

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS LAPANGAN,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
SEWA LAPANGAN BULUTANGKIS
(Studi Kasus Pengguna GOR REVBIL Majenang)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**ARVINDA DWIYATI
NIM. 214110201049**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF.K.H. SAIFUDDIN
ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arvinda Dwiwati

NIM : 214110201049

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Bulutangkis (Studi Kasus Pengguna GOR REVBIL Majenang)

Menyatakan bahwa naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 11 April 2025

Saya yang menyatakan,



Arvinda Dwiwati

NIM. 214110201049



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS LAPANGAN, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN SEWA LAPANGAN BULUTANGKIS (STUDI
KASUS PENGGUNA GOR REVIL MAJENANG)

Yang disusun oleh Saudara **Arvinda Dwiwati** NIM 214110201049 Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 07 Mei 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Hj. Rahmini Hadi, S.E.M.Si
NIP. 197501224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Maghfirah, S.E.Sy., M.E.
NIP. 199850601 202012 2 009

Pembimbing/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M. Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Purwokerto, 14 Mei 2025
Mengesahkan

Dekan,



Prof. Dr. H. Jantol Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Arvinda Dwiwati NIM 214110201049 yang berjudul:

Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Sewa Lapangan Bulutangkis GOR REVBIL (Studi Kasus Pengguna GOR REVBIL Majenang)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 11 April 2025

Pembimbing,



Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.

NIP. 19881003 20190303 1 015

MOTTO

“Love is important but the future is more important”

“(Cinta itu memang penting tetapi masa depanlah yang lebih penting)”

“Jangan takut untuk bermimpi lakukan yang terbaik menurut kata hatimu, lalu wujudkan dengan OPTIMIS. *BE YOUR SELF!* SEMANGATT!!!

-Penulis-



PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS LAPANGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN SEWA LAPANGAN BULUTANGKIS

(Studi Kasus Pengguna GOR REVBIL Majenang)

Arvinda Dwiwati
NIM.214110201049

E-mail: dwiwatiarvinda@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Tingginya minat masyarakat terhadap olahraga, khususnya bulutangkis, mendorong perkembangan usaha penyewaan lapangan di berbagai daerah, termasuk GOR Revbil Majenang. Meskipun banyak lapangan yang tersedia, keputusan masyarakat untuk menyewa tidak semata-mata didasarkan pada harga yang ditawarkan, tetapi juga dipengaruhi oleh kelengkapan fasilitas dan kualitas pelayanan yang dirasakan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena yang terjadi, dimana sekalipun harga sewanya tidak termasuk paling murah, minat keputusan sewa pengguna tetap tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menyewa tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh fasilitas dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang, sekaligus menanggapi hasil studi sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna GOR Revbil. Data diperoleh melalui penyebaran kuisisioner, yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Sebelumnya, dilakukan uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan data. Kemudian, uji hipotesis dilakukan dengan uji t (persial) dan uji f (simultan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial maupun simultan, persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 63,5% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan tingkat minat sewa secara kuat, sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, Kualitas Pelayanan, Keputusan Sewa GOR Revbil Majenang.

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, FIELD FACILITIES AND SERVICE QUALITY ON THE DECISION TO RENT A BADMINTON COURT

(Case Study of REVBIL Majenang Sports Hall Users)

Arvinda Dwiwati
NIM. 214110201049

Email: dwiwatiarvinda@gmail.com

Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University (UIN) Prof. K H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The high public interest in sports, especially badminton, has encouraged the development of field rental businesses in various regions, including GOR Revbil Majenang. Although there are many fields available, people's decisions to rent are not solely based on the price offered, but are also influenced by the completeness of the facilities and the quality of service perceived. This study was motivated by a phenomenon that occurred, where even though the rental price was not the cheapest, the interest in user rental decisions remained high. This shows that the decision to rent is not only determined by price, but also by the facilities and quality of service offered. This study was conducted to determine the extent to which the perception of price, field facilities and service quality influenced the decision to rent a badminton field at GOR Revbil Majenang, as well as responding to the results of previous studies.

This study uses a quantitative approach with a purposive sampling technique. The sample used was 100 respondents who were users of GOR Revbil. Data were obtained through questionnaires, which were then analyzed using multiple linear regression. Previously, validity, reliability, and classical assumption tests were carried out to ensure the feasibility of the data. Then, hypothesis testing was carried out using the t-test (partial) and f-test (simultaneous).

The results of the study indicate that partially and simultaneously, price perception, field facilities and service quality have a positive and significant effect on rental interest. The coefficient of determination (R-) value of 63.5% indicates that the three variables are able to explain the level of rental interest strongly, while the remaining 36.5% is influenced by other factors outside this research model.

Keywords: Influence of Price Perception, Field Facilities, Service Quality, Rental Decision of GOR Revbil Majenang.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	’	apostrof
ي	ya	y	Ye

2. Konsonana Rangkap karena syaddah ditulis lengkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’marbuthah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya</i> ”
----------------	---------	----------------------------

- b. Bila ta” marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jahiliyyah
2.	Fathah + ya’ mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	tansā
3.	Kasrah + ya’ mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	furūd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya” mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum

2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a''antum
أعدت	Ditulis	u''iddat

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyas
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-sama
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furūd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah Swt. Yang telah mencurahkan segala kenikmatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Sewa Lapangan Bulutangkis GOR Revbil Majenang (Studi Kasus Pengguna GOR REVBIL Majenang)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Yang kita semua nanti-nantikan penuh dengan harapan mendapatkan limpahan syafa'atnya besok di *Yaumul Qiyamah, Amin Ya Rabbal'alamin.*

Dalam penulisan skripsi ini, penulisan menyadari bahwa tidak lepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut mensukseskan selesainya skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Ahmad Dahlan , M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Sochimim, selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Kepada Bapak Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud. selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang senantiasa memberikan waktu serta arahan, masukan, motivasi dan memudahkan penulis selama masa bimbingan, sehingga skripsi ini bisa selesai. Semoga beliau senantiasa sehat dan mendapat perlindungan dari Allah Swt. atas segala kebaikan yang beliau berikan.
8. Kepada Ibu Fisit Suharti S.E,Sy.,M.E selaku Ibu dosen yang telah berkenan direpotkan untuk memberikan *support*, saran serta selalu *humble* kepada mahasiswanya. Kebaikan dan dedikasi Ibu menjadi inspirasi bagi saya untuk terus belajar dan berkembang. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, serta kesuksesan dalam setiap langkah yang ditempuh.
9. Segenap Dosen, Staff, Tata Usaha dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Superhero dan panutanku, Ayahanda Tukiyat Hallal, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
11. Kepada pintu surgaku, Ibu Yumiyati. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi. Beliau tidak pernah henti memberikan dukungan dan semangat, serta doa yang selalu mengiringi langkahku. Saya yakin 100% bahwa doa Ibu telah menjadi penguat untuk penulis, dan beliau juga adalah salah satu tujuan penulis untuk mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
12. Kepada kakak saya, Muhammad Akbar Saputra terima kasih atas setiap dukungan dan momen, baik itu canda atau bahkan perbedaan diantara kakak dan adik. Semua itu tetap menjadi bagian dari keluarga ini dan dari proses yang membentukku hingga sampai dititik ini dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
13. Terima kasih untuk keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun material.
14. Kepada teman-teman dekat satu kamar saya dipondok pada saat itu, Nisa Nafingah, Tri Septi Utami, dan Nuriyyatul Huda Masyhudi. Terima kasih sudah

pernah menjadi bagian dari semangat penulis. Sukses dan sehat selalu untuk kalian.

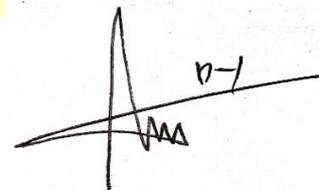
15. Teruntuk teman dekat saya, Alya Kholda Mahasin. Yang telah mendengarkan keluh kesah penulis selama ini, dan memberikan segala *support* yang telah diberikan kepada saya. Terima kasih karena sudah mampu bertahan hingga akhir, terima kasih atas petualangan hebat hampir selama 4 tahun ini. Sukses selalu besti.
16. Kepada teman-teman dekat saya di organisasi maupun di kampus bahkan sebagai rekan tim lomba yaitu Umi Amalia Nurul Hidayah, Fianandita Pradhanti, dan Rizka Aulia Saadah. Terima kasih atas kebersamaan, partner diskusi, perjuangan dalam akademik, dan dukungan yang selalu kalian berikan kepada penulis. Semangat dan sukses selalu kawan.
17. Untuk teman seperjuanganku di kelas Ekonomi Syariah-E angkatan 2021 sebut saja temen-temen alien's. Terima kasih atas kebersamaan dalam menimba ilmu, saling berbagi pengalaman, serta menciptakan kenangan indah selama masa studi S1. Kehangatan dan semangat yang kalian berikan menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik saya. *See you on top guys*.
18. Terima Kasih untuk teman satu kamar saya di kos, Nazalia. Yang selalu menghadirkan tawa dan mencairkan suasana. Kehadiranmu membuat hari-hari penulis lebih ringan dan menyenangkan. Terus bahagia dan sukses selalu ya.
19. Teruntuk seseorang yang masih menjadi rahasia belum diketahui namanya namun sudah tertulis di *Lauhul Mahfuz*. Terima kasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, sebagai upaya memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu dibelahan bumi mana, tapi Tugas Akhir ini menjadi bukti bahwa selama studi dan selama penulisan Tugas Akhir, penulis tidak menemani dan tidak ditemani oleh laki-laki manapun. Penulis yakin bahwa segala sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita entah bagaimanapun caranya. Sampai bertemu dihari baik itu dan di versi terbaik kita masing-masing.

