

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MARKETING MIX JASA DI LAPANGAN
FUTSAL “ARENA”, YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

JOHANIS UMBU SAGA ANAKAKA

11084751

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

2013

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MARKETING MIX JASA DI LAPANGAN
FUTSAL “ARENA ”, YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

JOHANIS UMBU SAGA ANAKAKA

NIM : 11084751

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MARKETING MIX JASA DI LAPANGAN
FUTSAL “ARENA”, YOGYAKARTA.**

yang Saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain maka Saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana Saya.

Yogyakarta, 23 Mei 2013



Johanis Umu Saga Anakaka

11084751

Halaman Pengesahan

Skripsi dengan judul:

KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MARKETING MIX JASA DI LAPANGAN
FUTSAL "ARENA" YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JOHANIS UMBU SAGA ANAKAKA

11084751

Dalam ujian skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

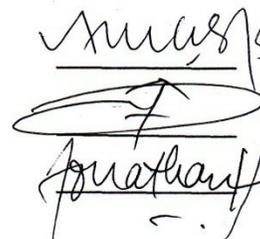
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi pada tanggal.... 28 MAY 2013

Nama Dosen

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(ketua Tim)
2. Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



28 MAY 2013
Yogyakarta,.....

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si

Halaman Motto

**Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia
yang memberi kekuatan kepadaku
(Filipi 4 : 13)**

**Masa depan mu sungguh ada dan tidak akan
pernah hilang
(kitab)**

**Bermimpilah setinggi langit sehingga ketika kamu
jatuh, kamu akan jatuh diantara bintang –
bintang
(Ir. Soekarno)**

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini ku persembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus

Bapa dan Mama tercinta

Adik-adik tercinta

Pak Jhonatan H

Almamaterku Universitas Kristen Duta Wacana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat, cinta, kasih sayang, perlindungan, dan petunjuk Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi yang berjudul “Kepuasan Konsumen Terhadap Marketing Mix Jasa di Lapangan Futsal “Arena” Yogyakarta” ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selama proses penelitian sampai selesai, tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, saran-saran dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu membimbing dan menyertai sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapa dan Mama yang selalu mendukung penuh baik secara moril maupun materi sehingga penulis bisa menyelesaikan study sampe sarjana (S1).
3. Bapak Jonathan Herdioko selaku dosen pembimbing selalu memotivasi serta mengarahkan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Singgih Santoso selaku dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

5. Iwi, Yuned, dan Nadya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam hidup penulis.
6. Bapak Dian dan Mama Dian, Bapak Intan dan Mama Intan, Bapak Aldy dan Mama Aldy, Bapak Yudis dan Mama Yudis yang selalu memberikan dukungan moril dan materil.
7. Komunitas Gailar Yogyakarta yang menjadi wadah belajar organisasi dan belajar saling berbagi sesama keluarga.
8. Gerakan Mahasiswa Kristen Indonesia Cabang Yogyakarta yang menjadi wadah belajar menjadi seorang pemimpin yang melayani sesama. Ut Omnes Unum Sint.
9. Teman – teman di Kampus UKDW khususnya jurusan manajemen yang selalu bersama dalam suka dan duka perkuliahan sampe lulus.
10. Seluruh sodara, teman, sahabat yang selalu membantu baik secara moril dan materi selama Saya di Yogyakarta.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pernyataan keaslian.....	iv
Halaman Pengesahan.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstraksi.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Batasan Masalah.....	4
1.6. Waktu Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.2. Filosofi Pemasaran.....	7
2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.4. Konsep Kepuasan Konsumen.....	10
2.5. Ketidakpuasan Konsumen.....	12
2.6. Metode Pengukuran Konsumen.....	14
2.7. Perilaku Konsumen.....	15
2.8. Marketing Mix.....	16
2.9. Pengembangan Hipotesis.....	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Data.....	22
3.2. Populasi dan Sampel.....	22
3.3. Variabel dan Pengukurannya.....	24
3.4. Model Statistik dan Uji Hipotesis.....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Statistik Deskriptif.....	33
4.2. Hasil Pengolahan Data.....	33
4.3. Analisis Prosentase.....	36
4.4. Indeks Kepuasan Konsumen.....	40

