroos, 2020; Moenir, 2019).

Selain pelayanan, fasilitas juga menjadi aspek penting yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Fasilitas diartikan sebagai sarana fisik yang menunjang kelancaran jasa, mulai dari kondisi lapangan, desain, kelengkapan, kebersihan, hingga sarana tambahan seperti loker, kantin, maupun kamar mandi (Kotler & Armstrong, 2019; Tjiptono & Diana, 2020). Kualitas fasilitas yang dirasakan langsung oleh konsumen akan memengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Namun, pada praktiknya, penyedia jasa kerap menghadapi kendala terkait fasilitas. Berdasarkan ulasan konsumen di Google Maps, Manonjaya Utama Futsal Center masih mendapat kritik terkait kurangnya penerangan, kondisi lapangan yang kurang terawat, jaring pemisah lapangan yang robek, serta ketiadaan ruang ganti khusus (Google Maps, 2020-2024). Walaupun demikian, mayoritas konsumen tetap memberikan penilaian positif karena lokasi yang strategis, adanya area parkir luas, dan fasilitas penunjang seperti wifi gratis.

Data penyewaan lapangan menunjukkan fluktuasi jumlah penyewa dari tahun 2021-2023. Pada tahun 2023, penyewaan tertinggi terjadi di bulan Februari (155 jam), sedangkan terendah pada bulan Juli (74 jam). Penurunan ini antara lain disebabkan oleh berkurangnya aktivitas turnamen yang biasanya menjadi daya tarik konsumen. Sementara itu, hasil survei kepuasan konsumen dengan 133 responden menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan, namun tetap menyoroti perlunya peningkatan fasilitas, khususnya kebersihan lapangan, toilet, serta perbaikan jaring lapangan.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan layanan terbaik yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

(Cahyono et al., 2020)

Fasilitas (X2)

Fasilitas adalah upaya yang dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan, khususnya yang berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan.

(Ermida et al., 2021)

Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul pada diri seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk atau jasa dengan harapan mereka.

(Kotler, 2022).

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu kuantitatif deskriptif. Menurut Setyawati et al., (2022) penelitian kuantitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, kejadian, peristiwa, dan gejala yang terjadi secara sistematis, faktual, serta akurat pada sebuah perusahaan tersebut.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Manonjaya utama futsal center terletak di Jl. Ps. Kidul, RT.19/RW.03, Manonjaya, Kec. Manonjaya, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46197, Indonesia Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2019:40), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen Manonjaya Utama Futsal Center, namun jumlah pastinya tidak diketahui.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019:40). Karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel. Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampel sebesar 96,04 orang, kemudian dibulatkan menjadi 100 responden agar memudahkan dalam pengolahan data..

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode purposive sampling.

4. Hasil dan Pembahasan Hasil Pengujian Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Hasil perhitungan uji validitas (lampiran 3 halaman 112). Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui seluruh pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y) hasil pengujian SPSS versi 26 diperoleh bahwa dari nilai r tabel dengan rumus $df = N-2$ didapatkan $df = 100-2 = 98$ dengan Tingkat signifikan 0,05 jadi, nilai dari r tabel statistik adalah $> 0,1966$ dapat dilihat pada kolom korelasi (lampiran 8 halaman 125) diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yang menunjukkan semua item pernyataan valid untuk dijadikan alat pengumpul data sehingga uji validitas pada model regresi terpenuhi.

VARIABEL	TOTAL	KETERANGAN
Kualitas Pelayanan (X_1)		
X1.1	0.718**	VALID
X1.2	0.873**	VALID
X1.3	0.877**	VALID
X1.4	0.906**	VALID
X1.5	0.865**	VALID
X1.6	0.830**	VALID
X1.7	0.863**	VALID
X1.8	0.874**	VALID
X1.9	0.835**	VALID
X1.10	0.878	VALID
Fasilitas (X_2)		VALID
X2.1	0.858**	VALID
X2.2	0.906**	VALID
X2.3	0.887**	VALID
X2.4	0.908**	VALID
X2.5	0.866**	VALID
X2.6	0.888**	VALID
X2.7	0.805**	VALID
X2.8	0.860**	VALID
Kepuasan konsumen (Y)		
Y1	0.875**	VALID
Y2	0.892**	VALID
Y3	0.839**	VALID
Y4	0.895**	VALID
Y5	0.868**	VALID
Y6	0.859**	VALID