20. Terima Kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
21. *Last but not least*. Terima Kasih untuk Arvinda Dwiwati, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Terima Kasih sudah menjadi anak bungsu yang kuat sebagai harapan terakhir orang tua. Terima Kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan dirimu sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dimanapun kamu berada. Rayakan selalu kehadiranmu jadilah bersinar dimanapun kamu menginjakkan kaki.

Semoga Allah Swt. Senantiasa melimpahkan karunia dan rahmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala keterbatasan yang ada serta sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Masukan yang diberikan diharapkan dapat membantu dalam penyempurnaan penelitian ini, sehingga dapat lebih bermanfaat, tidak hanya bagi penulis sendiri tetapi juga bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 11 April 2025



Arvinda Dwiwati

NIM. 214110201049

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	11
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEOI	14
A. Kajian Pustaka	14
B. Kajian Teori	24
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	24
2. Keputusan Sewa.....	26
3. Persepsi Harga.....	27
4. Fasilitas	29
5. Kualitas Pelayanan.....	30
C. Landasan Teologis	32
1. Keputusan Sewa dalam Perspektif Islam	32
2. Persepsi Harga dalam Perspektif Islam.....	32
3. Fasilitas dalam Perspektif Islam	33
4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	34
D. Kerangka Konseptual	36
E. Rumusan Hipotesis Penelitian	36

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	43
D. Variabel dan Indikator Penelitian	44
1. Variabel Penelitian	44
2. Indikator Penelitian	45
E. Pengumpulan Data Penelitian	47
1. Sumber Data.....	47
2. Teknik Pengumpulan Data	47
3. Analisis Data Penelitian	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	55
1. Sejarah GOR Revbil Majenang	55
2. Visi dan Misi GOR Revbil Majenang	56
B. Karakteristik Responden	57
1. Jenis Kelamin.....	57
2. Usia	58
3. Jenis Pekerjaan	59
4. Tingkat Penggunaan Dalam Menyewa	59
C. Hasil Analisis Data	60
1. Transformasi Data dari Ordinal ke Interval	60
2. Hasil Uji Instrumen.....	63
3. Uji Asumsi Klasik	66
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	71
4. Uji Hipotesis	72
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	2
Tabel 1. 2.....	3
Tabel 2. 1.....	18
Tabel 3.1.....	43
Tabel 3.2.....	45
Tabel 3.3.....	48
Tabel 4. 1.....	57
Tabel 4. 2.....	58
Tabel 4. 3.....	59
Tabel 4. 4.....	60
Tabel 4. 5.....	64
Tabel 4. 6.....	66
Tabel 4. 7.....	68
Tabel 4. 8.....	68
Tabel 4. 9.....	70
Tabel 4. 10.....	71
Tabel 4. 11.....	73
Tabel 4. 12.....	75
Tabel 4. 13.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1.....	67
Gambar 4. 2.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban
- Lampiran 4 : Transformasi Data dengan menggunakan Metode Suksensif Interval
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 : Bukti Penyebaran Kuisisioner
- Lampiran 10: Surat Izin Observasi/ Riset
- Lampiran 11 : Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 12 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 13 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 14 : Sertifikat PPL
- Lampiran 15 : Sertifikat KKN dan PPL
- Lampiran 16 : Surat Keterangan Lulus Sempro
- Lampiran 17 : Surat Keterangan Lulus Komprehensif
- Lampiran 18 : Daftar Riwayat Hidup

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan melalui olahraga mendorong masyarakat untuk memanfaatkan berbagai fasilitas olahraga, salah satunya yaitu lapangan bulutangkis. Olahraga bulutangkis diminati oleh berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orangtua, baik itu perempuan maupun laki-laki. Aktivitas olahraga ini juga fleksibel karena dapat dilakukan baik di dalam maupun luar ruangan. Tingginya minat terhadap bulutangkis menarik perhatian banyak pelaku usaha untuk membuka bisnis penyewaan lapangan bulutangkis. Selain kesadaran dalam berolahraga meningkat, bulutangkis adalah jenis permainan yang banyak disukai dan diminati banyak kalangan. Tidak heran banyak bermunculan usaha-usaha baru di bidang jasa penyewaan lapangan bulutangkis ini di daerah-daerah sekitar kita (Adhi Widyakto & Yogi Prima Putra, 2023).

Menurut Gronroos (1984), jasa merupakan suatu rangkaian aktivitas atau proses yang bersifat tidak berwujud. Aktivitas ini biasanya berlangsung melalui interaksi langsung antara pihak-pihak yang terlibat, seperti antara penyedia jasa dan konsumen. Dalam konteks ini, jasa tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang nyaman dan baik bagi setiap konsumen atau pengguna jasa tersebut (Warsito et al., 2020).

Jasa penyewaan adalah bisnis yang menyewakan barang atau jasa untuk sementara waktu kepada penyewa atau pelanggan. Ini terutama berlaku dalam bisnis penyewaan lapangan olahraga, dimana pemilik usaha memperoleh keuntungan dari penyewaan sementara oleh pelanggan (Febriana Sulistya Pratiwi., 2022).

Kecamatan Majenang yang terletak di Cilacap Barat, telah berkembang menjadi pusat perekonomian yang signifikan di wilayah

tersebut. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, Kecamatan Majenang memiliki populasi sebanyak 143.101 jiwa (Febriana Sulistya Pratiwi., 2022). Salah satu sektor yang turut berkontribusi dalam ekonomi lokal adalah penyediaan fasilitas olahraga, termasuk penyewaan lapangan bulutangkis. Salah satu GOR (Gedung Olahraga) yang populer di Majenang yaitu GOR Revbil, yang didirikan pada tahun 2019.

Tingginya minat masyarakat terhadap bulutangkis telah mendorong pengusaha lokal untuk melihat peluang bisnis dalam penyewaan lapangan bulutangkis. Di sisi lain, penyedia jasa GOR Revbil juga berkontribusi pada pergerakan ekonomi lokal, baik melalui penyewaan lapangan maupun dalam membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Berikut data pertumbuhan penyedia jasa penyewaan lapangan bulutangkis di Kecamatan Majenang:

Tabel 1. 1
Penyedia Jasa Penyewaan Lapangan Bulutangkis
di Kecamatan Majenang Tahun 2023

No	Nama Lapangan Bulutangkis	Tahun Berdiri
1	GOR Pemda Sindangsari	1998
2	GOR Serbaguna	2009
3	GOR Benda	2017
4	GOR Adem Ayam	2022
5	GOR Revbil	2019
6	GOR Global Sport	2022
7	GOR Naga	2015

Sumber: Data Primer, Lapangan 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa banyaknya pertumbuhan pesaing usaha penyedia lapangan bulutangkis di Kecamatan Majenang mengalami kenaikan setiap tahunnya dimulai pada tahun 2015 yang mana kenaikan jumlah pesaing semakin meningkat hingga tahun 2022.

Tabel 1. 2
Harga Penyewaan Lapangan Bulutangkis Majenang Tahun 2024

No	Nama Lapangan Bulutangkis	Harga
1	GOR Pemda Sindangsari	Rp. 25.000/jam
2	GOR Serbaguna	Rp. 25.000/jam
3	GOR Benda	Rp. 25.000/jam
4	GOR Adem Ayam	Rp. 25.000/jam
5	GOR Revbil	Rp. 30.000/jam
6	GOR Global Sport	Rp. 30.000/jam
7	GOR Naga	Rp. 30.000/jam

Sumber: Data Primer, Lapangan 2024

Dilihat dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga penyewaan lapangan bulutangkis relatif sama, dengan harga sewa di beberapa GOR di Majenang berkisar dari Rp. 25.000 hingga Rp. 30.000 per jam. Pelanggan memilih untuk menyewa lapangan karena harga. Seorang konsumen melakukan keputusan pembelian ketika mereka membeli barang atau jasa yang mereka sukai. Elemen termudah dalam penjualan barang atau jasa adalah harga.

Keputusan konsumen adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa (M. Mudavi Al-Haqqi et al., 2021). Dalam konteks sewa lapangan, keputusan ini mencerminkan proses evaluasi terhadap berbagai alternatif berdasarkan faktor seperti persepsi harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan.

Harga merupakan ukuran moneter atau bentuk ukuran lain yang menunjukkan nilai barang atau jasa yang ditukar untuk memperoleh hak kepemilikan atas barang atau jasa tersebut. Berbeda dengan komponen bauran lainnya, harga adalah satu-satunya elemen yang secara langsung menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. (Anggraeni, 2022). Sebagai indikator yang melekat pada barang atau jasa, harga menjadi aspek penting dalam penawaran produk atau layanan.