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

5.1. Kesimpulan.....	54
----------------------	----

5.2. Saran..... 55

DAFTAR PUSTAKA..... 56

LAMPIRAN

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas untuk instrumen bagian kepentingan.....	34
Tabel 4.2.	Hasil Uji Validitas untuk instrumen bagian kinerja.....	35
Tabel 4.3.	Hasil Uji Reabilitas Bagian Kepentingan dan Kinerja.....	36
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.5.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.6.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	38
Tabel 4.7.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.8.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Tabel 4.9.	Hasil Tingkat Kepentingan.....	41
Tabel 4.10.	Urutan Tingkat Kepentingan.....	43
Tabel 4.11.	Hasil Tingkat Kepuasan.....	45
Tabel 4.12.	Urutan Tingkat Kepuasan.....	47
Tabel 4.13.	Indeks Kepuasan Konsumen per Atribut.....	50
Tabel 4.14.	Keterangan Hasil Indeks Kepuasan Konsumen.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	11
Gambar 2.2.	Alternatif Tindakan Konsumen Akibat Ketidakpuasan.....	13
Gambar 2.3.	Konsep Penelitian.....	20
Gambar 4.1.	Indeks Kepuasan Konsumen.....	49

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Uji Validitas Prosentase Profil
- Lampiran 5 Uji Analisis Indeks Kepuasan Konsumen
- Lampiran 6 Surat Ijin BAPPEDA

©UKDW

ABSTRAK

Bisnis Jasa Lapangan Futsal di Yogyakarta semakin berkembang pesat karena Yogyakarta adalah sebuah Kota Pelajar sehingga terdapat begitu banyak anak muda yang melanjutkan sekolahnya di Yogyakarta. Anak muda merupakan pasar utama dari Bisnis Jasa Lapangan Futsal. Jasa Futsal “Arena” merupakan salah satu Jasa Futsal yang berada di Yogyakarta yang mempunyai fasilitas yang baik. Dengan perkembangan bisnis Futsal yang semakin tinggi tentunya persaingan mendapatkan dan memuaskan konsumen sangatlah penting untuk meraup keuntungan dari bisnis tersebut. Dalam penelitian ini difokuskan pada factor marketing mix yang terdiri dari Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place) dan Promosi (Promotion).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah konsumen merasa puas terhadap pelayanan pada jasa futsal “Arena”, Yogyakarta dan variabel apa yang paling dirasa puas oleh konsumen. Untuk mengetahui hasil dari penelitian tersebut digunakan Analisa Indeks Kepuasan Konsumen. Analisis prosentase juga dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa konsumen merasa puas pada pelayanan jasa futsal “Arena”, Yogyakarta dan dari variabel produk, harga, tempat dan promosi didapatkan variabel produk dalam hal ini Lapangan yang paling memuaskan bagi konsumen.

Kata Kunci :Produk, Harga, Tempat, Promosi

ABSTRACT

Business Service Footstall Area in Yogyakarta increasingly grows because Yogyakarta is student's area so that there are many of younger who continue their study in Yogyakarta. Younger is the main market from Business Service Footstall Area. Footstall Service "Arena" is one of Footstall Service in Yogyakarta which has good facilities. With the development of the higher Footstall business the competition must obtain and satisfy consumers is essential to reap the benefits of the business. In this research focused on the factor marketing mix such as Product, Price, Place and Promotion.

This research conducted to determine whether the consumers are satisfied with the services on service footstall "Arena", Yogyakarta and what the variables are most felt satisfied by the consumer. To find out the result from this research used the analysis of Customer Satisfaction Index. The analysis was also performed to determine the percentage of respondents' characteristics. From the results of these studies it is known that consumers are satisfied with the services footstall "Arena", Yogyakarta and from the variable product, price, place and promotion product variables obtained in this field are the most satisfying for consumers.