2. Uji Reliabilitas

Adapun hasil perhitungan pada uji reliabilitas (lampiran 3 halaman 116). Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y) mempunyai nilai *Cronbach's alpha* $> 0,6$ Dan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y) dalam penelitian ini adalah reliabel dan dinilai layak untuk diteliti.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	.957	Reliabel
Fasilitas (X_2)	.954	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	.936	Reliabel

Pembahasan

Pembahasan meliputi analisis data dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik. Uji asumsi klasik merupakan salah satu pengujian yang digunakan untuk menguji apakah data penelitian layak uji menggunakan regresi linear atau tidak melalui serangkaian pengujian normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	2.29778344	2.29778344
Most Extreme Differences	Absolute	.101	.101
	Positive	.079	.079
	Negative	-.101	-.101
Test Statistic		.101	.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c	.013 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (lampiran 4 halaman 118-119), diketahui bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,013 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, data memerlukan pengolahan lebih lanjut. Salah satu metode yang digunakan adalah uji Monte Carlo, yang berfungsi untuk menguji distribusi normalitas residual pada sampel dengan data yang ekstrem.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.29778344	
Most Extreme Differences	Absolute	.101	
	Positive	.079	
	Negative	-.101	
Test Statistic		.101	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.242 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.231
		Upper Bound	.253

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Setelah dilakukan uji Monte Carlo, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,242 yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik normalitas.

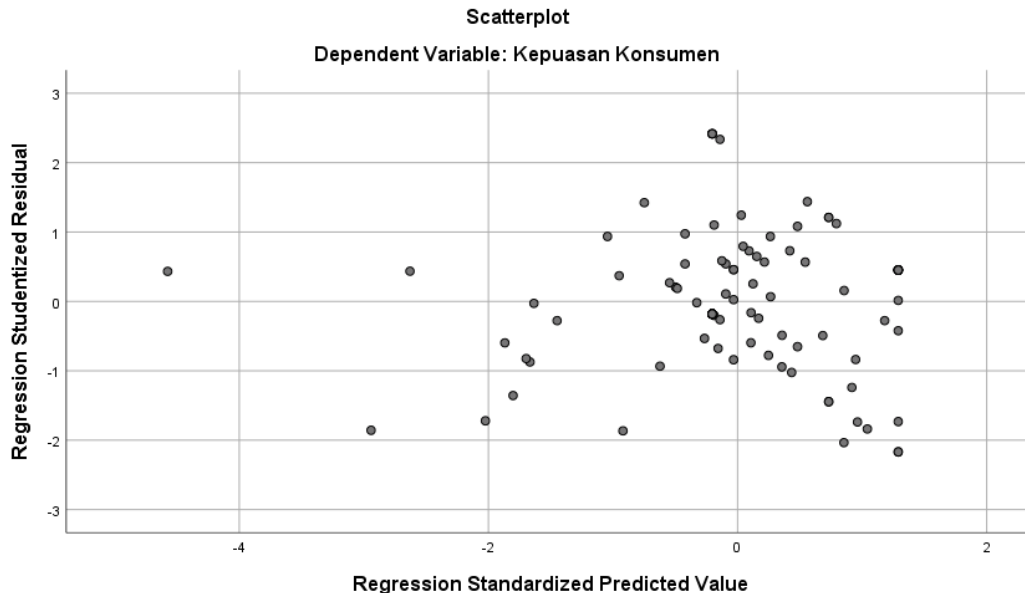
2. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6.239	1.466		4.255	.000		
	Kualitas Pelayanan	.189	.058	.341	3.242	.002	.338	2.954
	Fasilitas	.332	.070	.496	4.715	.000	.338	2.954

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas (lampiran 4 halaman 119), melalui output tabel Coefficient pada bagian Collinearity Statistics diperoleh nilai Tolerance untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) sebesar 0,338, lebih besar dari 0,10. Selain itu, nilai VIF untuk kedua variabel tersebut adalah 2,954, lebih kecil dari 10,00. Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot (lampiran 4 halaman 120) menunjukkan titik data tersebar acak di sekitar angka nol tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini menandakan bahwa model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.798 ^a	.637	.629	2.321	2.271