Menurut Kotler, P., & Keller (2012) Persepsi harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen. Sementara itu, (Schiffman, L dan Kanuk, 2018) menyatakan bahwa persepsi harga merupakan pandangan atau pemahaman konsumen terhadap harga tertentu, baik itu dianggap mahal, murah, atau sesuai, yang memiliki dampak besar pada niat dan kepuasan mereka. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman pribadi, tingkat pendapatan, kebutuhan serta referensi lingkungan sosial dan ekonomi masing-masing individu. Persepsi harga bukan hanya sekedar angka nominal, tetapi juga merupakan hasil dari interpretasi subjektif yang terbentuk berdasarkan kondisi dan latar belakang individu.

Pengguna dalam memutuskan menyewa lapangan bulutangkis, cenderung mempertimbangkan apakah harga sewa yang ditetapkan sesuai dengan yang didapatkan atau tidak dari segi fasilitas maupun kualitas pelayanan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga yang positif dapat mendorong keputusan konsumen dalam menggunakan jasa sewa. Namun, jika harga sewa dianggap terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh, maka konsumen akan ragu atau bahkan mengurungkan niatnya untuk menyewa.

Kondisi ini juga dapat dipengaruhi oleh situasi keuangan pengguna. Jika pengguna sedang berada dalam kondisi berhemat, maka mereka cenderung mencari harga sewa yang lebih murah tanpa terlalu memperhatikan fasilitas maupun kualitas pelayanan yang ditawarkan. Namun, jika pengguna tidak sedang berhemat atau memiliki alokasi dana yang cukup, maka aspek fasilitas dan kualitas menjadi prioritas utama dalam pengambilan keputusan, bahkan tanpa terlalu mempermasalahkan harga yang ditetapkan. Dimana keputusan pengguna dipengaruhi oleh persepsi harga dan kondisi finansial masing-masing. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga jasa dengan tepat agar pengguna tertarik dan mau menyewa lapangan tersebut, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Selain itu, harga harus menjadi faktor penentu oleh pengguna sebagai patokan perbandingan (Nabila, 2024).

Yusuf Qardhawi mengatakan, “Penentuan harga mempunyai dua bentuk ada yang boleh dan juga haram”. Menurut M. Birusman Nuryadin, puncak permintaan dan penawaran dalam menentukan harga harus terjadi dalam keadaan ikhlas sama ikhlas atau tanpa adanya paksaan dari satu pihak (Ausha, 2022).

Pada penelitian Adhi widyacto dan Yogi Prima, variabel harga, memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih lapangan bulutangkis PB SABA Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kompetitif atau sesuai dengan harga yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan dalam menyewa lapangan (Adhi Widyacto & Yogi Prima Putra, 2023). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ni luh Putu dkk, menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga variabel persepsi harga bukanlah salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan Hotel di Bali, banyak pelanggan yang memilih Hotel di Bali berdasarkan pertimbangan pribadi dan preferensi mereka (Apriliani et al., 2022).

Kemudian fasilitas juga faktor penting dalam pengambilan keputusan. Fasilitas dapat mempengaruhi perilaku, keputusan dan kepuasan seseorang dalam menggunakan suatu layanan atau tempat. Fasilitas yang dimaksud meliputi segala aspek fisik dan non-fisik yang disediakan oleh penyedia layanan untuk mendukung kenyamanan (Maula Famungka & Ida Martini Alriani, 2023). Oleh karena itu, jika fasilitas mendukung kenyamanan dan kebutuhan penyewa sesuai dengan ekspektasi pengguna, penyedia layanan dapat menciptakan pengalaman positif yang mendorong pengguna untuk menyewa maka keputusan sewa cenderung meningkat. Sebaliknya, fasilitas yang kurang memadai dapat menurunkan tingkat kepuasan dan menghambat niat dalam mengambil keputusan seseorang untuk menyewa kembali.

GOR Revbil Majenang menyediakan berbagai fasilitas yang berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan menarik minat Masyarakat untuk berolahraga. Fasilitas fisik yang ada, seperti dua

lapangan bulutangkis, ruang ganti, mushola, toilet, tribun penonton, kantin dan area parkir untuk berkontribusi dalam menciptakan lapangan yang nyaman dan mendukung bagi para pengguna. Pemain yang merasa aman dan nyaman dilapangan cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan minat keputusan mereka untuk terus menyewa lapangan.

GOR Revbil selain menyediakan fasilitas penyewaan lapangan bulutangkis, juga menawarkan berbagai layanan lain yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk acara-acara lain, seperti acara pernikahan, rapat dan seminar. Tempat ini memiliki area yang cukup luas sehingga dapat digunakan untuk berbagai jenis acara. Dengan begitu, GOR Revbil menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat yang membutuhkan tempat multifungsi, baik untuk olahraga maupun acara-acara penting lainnya. Penyewa dapat mengandalkan GOR ini untuk keperluan yang beragam tanpa harus mencari tempat terpisah untuk setiap kegiatan, sehingga sangat praktis bagi mereka yang ingin mengadakan acara di satu tempat yang serba guna. Secara keseluruhan, ketersediaan dan fasilitas di GOR Revbil Majenang memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi pengguna terhadap nilai yang ditawarkan oleh GOR tersebut.

Oleh karena itu, fasilitas yang lengkap mendorong keputusan sewa pengguna untuk menyewa lapangan olahraga tersebut. Peneliti menunjukkan bahwa sikap dan perilaku pengguna yang berkaitan dengan olahraga dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap lingkungan fisik yang diciptakan di fasilitas olahraga. Gelanggang olahraga sering digunakan bersama sebagai tempat yang paling disukai orang untuk berolahraga (Santacruz Lozano et al., 2021).

Berdasarkan pada penelitian Rida Melfia, diperoleh hasil bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. Artinya, semakin baik dan memadai fasilitas yang disediakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas keputusan pembelian yang dilakukan (Melfia, 2021). Namun

tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Apriliani dkk, memperoleh hasil bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ini mengindikasikan bahwa meskipun fasilitas merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan keputusan pelanggan, keberadaannya belum tentu menjadi penentu utama dalam membentuk kepuasan, tergantung pada situasi dan kebutuhan pengguna jasa (Apriliani et al., 2022).

Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui produk dan jasa yang ditawarkan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan memiliki penilaian yang positif sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengguna yang pada akhirnya mendorong keputusan mereka untuk menyewa kembali. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai harapan seperti kurang responsif, layanan kurang ramah dan lainnya, maka dapat menimbulkan kekecewaan yang berdampak pada rendahnya minat sewa dalam mengambil keputusan. Kualitas pelayanan diukur dari sejauh mana terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang mereka alami. Dalam konteks ini, penilaian atau sikap konsumen terhadap pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan mereka.

Mehilda et al., (2021) juga menekankan bahwa kualitas pelayanan merupakan elemen krusial bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan bisnis. Namun, perusahaan kerap mengabaikan aspek ini karena lebih fokus pada promosi atau harga, padahal kualitas pelayanan justru sangat berpengaruh terhadap tingkat keputusan dan kepuasan bahkan sampai tahap loyalitas pengguna.

Untuk itu sebagai pengusaha, harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan karena konsumen adalah tujuan utama. Setiap bisnis diwajibkan memberikan fasilitas dan pelayanan yang jauh lebih baik dari pesaingnya agar pelanggan lebih tertarik dengan apa yang diberikan perusahaan kepada mereka. Jika pelanggan puas dengan layanan dan

fasilitas lapangan, mereka akan terus menyewa lapangan dan menjadi pelanggan setia GOR Revbil Majenang.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurnaeli dkk, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang responsif, ramah, tepat waktu, serta sesuai dengan harapan pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan (Cupiadi & Fadhilah, 2023). Namun tidak selaras dengan penelitiannya Cendikia Rohadatul Aisy & Novie Andriani Zakariya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya, meskipun kualitas pelayanan yang diberikan baik, hal tersebut tidak secara langsung memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli. Hasil ini mengindikasikan bahwa ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Aisy & Zakariya, 2024)

Salah satu pendekatan atau teori yang digunakan untuk memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, termasuk dalam konteks keputusan menyewa lapangan atau menggunakan suatu layanan, adalah Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior* atau TPB). Teori ini dikembangkan oleh Ajzen dan menyatakan bahwa perilaku individu muncul karena adanya niat (intensi) untuk melakukan perilaku tersebut. Niat tersebut dibentuk oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Yuliana et al., 2022). Sikap terhadap perilaku merujuk pada sejauh mana individu memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku tertentu. Norma subjektif merupakan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku mencerminkan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan atau kendali dalam melaksanakan perilaku tersebut.