Key words: Product, Price, Place, Promotion

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis futsal di Indonesia saat ini sangat pesat. Futsal seakan menjadi pilihan yang tepat ketika sempitnya lahan di kota-kota besar untuk membangun lapangan sepak bola yang besar. Selain itu, olah raga futsal semakin digemari sejak masuknya olah raga ini pada tahun 2002 di Indonesia. Melihat akan peluang ini, banyak orang yang tertarik untuk membuka usaha penyewaan lapangan futsal, terutama di kota-kota besar di Indonesia.

Yogyakarta merupakan salah satu kota besar di mana banyak mahasiswa yang melanjutkan studi di Yogyakarta. Banyaknya mahasiswa, pelajar dan pemuda di Yogyakarta juga merupakan peluang untuk berbisnis dengan target pasar sasaran kaum muda. Futsal menjadi salah satu pilihan bisnis yang cukup menjanjikan mengingat para kaum muda banyak menggemari sepak bola khususnya futsal. Ditambah lagi futsal merupakan cabang olah raga yang sedang trend di kalangan kaum muda.

Bisnis futsal di Yogyakarta berkembang cukup pesat, ini bisa dilihat dengan cukup banyaknya tempat penyewaan lapangan futsal di Kota Yogyakarta seperti “Arena” futsal, Tifosi futsal, Telaga futsal, Next futsal, Pele futsal, dan lain-lain. Dengan banyaknya tempat penyewaan lapangan futsal di Yogyakarta, tentunya membuat persaingan bisnis penyewaan lapangan futsal semakin kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasaran tersendiri untuk dapat memenangkan persaingan dalam menarik minat konsumen untuk menyewa lapangan futsal.

Olah raga futsal merupakan salah satu olah raga sepak bola yang pemainnya beranggotakan 5 orang dalam satu tim. Oleh karena pemainnya beranggotakan 5 orang, maka tidak terlalu membutuhkan lapangan yang luas. Lapangan Futsal mempunyai ukuran Internasional: Panjang: 38 m – 42 m, Lebar: 18 m – 22 m. Dengan lahan yang tidak begitu luas untuk membangun sebuah lapangan futsal, maka banyak orang yang berminat untuk membuka usaha penyewaan lapangan futsal.

Salah satu tempat penyewaan lapangan futsal di Kota Yogyakarta yaitu di “Arena” futsal yang ada Jalan Colombo. “Arena” futsal saat ini merupakan salah satu tempat penyewaan futsal yang sangat diminati oleh konsumen. Ini dapat terlihat dari banyaknya konsumen yang menggunakan lapangan futsal Arena setiap hari.

Kepuasan konsumen saat ini menjadi tujuan utama dari sebuah perusahaan karena kepuasan konsumen adalah kunci utama untuk memenangkan persaingan. Perusahaan harus bisa memberikan nilai lebih dari sebuah produk atau jasa agar konsumen bisa merasa puas terhadap suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, penelitian ini menfokuskan pada kepuasan konsumen pada futsal “Arena” sehingga dapat diketahui seberapa besar kepuasan konsumen terhadap jasa futsal “Arena”, Yogyakarta.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan suatu judul penelitian, yaitu :
“KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MARKETING MIX JASA DI LAPANGAN FUTSAL “ARENA”, YOGYAKARTA” .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah konsumen merasa puas pada pelayanan di lapangan futsal “Arena”, Yogyakarta?
- b. Variabel apakah yang paling memuaskan di lapangan futsal “Arena”, Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