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat pada Lampiran 4 halaman 120. Berdasarkan uji Durbin-Watson (DW) diperoleh nilai sebesar 2,271. Nilai tersebut berada di antara du (1,7152) dan $(4 - du)$ yaitu 2,285. Dengan demikian, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji Durbin-Watson, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi. Artinya, asumsi klasik mengenai autokorelasi dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan di Konsumen Manonjaya Utama Futsal Center

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.239	1.466		4.255	.000
	x1	.189	.058	.341	3.242	.002
	x2	.332	.070	.496	4.715	.000

a. Dependent Variable: y

Selanjutnya, dilakukan pengujian analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program IBM SPSS versi 26, output analisis dapat dilihat pada Lampiran 5 halaman 121:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi, diketahui nilai konstanta sebesar 6,239, yang berarti apabila variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) tidak mengalami perubahan, maka Kepuasan Konsumen (Y) berada pada angka 6,239. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,189 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel ini akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,189 satuan. Sementara itu, koefisien regresi Fasilitas (X2) sebesar 0,332 menunjukkan bahwa fasilitas memberikan kontribusi yang lebih besar dalam meningkatkan kepuasan dibandingkan kualitas pelayanan.

Hasil uji korelasi menghasilkan nilai $r = 0,798$, yang menandakan adanya hubungan kuat antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,637 menunjukkan bahwa 63,7% variasi Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji F menghasilkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan serta semakin memadai fasilitas yang tersedia, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Popon Rabia Adawia et al. (2020) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta didukung oleh hasil penelitian Hamdan Berlian Wibisono dan Andhatu Ascha (2020) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari kedua variabel tersebut dalam konteks layanan jasa kendaraan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen di Manonjaya Utama Futsal Center.

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
		B		Beta		
1	(Constant)	6.239	1.466		4.255	.000
	x1	.189	.058	.341	3.242	.002
	x2	.332	.070	.496	4.715	.000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen (Lampiran 5 halaman 122), diperoleh nilai sebesar 0,313. Angka ini menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berada pada kategori rendah. Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dihitung melalui koefisien determinasi, yaitu $[Kd = (0,313)^2 \times 100\%] = 9,80\%$ Artinya, kontribusi Kualitas Pelayanan terhadap peningkatan Kepuasan Konsumen relatif kecil, meskipun tetap memiliki peran.

Selanjutnya, hasil uji t (parsial) melalui SPSS versi 26 (Lampiran 5 halaman 122) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Manonjaya Utama Futsal Center. Signifikansi ini ditunjukkan melalui layanan yang cepat dan tanggap terhadap keluhan yang disampaikan konsumen.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Nisrina Kamila dan Aditya Wardhana (2023) yang membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh. Selain itu, hasil ini juga didukung oleh penelitian Rifqah Harahap dan Ratna Rosalina Pakpahan (2021) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Fasilitas secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen di Manonjaya Utama Futsal Center.

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
		B		Beta		
1	(Constant)	6.239	1.466		4.255	.000
	x1	.189	.058	.341	3.242	.002
	x2	.332	.070	.496	4.715	.000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara Fasilitas dengan Kepuasan Konsumen (Lampiran 5 halaman 121), diperoleh nilai korelasi sebesar 0,432. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara Fasilitas dan Kepuasan Konsumen berada pada kategori cukup kuat. Dengan demikian, Fasilitas memiliki peran penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan konsumen di Manonjaya Utama Futsal Center. Besarnya pengaruh Fasilitas secara parsial dapat dihitung melalui koefisien determinasi, yaitu $[Kd = (0,432)^2 \times 100\%] = 18,66\%$.

Hasil uji t melalui SPSS versi 26 (Lampiran 5 halaman 121) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hal ini menegaskan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Pengaruh signifikan ini dipicu oleh tersedianya fasilitas yang lengkap, memadai, bersih, serta sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi William dan Tiurniarti Purba (2020) yang membuktikan bahwa Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Mazda. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Syafari Ronaldi et al. (2022), yang menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien di rumah sakit.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, serta kepuasan konsumen di Manonjaya Utama Futsal Center berada pada klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan pelayanan yang memadai serta fasilitas yang cukup mendukung aktivitas mereka, sehingga secara umum tingkat kepuasan konsumen juga tergolong tinggi. Secara simultan, kualitas pelayanan dan fasilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Demikian pula, fasilitas juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, di mana kelengkapan, kebersihan, keamanan, dan kenyamanan fasilitas menjadi faktor penting yang mendorong timbulnya kepuasan. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen di Manonjaya Utama Futsal Center.