Hasil pengamatan dan wawancara yang sebelumnya telah dilakukan, lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang rata-rata banyak dikunjungi pada jam 14.00-17.30 dan 19.30-22.30 setiap harinya kecuali hari minggu pagi pada jam 08.00-11.30. Pengguna yang melakukan penyewaan terdiri dari pelajar, pegawai atau masyarakat umum lainnya. Peneliti juga melakukan wawancara terhadap 10 orang pengguna GOR Revbil Majenang. Responden terdiri dari berbagai kalangan, yaitu 5 orang pelajar, 2 orang pegawai swasta, dan 3 orang masyarakat umum yang secara rutin menggunakan fasilitas GOR tersebut. Tujuan wawancara ini adalah untuk menggali persepsi mereka terkait tiga faktor utama yang memengaruhi keputusan sewa, yaitu harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan.

Hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai harga sewa lapangan di GOR Revbil tergolong wajar dan masih terjangkau, meskipun ada perbedaan dengan GOR lain yang mematok tarif lebih rendah, yakni sekitar Rp25.000 per jam. GOR Revbil sendiri mematok tarif Rp30.000 per jam, tanpa perbedaan antara jam siang maupun malam. Para pelajar umumnya menyatakan harga tersebut tetap bisa terjangkau karena mereka biasa menyewa secara patungan bersama teman-teman.

Dari sisi fasilitas, 7 dari 10 responden merasa puas dengan kondisi lapangan yang bersih, pencahayaan yang memadai, dan adanya tempat duduk untuk menunggu giliran bermain. Namun demikian, beberapa pengguna, terutama dari kalangan masyarakat umum dan pegawai, menyampaikan catatan bahwa kebersihan kamar mandi perlu ditingkatkan. Meski demikian, fasilitas inti seperti lantai lapangan dan jaring/net masih dinilai baik dan aman digunakan.

Dalam hal kualitas pelayanan, 9 dari 10 responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola tergolong baik, ramah, dan cepat tanggap. Komunikasi yang dilakukan melalui *WhatsApp* dianggap efisien dan membantu pengguna dalam memesan jadwal bermain. Beberapa responden, terutama dari kalangan pelajar, menyarankan agar

GOR Revbil mulai menyediakan perlengkapan tambahan yang tidak hanya *shuttlehook* tetapi seperti raket cadangan yang bisa disewa bagi pengguna yang tidak membawa perlengkapan sendiri.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini memberikan gambaran yang lebih mendalam terkait persepsi pengguna terhadap GOR Revbil dari berbagai latar belakang. Temuan ini mendukung hasil observasi sebelumnya dan memperkuat analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat dalam pengambilan keputusan menyewa lapangan, serta dapat dijadikan dasar dalam pengembangan strategi peningkatan layanan usaha sewa lapangan bulutangkis tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, masih terdapat gap yang terjadi di dalam penelitian terdahulu yaitu pada Studi sebelumnya, yang ditulis oleh Nepwi dkk. (2022) hasilnya menunjukkan harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam minat sewa ulang. Akan tetapi dalam penelitian Ni Luh Putu dkk. (2022) menunjukkan bahwa persepsi harga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, perbedaan hasil ini, penulis ingin mengembangkan dan menguji hipotesis ulang pada penelitian sebelumnya khususnya terkait persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Bulutangkis (Studi Kasus Pengguna GOR Revbil Majenang)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi harga terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang?

2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas lapangan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang?
4. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis adanya pengaruh positif dan signifikan dari persepsi harga terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.
- b. Untuk menganalisis adanya pengaruh positif dan signifikan dari fasilitas lapangan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.
- c. Untuk menganalisis adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.
- d. Untuk menganalisis adanya pengaruh positif dan signifikan persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan guna meningkatkan pemahaman pembaca mengenai bagaimana harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan sewa lapangan bulutangkis.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini akan mengembangkan serta memperkaya pengetahuan tentang pengaruh persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis.

2) Bagi Perusahaan

Bagi pengelola GOR Revbil, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan struktur yang dirancang untuk menunjukkan pedoman terkait isu-isu utama pembahasan yang ada dalam skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti akan menjelaskan gambaran umum terkait permasalahan yang akan dilaksanakan yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi penjelasan singkat tentang penelitian yang akan diteliti, yang mencakup latarbelakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas teori-teori yang memuat *Theory of Planned Behavior*, pengaruh persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan, dan juga landasan teologis serta penelitian-penelitian sebelumnya yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian menjelaskan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, serta uji keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab penelitian dan pembahasan ini berisikan tentang hasil dari penelitian yang merujuk pada data ataupun informasi yang ada di lapangan kemudian peneliti menginterpretasikan hasil penelitian. Tujuannya untuk menjawab berbagai pertanyaan yang terdapat dalam penelitian, mengetahui bagaimana agar tujuan dapat tercapai, serta menghubungkan hasil teori yang ada terkait dengan pengaruh persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap minat sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang pernyataan singkat mengenai penelitian yang dilakukan, menyimpulkan temuan yang ada, relevansi dengan tujuan penelitian, serta saran untuk penelitian berikutnya.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka atau *literature review* adalah proses menelaah dan menganalisis penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang dikaji. Tujuannya adalah untuk memahami perkembangan teori, menemukan kesenjangan penelitian, kajian pustaka dilakukan untuk memperoleh referensi yang sepadan atau selaras. Berikut adalah beberapa hasil kajian pustaka yang dianalisis sebagai landasan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Adhi Widyakto dan Yogi Prima Putra (2023). Dengan judul “*Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Bulutangkis PB SABA Semarang*” bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menyewa lapangan bulutangkis. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 96 responden yang merupakan pengguna lapangan PB SABA Semarang. Variabel yang diteliti meliputi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda, disertai dengan pengujian statistik melalui uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyewa lapangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 80,8%. Artinya keputusan konsumen dalam menyewa lapangan dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. Adapun sisanya, sebesar 19,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena menegaskan pentingnya harga, dan kualitas pelayanan dalam menarik minat penyewa.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nepwi Edwo Perdana dan Indah Handaruwati (2022). Dengan judul “*Pengaruh Persepsi Harga Sewa, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Minat Sewa Ulang Lapangan Futsal Pasca*

Pandemi Covid-19” meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penyewa untuk kembali menggunakan layanan pelayanan penyewaan lapangan futsal setelah pandemi. Sampel penelitian terdiri dari 40 orang yang merupakan pemain dan manager tim futsal yang telah melakukan sewa minimal dua kali. Metode penelitian menggunakan survei dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga sewa, lokasi, dan fasilitas berpengaruh secara simultan memiliki dampak terhadap keinginan konsumen untuk melakukan minat sewa ulang. Penelitian ini menegaskan bahwa setelah pandemi, pelanggan masih mempertimbangkan harga yang kompetitif, lokasi yang mudah diakses, serta fasilitas yang memadai sebelum memutuskan untuk menyewa ulang.

Ketiga, studi lain yang dilakukan oleh Fariz Rachmat Maulana (2022). Dengan judul *“Pengaruh Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di GOR Bulutangkis Gunper Tasikmalaya”* menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden. Responden dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik *accidental sampling*. Penelitian ini menganalisis bagaimana persepsi harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi sebesar 76,9%. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi penelitian yang dilakukan dalam memahami bagaimana faktor harga, dan pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang pada akhirnya berdampak pada minat sewa.

Keempat, penelitian Niluh Putu Apriliani et al. (2022). Dengan judul *“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Water Garden Hotel Candidasa Bali”* meneliti hubungan antara persepsi harga, kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan pelanggan hotel. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara persepsi harga dan fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian ini menegaskan bahwa aspek pelayanan menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan pelanggan dalam bisnis jasa perhotelan.

Kelima, penelitian Rida Melfia (2021). Dengan judul "*Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan pada Lapangan Futsal Montella Sport Centre di Kecamatan Kupitan*" menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Peneliti ini melibatkan sampel sebanyak 93 responden yang merupakan pengguna layanan penyewaan lapangan futsal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan lokasi secara signifikan mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen. Penelitian ini memperkuat argumen bahwa fasilitas yang memadai dan lokasi yang strategis menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan untuk melakukan penyewaan lapangan olahraga.

Keenam, studi lain yang dilakukan oleh Asmidayanti (2021). Dengan judul "*Pengaruh Tarif, Jarak, dan Fasilitas terhadap Permintaan Jasa Penyewaan Lapangan Bulutangkis Naga Mas di Kota Tarakan*" bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tarif sewa lapangan, jarak dan fasilitas terhadap permintaan jasa penyewaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada konsumen penyewa lapangan bulutangkis. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa tarif sewa, jarak, dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan sewa lapangan. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 60,99% yang berarti bahwa faktor-faktor tersebut dapat menjelaskan permintaan sewa lapangan bulutangkis sebesar 60,99%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Denok Sunarsi, dkk. (2020). Dengan judul "*Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Minat Sewa*

Kost yang Berdampak pada Prestasi Belajar Mahasiswa di Yogyakarta” menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap prestasi belajar mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kuantitatif, serta melibatkan 100 responden mahasiswa yang menyewa kost di wilayah Yogyakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa fasilitas kost yang memadai lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menyewa kost, dan kenyamanan tempat tinggal turut berkontribusi dalam mendukung keberhasilan akademik mereka.