- a. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada pelayanan di lapangan futsal “Arena”, Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui variabel yang paling memuaskan di lapangan futsal “Arena”, Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu wadah dalam menerapkan ilmu manajemen yang dipelajari selama kuliah dan melatih untuk berpikir secara ilmiah dengan menganalisa data dari obyek yang akan diamati.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap futsal Arena agar dapat menentukan arah strategi pemasaran yang tepat bagi kemajuan bisnis futsal “Arena”.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat memberikan satu informasi khususnya dalam bidang kualitas pelayanan yang dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan maupun referensi sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

1.5 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti tidak terlalu luas, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut :

- a. Objek masalah yang diteliti adalah Jasa Lapangan Futsal “Arena”, Yogyakarta.
- b. Tempat penelitian di Kota Yogyakarta
- c. Responden adalah masyarakat Kota Yogyakarta yang pernah bermain menggunakan lapangan futsal “Arena” yang berjumlah 100 orang
- d. Variabel yang diteliti adalah :
 1. Produk pada futsal Arena
 - (i.1) Lapangan
 - (i.2) Jaring Pembatas lapangan
 - (i.3) Gawang
 - (i.4) Jaring gawang
 - (i.5) Bola
 - (i.6) Parkiran
 - (i.7) Ruang ganti
 - (i.8) Pelayanan Kasir

- (i.9) Pantry/pelayanan minuman
- 2. Harga pada futsal Arena
 - (ii.1) Kompetitif
 - (ii.2) Terjangkau
- 3. Tempat pada futsal Arena
 - (iii.1) Tempat yang strategis
 - (iii.2) Mudah dijangkau
- 4. Promosi pada futsal Arena
 - (iv.1) Radio
 - (iv.2) Koran
 - (iv.3) Brosur
 - (iv.4) Word of mouth

1.6. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November-Desember 2012.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden yang menggunakan jasa lapangan futsal "Arena", Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil pengolahan data, responden yang paling dominan dari konsumen Jasa Futsal "Arena", Yogyakarta adalah jenis kelamin pria, usia 21-25 tahun, mempunyai pekerjaan sebagai mahasiswa, dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat, dan mempunyai pendapatan >Rp. 750.000 – Rp. 1.500.000.
- b. Berdasarkan hasil dari pengolahan data pada bagian IKK diperoleh hasil sebesar 267.457. Letak posisi indeks kepuasan konsumen pada skala terletak pada range antara interval Puas. Dengan demikian hipotesis bahwa konsumen merasa puas terhadap atribut Jasa Futsal "Arena", Yogyakarta, terbukti.
- c. Berdasarkan hasil dari pengolahan data pada bagian IKK diperoleh IKK terbesar adalah atribut Lapangan dengan hasil sebesar 18,9189. Dengan demikian hipotesis bahwa variabel yang paling memuaskan yaitu variabel produk dalam hal ini lapangan, terbukti.

5.2. Saran

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

Konsumen merasa puas terhadap pelayanan dari Jasa Futsal "Arena", Yogyakarta dan variabel yang dirasa puas oleh konsumen adalah variabel produk dalam hal ini Lapangan. Jasa lapangan futsal "Arena", Yogyakarta harus terus meningkatkan kualitas produk karena berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap Jasa Lapangan Futsal "Arena", Yogyakarta dan atribut yang paling dirasakan kepuasannya berdasarkan hasil penelitian adalah atribut Produk dalam hal ini Lapangan. Dengan ditingkatkannya kualitas Produk maka konsumen akan selalu mendapatkan kepuasan ketika menggunakan Jasa Lapangan Futsal dan tentunya akan terus menggunakan Jasa Futsal "Arena", Yogyakarta.

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel eksternal yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti adanya cafe yang berdekatan atau satu lokasi dengan Jasa Lapangan Futsal karena ada kemungkinan faktor eksternal tersebut juga mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa futsal.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saefuddin. 1986. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Engel F, James, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi VI. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa. Alexander Sindoro. Jilid 1. Edisi kesembilan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prebalindo.
- Kotler Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip, dan Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan. 2004. *Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. 2004. *Statistika Untuk Penelitiin*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi I. Cetakan 3. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.