DAFTAR PUSTAKA

1. Azmi Tanjung, A., Hidayah, T., & Muhammadiyah Asahan, S. (2022). UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN MAHASISWA MELALUI KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI DAN PRICE DISCOUNT. 9(1).
2. Dwi Cahyono, A. (2020). Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Rawat Jalan Di Rumah Sakit. 2(2), 1-6. <https://doi.org/10.53599>
3. Darmawan, A., & Syarif, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Yanitra Futsal Center, Sidoarjo. Jurnal Kajian Ilmu Manajemen, 3. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>

4. Ermida, E. N., Ghalib, S., & Wahyuni, N. (2021). Pengaruh diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Rix ID di Kota Banjarmasin. *Smart Business Journal*.
5. Ghazali, I. (2018). Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9. Universitas Diponegoro.
6. Gronroos, C. (2020). *Service Management and Marketing*. Jhon Wiley & sons, Ltd.
7. Haming, M., Murdifin, I., Zulfikar Syaiful, A., & Putra, A. H. P. K. (2021). The application of SERVQUAL distribution in measuring customer satisfaction of retails company. *Journal of Distribution Science*, 17(2), 25-31. <https://doi.org/10.15722/jds.17.02.201902.25>
8. Hamzah, B., Hadiana, O., & Muhammadiyah Kuningan, S. (2018). JUARA : Jurnal Olahraga PENGARUH PENGGUNAAN MODEL PROBLEM BASED LEARNING TERHADAP KETERAMPILAN PASSING DALAM PERMAINAN FUTSAL. *JUARA : Jurnal Olahraga*, 3(1). <http://jurnal.upmk.ac.id/index.php/juara>
9. Harahap, R., & Rosalina Pakpahan, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) MEDAN.
10. Hardin. (2020). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta .
11. Herawati, & Putra, S. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*.
12. Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.
13. Jaworski, B. J., Kohli, A. K., & Sarin, S. (2020). Driving markets: A typology and a seven-step approach. *Industrial Marketing Management*, 91, 142-151. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.018>
14. Kamila, N., & Wardhana, A. (n.d.). (2022) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SETELAH LAYANAN HAJI DAN UMRAH DI BUKA KEMBALI PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS: EBAD WISATA TOUR AND TRAVEL SURABAYA). *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1), 2023. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1431>
15. Keller, & Kotler. (2022). *Intisari Manajemen Pemasaran (6th ed.)*. Andi Publisher.
16. Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2019). *Principles Of Marketing*. 14th Edition (14th ed.). Pearson Prentice Hall.
17. Moenir H, A. (2019). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
18. Paley, N. (2021). *Panduan Manajer Untuk Strategi Pemasaran Kompetitif*, Edisi Kedua (2nd ed.). CRC Press.
19. Philip, K., Armstrong, G., & Harris, C. L. (2020). *Principles Of Marketing*, 8th European Edition (8th ed.). Harlow: Pearson Education.,.
20. Pitri Nainggolan, N. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PERPUSTAKAAN (DI POLITEKNIK NEGERI BATAM). *Tahun*, 3(2).
21. Putri Maulidiah, E., & Budiantono, B. (2023). PENGARUH FASILITAS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PELANGGAN. 2(3).
22. Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian Kuantitatif di bidang teknik, manajemen, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
23. Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (M. Suradi, Ed.; 1st ed.)*. Samudra Biru.

24. Setyawan, R., & Ma'arif, I. (2024). Sport Industri (Konsep dan Implementasi) (Nita, Ed.). CV Haura Utama.
25. Sholihach, Atiek Mar'atus. (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.
26. Sualang, K., Rumate, V. A., Pingkan, I., & Rorong, F. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN PERIZINAN PADA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU DI KABUPATEN MINAHASA TENGGARA. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 21(2).
27. Sudarsono, H. (2020). Manajemen pemasaran (1st ed.). CV. Pustaka Abadi.
28. Sudrajad, H. C. M., & Suja'i, S. I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah Kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 01-12.
<https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.580>