Kedelapan, Penelitian yang dilakukan oleh Doni Ramatua dan Nurlina (2019). Dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lapangan All Star Futsal Padang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan. Fasilitas menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen, disusul lokasi, sedangkan harga dinilai belum kompetitif untuk mempengaruhi minat beli secara signifikan.

Kesembilan, studi lain yang dilakukan oleh Kurnaedi dkk. (2023). Yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sarana Olahraga (SOR) Kerkof Garut”. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausalitas, serta melibatkan 100 responden pengunjung SOR Kerkof Garut dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam menentukan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang nantinya juga berdampak pada minat sewa lapangan tersebut.

Kesepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Cendikia Rohadatul Aisy & Novie Andriani Zakariya (2024). Dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UINSA Mart”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian

asosiatif untuk menginvestigasi pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di UINSA Mart, Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Sampel yang digunakan teknik *random sampling* sebanyak 96 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di UINSA Mart. Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di UINSA Mart. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di UINSA Mart. Sedangkan, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di UINSA Mart secara simultan.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Adhi Widyakto, dan Yogi Prima Putra (2023). “Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Bulutangkis PB SABA Semarang”.	Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Lapangan Bulutangkis PB SABA Semarang. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner kepada 96 responden yang pernah menggunakan fasilitas lapangan tersebut.	Persamaan: Penelitian ini juga meneliti pengaruh variabel harga, dan kualitas pelayanan, serta metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan kuisisioner. Perbedaan: Penelitian ini menambahkan lokasi sebagai variabel sementara penelitian saya memasukan fasilitas. Objek penelitian berbeda, dimana penelitian ini dilakukan di PB SABA Semarang sementara penelitian

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			saya di GOR Revbil Majenang.
2.	Nepwi Edwo Perdana, Indah Handaruwati (2022). "Pengaruh Harga Sewa, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Sewa Ulang Lapangan Futsal Pasca Pandemi Covid 19".	Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa variabel harga sewa, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat sewa ulang lapangan futsal pasca covid-19. Metode Penelitian menggunakan kuantitatif dengan kuisioner, dianalisis dengan SPSS versi 17.	Persamaan: Penelitian ini juga meneliti pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi terhadap minat penyewaan lapangan olahraga. Perbedaan: Dalam penelitian ini tidak terdapat variabel kualitas pelayanan. Selain itu, objek penelitian berbeda, dimana penelitian ini dilakukan pada lapangan futsal, sedangkan penelitian saya berfokus pada lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.
3.	Fariz Rachmat Maulana (2022). "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di GOR Bulutangkis Gunper Tasikmalaya"	Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa Variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di GOR bulutangkis gunper Tasikmalaya. Dari kedua variabel tersebut, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga. Serta metode penelitian yang digunakan adalah	Persamaan: Penelitian ini juga meneliti pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan dalam sektor penyewaan lapangan bulutangkis. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan regresi linear berganda. Perbedaan: Objek penelitian berbeda, dimana penelitian ini di GOR Bulutangkis Gunper Tasikmalaya,

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		kuantitatif dengan regresi linear berganda, dan pengambilan sampel dilakukan menggunakan <i>Accidental Sampling</i> sebanyak 100 responden.	sedangkan penelitian saya di GOR Revbil Majenang.
4.	Ni Luh Putu Apriliani, Ni Putu Nita Anggraini, Pande Ketut Ribek (2022). “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali”	Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa variabel persepsi harga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitiannya yaitu menggunakan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> sebanyak 100 sampel dan pengumpulan datanya menggunakan kuisioner.	Persamaan: Penelitian ini juga meneliti pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pengambilan sampel nya menggunakan <i>purposive sampling</i> . Perbedaan: Objek yang digunakan dalam penelitian ini berada di Water Garden Hotel Candidasa Bali, sedangkan dalam penilitian saya di GOR revbil Majenang.
5.	Rida Melfia (2021). “Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lapangan Futsal Montela Sport Centre Di Kecamatan Kupitan”	Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pembelian. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan	Persamaan: Penelitian ini juga meneliti pengaruh variabel fasilitas dalam menggunakan jasa penyewaan lapangan bulutangkis. Perbedaan: Penelitian ini dilakukan di lapangan Futsal

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		kuisisioner yang disebarakan kepada 93 Responden.	Montella Sport Centre Kecamatan Kupitan. Sedangkan penelitian saya di lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang.
6.	Asmidayanti (2021). “Pengaruh Tarif, Jarak Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Jasa Penyewaan Lapangan Bulutangkis Naga Mas Di Kota Tarakan”	Berdasarkan hasil penelitian ini membahas mengenai pengaruh tarif sewa, jarak, dan fasilitas terhadap permintaan jasa penyewaan lapangan bulutangkis di Naga Mas kota Tarakan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa ketiga variabel tersebut atau secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan.	Persamaan: Penelitian ini sama-sama meneliti pwnengaruh tarif/ harga dan fasilitas. Metode yang digunakan juga berbasis kuantitatif dengan kuisisioner dan menggunakan regresi linear berganda. Perbedaan: Didalam penelitian ini tidak terdapat variabel jarak, selain itu objek penelitian berbeda, dimana penelitian ini dilakukan di GOR Naga Mas Kota Tarakan sementara penelitian saya di GOR Revbil Majenang.
7.	Denok Sunarsi, Akhmar Barsah, H. Hastono, dan Irfan Rizka Akbar (2020). “Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Minat Sewa Kost yang Berdampak pada Prestasi Belajar	Berdasarkan hasil penelitian ini membahas mengenai pengaruh harga, dan fasilitas terhadap minat sewa kost di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh	Persamaan: Penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh harga dan fasilitas. Metode yang digunakan juga metode kuantitatif. Perbedaan: Didalam penelitian ini objeknya berbeda

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Mahasiswa di Yogyakarta”	signifikan terhadap prestasi belajar mahasiswa.	yaitu dilakukan pada mahasiswa penyewa kost di Yogyakarta. Sedangkan penelitian saya objek nya yaitu pada pengguna GOR Revbil Majenang.
8.	Doni Romatua dan Nurlina (2019). “Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lapangan All Star Futsal Padang”	Berdasarkan hasil penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lapangan All Star Futsal Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan.	Persamaan: Penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh harga, lokasi dan fasilitas. Metode yang digunakan juga metode kuantitatif. Perbedaan: Dalam menentukan sampelnya menggunakan teknik <i>non-probability sampling</i> . Objeknya berbeda yaitu di Lapangan All Star Futsal Padang. Sedangkan penelitian saya di GOR Revbil Majenang.
9.	Kurnaeli, Hedi Cupiadi, dan Sarah Nurul Fdhillah (2023). “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sarana Olahraga (SOR) Kerkof Garut”	Berdasarkan hasil penelitian ini membahas tentang Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sarana Olahraga (SOR) Kerkof Garut. Menggunakan metode kuantitatif serta melibatkan 100 responden pengunjung SOR	Persamaan: Penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan, menggunakan metode kuantitatif dan melalui teknik <i>purposive sampling</i> dalam menentukan sampel. Perbedaan: Objek penelitiannya

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		Kerkof Garut melalui teknik <i>purposive sampling</i> , dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik fasilitas maupun kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mempengaruhi minat sewa juga.	berbeda yaitu di Sarana Olahraga (SOR) Kerkof Garut. Sedangkan penelitian saya di GOR Revbil Majenang.
10.	Cendikia Rohadatul Aisy & Novie Andriani Zakariya (2024). “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UINSA Mart”	Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di UINSA Mart. Sedangkan Lokasi, Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di UINSA Mart.	Persamaan: Penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh harga dan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan: Tidak terdapat variabel lokasi, dan objek penelitiannya berbeda yaitu di UINSA Mart, sedangkan penelitian ini di GOR Revbil Majenang.

B. Kajian Teori

1. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) merupakan pengembangan dari Teori Perilaku Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Ajzen (1991) menyempurnakan teori sebelumnya dengan menambahkan elemen kontrol perilaku yang dipersepsikan oleh individu.

Teori ini menekankan bahwa keinginan kuat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dapat dijelaskan melalui konsep niat. Dalam proses pengambilan keputusan, individu akan mempertimbangkan berbagai aspek baik dari dalam dirinya maupun dari lingkungan sekitar (Aziz et al., 2021).

Menurut teori ini, sikap terhadap perilaku dapat menjadi indikator dalam meramalkan tindakan seseorang. Namun, hal tersebut juga perlu disertai dengan evaluasi terhadap norma subjektif serta tingkat kontrol perilaku yang dirasakan. Jika seseorang memiliki sikap yang positif, mendapat dukungan dari lingkungan sosial, dan merasa tidak ada hambatan berarti, maka niat untuk melakukan perilaku tersebut akan semakin kuat.

Menurut Yuliana et al., (2022) ada 3 komponen variabel *Theory of Planned Behavior* yang memberikan pengaruh terhadap niat seseorang dalam hal berperilaku yaitu:

- 1) Sikap terhadap perilaku Menurut Ajzen ada dua hal yang mendasari sikap terhadap perilaku diantaranya adanya behavioral belief atau keyakinan maupun kepercayaan seseorang individu terhadap kinerja yang diperoleh dari sebuah perilaku yang muncul.

- 2) Norma subjektif Norma subjektif dikondisikan sebagai sebuah perilaku yang pada akhirnya memutuskan untuk melakukan maupun tidak melakukan sebuah tindakan baru berdasarkan level tantangan sosial yang sedang dihadapi oleh individu tersebut. Dengan demikian individu akan menunjukkan perilaku apabila mendapat dukungan dari lingkungan disekitarnya dan sebaliknya. Menurut Fishbein dan Ajzen menjabarkan norma subjektif kedalam dua komponen, diantaranya adalah normative belief atau kepercayaan normatif dan motivation to comply atau motivasi. Kepercayaan normatif menyebabkan seorang individu terpengaruh untuk melakukan sebuah perilaku tertentu dikarenakan pengaruh dari luar seperti pendapat orang penting atau tokoh ternama. Sedangkan motivasi akan membuat seorang individu terpengaruh untuk melakukan sebuah tindakan dilihat dari kesanggupan individu dalam menerima saran yang disampaikan oleh pihak lain atau lingkungan disekitarnya.
- 3) Persepsi kontrol perilaku Persepsi kontrol perilaku berperan sebagai salah satu penentu atas keinginan berperilaku. Persepsi atas kemudahan maupun kesulitan saat melakukan sebuah perilaku tertentu didasari pada pengalaman seorang individu terhadap perilaku tersebut. Ada dua komponen yang menekankan tentang persepsi kontrol perilaku yang bertujuan untuk mengendalikan perilaku yaitu kontrol keyakinan dan kekuatan faktor pengendalian. Menurut Ajzen, kontrol keyakinan adalah bagian dari pengalaman seseorang sebelumnya terkait keyakinan atas sumber daya dan peluang yang ada atau pengaruh dari informasi terdahulu baik yang meringankan atau menambah tingkat kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu. Sedangkan kekuatan faktor pengendalian adalah akses atas faktor penentu yang menunjang sebuah perilaku tertentu.

2. Keputusan Sewa

Keputusan adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa (M. Mudavi Al-Haqqi et al., 2021). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam jurnal (Dwi Putra Hendro ariantoro & Budhi, 2020) menyatakan bahwa *“purchase decision is the buyer’s decision about wich brand to purchase”* yang artinya bahwa keputusan pembelian/ jasa adalah tahap prosesi keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian, sebagai pelaku utama dalam proses pembelian yang menjadi perhatian.

Adapun indikator keputusan sewa adalah sebagai berikut (Fitriyanto, 2019) :

1) Kemantapan pada sebuah produk atau jasa

Kemantapan mencerminkan tingkat keyakinan konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang digunakan. Dalam hal ini, penyewa merasa bahwa fasilitas yang disediakan telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, sehingga tidak muncul keraguan dalam memilih untuk menyewa kembali. Kemantapan juga menunjukkan adanya persepsi positif yang kuat terhadap penyedia jasa dan cenderung berdampak pada loyalitas penyewa.

2) Kebiasaan dalam membeli produk atau jasa

Kebiasaan dalam menyewa mencerminkan perilaku konsumen yang dilakukan secara berulang dan konsisten terhadap penyedia jasa yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menyewa tidak lagi didasarkan pada proses pertimbangan yang panjang, melainkan sudah menjadi bagian dari rutinitas karena pengalaman positif yang diperoleh sebelumnya. Kebiasaan ini mengindikasikan adanya rasa percaya dan kenyamanan yang berkelanjutan dari penyewa terhadap layanan yang diberikan.

3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Rekomendasi merupakan bentuk komunikasi interpersonal di mana konsumen yang telah merasa puas dengan produk atau jasa tertentu akan menyarankannya kepada pihak lain. Dalam konteks keputusan sewa, konsumen yang memberikan rekomendasi kepada rekan atau komunitasnya menunjukkan bahwa keputusan sewanya tidak hanya memuaskan secara pribadi, melainkan juga dianggap layak untuk direkomendasikan.

3. Persepsi Harga

Menurut Schiffman, Leon dan Kanuk (2018) bahwa persepsi harga merupakan pandangan atau pemahaman konsumen terhadap harga tertentu, baik itu dianggap mahal, murah, atau sesuai, yang memiliki dampak besar pada niat dan kepuasan mereka. Menurut Kotler, P., & Keller (2012) persepsi harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Persepsi harga juga dapat diartikan aspek penting untuk membandingkan nilai suatu barang atau jasa dengan manfaat yang di peroleh oleh konsumen tersebut agar konsumen tersebut dapat membeli produk yang di tawarkan dengan harga yang sesuai (Saipuloh, 2023).

Indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi harga menurut Dewi dan Suprapti meliputi beberapa aspek, di antaranya: apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk/jasa, sejauh mana harga tersebut terjangkau bagi konsumen dalam melakukan pembelian, serta kesesuaian harga dengan manfaat atau nilai yang diperoleh dari produk/jasa tersebut. Ketiga aspek ini memberikan gambaran bagaimana konsumen menilai kelayakan harga berdasarkan pengalaman dan ekspektasi mereka terhadap produk yang ditawarkan (Sulasih, 2017).

Menurut Kotler et al., (2012) dalam jurnal (O. Setiawan et al., 2020), ada empat hal yang mencirikan harga sebagai indikator:

- 1) Harga terjangkau, konsumen dapat memperoleh harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk atau layanan biasanya memiliki

beberapa variasi dalam merek yang berbeda-beda, dengan rentang harga mulai dari yang paling terjangkau hingga yang paling mahal.

- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas, konsumen sering menggunakan harga sebagai indikator kualitas. Konsumen cenderung memilih harga yang lebih tinggi dengan keyakinan bahwa hal itu mencerminkan kualitas yang lebih baik. Dengan kata lain, harga yang lebih tinggi biasanya diasumsikan sebagai tanda bahwa kualitasnya juga lebih baik.
- 3) Daya saing, memiliki beberapa variasi dalam merek yang berbeda-beda, dengan rentang harga mulai dari yang paling terjangkau hingga yang paling mahal.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen mempertimbangkan nilai manfaat yang mereka dapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Jika mereka merasa manfaat yang diperoleh suatu produk atau layanan tidak sepadan dengan biaya yang dibayar, mereka akan menganggap produk atau jasa tersebut terlalu mahal dan mungkin ragu untuk melakukan pembelian ulang.

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi persepsi harga, yaitu (R. A. Setiawan et al., 2023):

a. Persepsi Perbedaan Harga

Faktor ini mengacu pada kemampuan konsumen untuk menilai perbedaan harga antara harga yang ditawarkan saat ini dengan harga dasar yang sudah mereka ketahui sebelumnya. Konsumen akan membandingkan harga yang ada dengan harga yang mereka anggap adil atau sesuai dengan nilai yang mereka terima, sehingga persepsi terhadap harga sangat dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang harga produk serupa di pasar.

b. Referensi Harga

Faktor ini melibatkan berbagai sumber informasi yang diterima konsumen, seperti pengalaman pribadi, informasi yang diperoleh dari iklan, serta pengalaman atau saran dari orang lain.

Ketika konsumen memperoleh informasi mengenai harga suatu produk, mereka cenderung membandingkan harga yang ditawarkan dengan harga yang mereka anggap wajar atau standar di pasar berdasarkan informasi yang telah mereka peroleh dari berbagai referensi tersebut.

4. Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014), fasilitas merupakan aset fisik yang harus ada sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan. Fasilitas menurut Wibisono & Achsa, (2020) merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa Fasilitas adalah segala sesuatu yang disukai pelanggan dalam suatu industri jasa, seluruh fasilitas yang tersedia meliputi kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta masukan-masukan yang perlu diperhatikan keberhasilannya, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dibutuhkan dan yang didapatkan oleh konsumen secara langsung. Pelanggan harus terpuaskan, karena pelanggan yang tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing (Hartarto & Lubis, 2022). Hal ini akan mengurangi penjualan dan mengakibatkan berkurangnya pendapatan bagi perusahaan. Fasilitas adalah perangkat fisik yang disediakan oleh penyedia layanan untuk mendukung kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono, dalam jurnal (Wahyudi, 2021) Indikator Fasilitas ada 4 yaitu:

1.) Pertimbangan/ Perencanaan Spasial

Aspek-aspek seperti proposi, dan kenyamanan. Dengan mempertimbangkan kenyamanan dan estetika yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah seperti tidak berlebihan dan tidak mengganggu kenyamanan bersama, fasilitas dapat menarik perhatian penyewa baik secara emosional dan intelektual. Misalnya dalam tata letak lapangan, tribun penonton, dan area lainnya dirancang agar memberikan ketenangan serta kenyamanan bagi pengguna.

2.) Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti tata letak perabot serta sirkulasi ruang yang rapi dan terstruktur.

3.) Perlengkapan dan Perabotan

Perlengkapan dan perabotan berfungsi sebagai sarana yang tidak hanya mendukung kenyamanan pengguna, tetapi juga sebagai penunjang dalam kegiatan olahraga.

4.) Unsur Pendukung

Fasilitas tambahan seperti ruang ganti, toilet bersih, tribun, kantin, musola dan tempat parkir merupakan elemen pendukung yang penting dalam menarik minat penyewa.

5. **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui produk dan jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan atau kualitas jasa berfokus pada bagaimana layanan dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan, serta disampaikan dengan cara yang tepat agar sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Sudarso (2016), kualitas pelayanan adalah keuntungan yang dirasakan oleh pelanggan berdasarkan evaluasi interaksi dibandingkan dengan keuntungan yang diharapkan sebelumnya (Adhi Widyakto & Yogi Prima Putra, 2023).

Tujuan dari pelayanan yang baik adalah mencegah pelanggan berpindah ke kompetitor dan membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan bisa beralih karena kesalahan dalam layanan atau sistem yang diterapkan oleh perusahaan dalam melayani mereka. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah aspek penting yang memberikan nilai tinggi serta memenuhi kepuasan pengguna jasa (Yudha Gusti Wibowo, 2019).

Menurut Tjiptono (2014), terdapat lima indikator utama dalam kualitas pelayanan, yaitu (Estamarinda et al., 2021):

a. Reliabilitas atau Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merujuk pada sejauh mana perusahaan dapat menawarkan layanan sesuai dengan janji yang telah disampaikan secara akurat dan tepat waktu. Keandalan ini tidak hanya penting untuk masalah besar, tetapi juga untuk masalah-masalah kecil yang dapat mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap perusahaan.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap menunjukkan sejauh mana perusahaan bersedia dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat waktu. Ini tidak hanya berkaitan dengan kecepatan pelayanan, tetapi juga dengan sikap perusahaan atau karyawan dalam membantu pelanggan dengan penuh perhatian.

c. Keyakinan (*Assurance*)

Kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Hal ini melibatkan pengetahuan, sikap sopan santun, dan kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman, dan nyaman yang membuat pelanggan merasa yakin terhadap perusahaan.

d. Empati (*Empathy*)

Kemampuan komunikasi karyawan dalam menjelaskan dengan jelas dan tepat tentang pelayanan yang ditawarkan perusahaan sangat mempengaruhi evaluasi pelanggan. Pelanggan yang merasa dipahami dan dihargai akan memberikan penilaian yang positif terhadap pelayanan perusahaan.

e. Bukti Fisik (*Tangibleness*)

Bukti langsung mencakup aspek visual dan fasilitas yang ada, seperti bangunan, peralatan, serta penampilan karyawan perusahaan. Penampilan fisik perusahaan memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana pelanggan menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

C. Landasan Teologis

1. Keputusan Sewa dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, konsep pengambilan keputusan dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang memiliki makna umum, yang berarti dapat diterapkan dalam berbagai aktifitas. Salah satu contohnya adalah pentingnya pengambilan keputusan dalam mencari informasi dalam memilih produk atau layanan dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: *“Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya” (Q.S Al-Isra:36).*

Ayat ini menunjukkan bahwa setiap tindakan, termasuk pengambilan keputusan, harus dilandasi oleh pengetahuan yang cukup dan pertimbangan yang rasional. Dalam konteks menyewa lapangan, konsumen perlu mempertimbangkan informasi mengenai harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara menyeluruh sebelum membuat keputusan. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang mendorong adanya kejelasan (*transparency*) dan menghindari unsur ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi.

2. Persepsi Harga dalam Perspektif Islam

Menurut studi Syantoso (2018) dalam jurnal (Fitra Analia et al., 2023) bahwa dalam Islam, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau ketidakadilan bagi salah satu pihak. Harga tersebut harus mencerminkan manfaat yang seimbang bagi penyewa dan pemilik sewa, dimana perusahaan atau tempat sewa mendapatkan keuntungan yang sebanding dan penyewa memperoleh nilai yang setara dengan jumlah yang mereka bayarkan. Relevansi antara penelitian ini

dan ajaran Islam mengenai harga dan transaksi ekonomi dapat dilihat melalui pendekatan yang berdasarkan pada Q.S An-Nisa:29, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa:29).

Ayat ini menegaskan bahwa dalam Islam, setiap transaksi ekonomi termasuk jual beli atau sewa-menyewa, harus dilakukan dengan asas kerelaan kedua belah pihak. Dalam konteks ekonomi syariah, prinsip keadilan dalam penetapan harga harus selalu dijaga agar harga yang ditawarkan adil dan mencerminkan manfaat yang diterima oleh penyewa. Persepsi harga yang adil dapat meningkatkan minat dalam keputusan sewa karena pengguna merasa bahwa harga tersebut sesuai dengan nilai yang mereka terima. Dalam Q.S An-Nisa:29 memberikan landasan normatif, bahwa transaksi yang baik harus terjadi atas dasar kejujuran, keterbukaan dan tanpa unsur paksaan.

3. Fasilitas dalam Perspektif Islam

Dalam konsep Islam, fasilitas sebaiknya tidak berfokus pada kemewahan. Meskipun kenyamanan bagi konsumen tetap menjadi aspek penting, hal tersebut tidak diwujudkan dalam bentuk kemewahan yang berlebihan. Prinsip ini sejalan dengan ajaran Al-Quran, sebagaimana yang tertuang dalam Surat At-Takasur ayat 1-5:

أَلْهَاكُمْ التَّكَاثُرُ (١) حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ (٢) كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (٣) ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ
تَعْلَمُونَ (٤) كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ (٥)

Artinya: “1. Berbangga-bangga dalam memperbanyak (dunia) telah melalaikanmu (760) Maksudnya adalah bersaing memperbanyak

anak, harta, pengikut, kemuliaan, dan sebagainya telah melalaikan manusia dari ketaatan kepada Allah Swt. 2. sampai kamu masuk ke dalam kubur. 3. Sekali-kali tidak! Kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu). 4. Sekali-kali tidak (jangan melakukan itu)! Kelak kamu akan mengetahui (akibatnya). 5. Sekali-kali tidak (jangan melakukan itu)! Sekiranya kamu mengetahui dengan pasti, (niscaya kamu tidak akan melakukannya) (Q.S AT-Takasur 1-5).

Fasilitas merupakan faktor utama dalam memberikan pelayanan maksimal agar pengguna merasa puas dan nyaman. Fasilitas yang baik, sehat, dan memberi kemaslahatan adalah bagian dari prinsip ta'awun (tolong menolong) dan *ihsan* (kebaikan). Dengan demikian, penyediaan fasilitas olahraga seperti lapangan bulutangkis yang terawat, aman, dan fungsional akan mendorong keputusan sewa, terutama jika pengguna merasa bahwa nilai-nilai spiritual, sosial, dan kesehatan juga ikut terpenuhi.

4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoprasiaannya sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, seluruh pihak dalam oprasional perusahaan perlu menjadikan ajaran Islam sebagai pedoman dalam memberikan pelayanan. Islam menekankan bahwa kualitas suatu layanan dapat diukur dari sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi harapan konsumen serta memberi kepuasan secara optimal (Nurhadi, 2020).

Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu (Kasmir, 2015):

- 1) Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- 5) Berbicara dengan bahasa baik dan benar
- 6) Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai.

Konsep kualitas pelayanan dalam Islam adalah cara pelanggan menilai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, dengan dasar pada standar moral yang sesuai dengan ajaran syariah. Dalam Islam, setiap tindakan harus berlandaskan nilai-nilai yang telah ditentukan oleh syara. Seorang muslim yang ingin mencapai ketakwaan harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan norma syariah, untuk menegakan nilai takwa dan menunjukkan komitmen terhadap keyakinan agama. Islam mengajarkan bahwa jika kita ingin memberikan hasil komersial, baik dalam bentuk barang maupun jasa, kita harus memastikan bahwa kualitas yang diberikan baik dan tidak mengecewakan pelanggan (Faradannisa & Supriyanto, 2022).

Konsep hukum mengenai kualitas pelayanan tidak secara terang-terangan disebutkan dalam Al-Quran. Namun, prinsip memberikan pelayanan yang baik kepada sesama telah diperintahkan oleh Allah Swt. Landasan syariah yang memperkuat hal ini tercantum dalam Al-Quran, tepatnya pada Surat An-Nisa ayat 86 yang berbunyi (Hazari, 2014):

وَاِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا

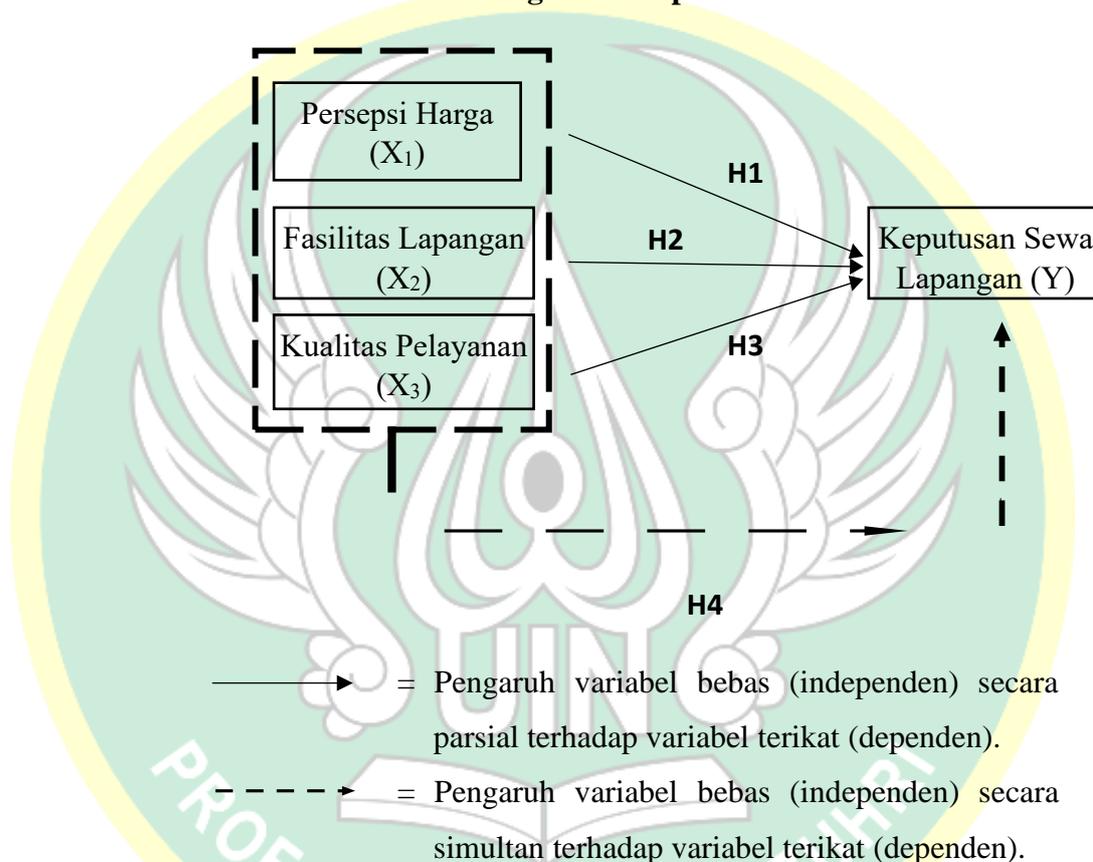
Artinya: *"Dan apabila kamu dihormati dengan suatu (salam) penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik atau balaslah (penghormatan itu yang sepadan) dengannya. Sungguh, Allah memperhitungkan segala sesuatu." (QS. An-Nisa' 4: Ayat 86)*

Berdasarkan ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa sesama manusia wajib saling menghormati. Jika diterapkan dalam konteks perusahaan jasa, prinsip ini menjadi landasan bagi penyedia jasa untuk menghormati konsumennya. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis, penting untuk memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang berkualitas akan berdampak positif bagi perusahaan yaitu menciptakan kepuasan bagi konsumen.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini digunakan peneliti untuk dijadikan sebagai bahan acuan dalam penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka pemikiran sebagaimana dalam penelitian-penelitian terdahulu digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Kerangka penelitian diatas, menunjukkan bahwa *independent* (bebas) yaitu harga (X₁), fasilitas lapangan (X₂), dan Kualitas Pelayanan (X₃), serta terdapat satu variabel *dependen* (terikat) yaitu keputusan sewa (Y).

E. Rumusan Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sebuah jawaban atas permasalahan penelitian yang berupa kesimpulan sementara yang membutuhkan pembuktiaan berdasarkan analisis data empiris. Berikut ini hipotesis dari penelitian “Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, Dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Bulutangkis (Studi Kasus Pengguna GOR Revbil Majenang)”.

1. Pengaruh Persepsi Harga secara parsial terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang

Persepsi harga merupakan pandangan atau pemahaman konsumen terhadap harga tertentu, baik itu dianggap mahal, murah, atau sesuai, yang memiliki dampak besar pada niat dan kepuasan mereka (Schiffman, Leon dan Kanuk, 2018). Menurut Kotler, P., & Keller (2012) persepsi harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.. Dengan berdasarkan teori tersebut, dengan adanya persepsi harga dalam penjualan atau penyewaan tempat membantu pelanggan menemukan barang dan jasa yang mereka butuhkan dan mendorong mereka untuk mengambil keputusan dalam minat sewa kembali.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Fariz Rachmat Maulana, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan yang akan menambah kepuasan pengunjung. Artinya bahwa peningkatan persepsi harga yang melekat pada kesesuaian manfaat yang dirasakan akan meningkatkan kepuasan pengunjung yang nantinya mempertahankan keputusan pengunjung untuk menyewa kembali (Maulana, 2022). Selain itu diperkuat dari penelitiannya Cendikia Rohadatul Aisy & Novie Andriani Zakariya bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan adanya nilai sig. 0.000 dan t hitung 4.183 dimana dalam kehidupan sehari-hari konsumen lebih tertarik pada produk atau layanan yang memiliki harga terjangkau, supaya mampu bersaing dan memiliki kualitas sesuai dengan produk atau layanan yang diinginkan (Aisy & Zakariya, 2024). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan dari penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengambil hipotesis sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

2. Pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang

Fasilitas menurut Wibisono & Achsa, (2020) merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan konsumen. Berdasarkan teori tersebut, dengan adanya fasilitas yang memadai berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Fasilitas yang baik dapat menciptakan lingkungan yang mendukung kenyamanan dan kepuasan pelanggan (Arifin et al., 2023).

Sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Nepwi Edwo Pradana & Indah Handaruwati diperoleh bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan Fasilitas Fisik memiliki koefisien regresi sebesar 0,189 sehingga dapat diartikan semakin baik dan lengkap fasilitas fisik maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Perdana et al., 2022). Didukung oleh penelitian Asmidayanti bahwa fasilitas Variabel fasilitas menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya bahwa fasilitas yang baik dapat menjadi salah satu faktor pendorong utama permintaan sewa, karena fasilitas yang memadai memberikan rasa nyaman dan memenuhi kebutuhan penyewa, sehingga mereka lebih cenderung untuk memutuskan menyewa (Asmidayanti, 2021). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan dari penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengambil hipotesis sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang

Kotler mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima, dibandingkan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan ini berpotensi mendorong pelanggan untuk kembali membeli produk dan bahkan menjadi pelanggan atau pengguna setia (Zikri & Harahap, 2022). Dengan berdasar dari teori tersebut, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan dampak positif bagi pengunjung atau pengguna fasilitas olahraga di sana. Jika Gor Revbil Majenang mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pengunjung, seperti kebersihan fasilitas, kenyamanan, keramahan petugas, maka pengunjung akan merasa puas. Kepuasan ini berpotensi mendorong keputusan pengunjung untuk kembali menggunakan fasilitas tersebut secara berulang, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan reputasi dan jumlah pengunjung.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adhi Widyakto, dan Yogi Prima Putra bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dilihat dari koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,216, hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan keputusan konsumen (Adhi Widyakto & Yogi Prima Putra, 2023). Kemudian dari penelitiannya

Kurnaedi dkk. menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, artinya menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan serta jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan pelanggan (Cupiadi & Fadhilah, 2023). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan dari penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengambil hipotesis sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

H3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

4. Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang

Keputusan konsumen dalam menyewa lapangan bulutangkis dipengaruhi oleh berbagai faktor pemasaran jasa, salah satunya adalah persepsi harga. Persepsi harga merupakan pandangan atau pemahaman konsumen terhadap harga tertentu, baik itu dianggap mahal, murah, atau sesuai, yang memiliki dampak besar pada niat dan kepuasan mereka (Schiffman, Leon dan Kanuk, 2018). Hal ini diperkuat oleh penelitian Nanda Safrianita, dkk. yang menunjukkan bahwa faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menyewa kios (Safrianita et al., 2025)

Selain itu, fasilitas yang tersedia juga memegang peranan penting dalam mendorong keputusan tersebut. Menurut Tjiptono (2014), fasilitas merupakan aset fisik yang harus ada sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dalam penelitiannya Rida Melfia, variabel fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

kepuasan pembelian bahwa fasilitas yang lengkap, bersih, dan nyaman dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu barang atau jasa.

Selanjutnya selain variabel persepsi harga dan fasilitas, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang berkontribusi terhadap keputusan konsumen. Kualitas layanan yang baik, menurut Tjiptono (2012) adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui produk dan jasa yang ditawarkan. Faktor kualitas pelayanan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan (Cupiadi & Fadhilah, 2023).

Dalam hal ini menunjukkan bahwa GOR Revbil Majenang perlu menjaga dan meningkatkan ketiga faktor tersebut secara terpadu untuk mendorong minat keputusan dalam menyewa jasa lapangan bulutangkis.

H0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

H4 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Widodo et al., (2023) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang mengumpulkan data numerik dan menggunakan teknik statistik untuk menganalisis data tersebut. Penelitian ini biasanya bersifat obyektif dan terstruktur. Penelitian ini menggunakan penelitian pengaruh guna melihat pengaruh anatara dua variabel atau lebih. Di dalam penelitian dijelaskan pengaruh persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa dalam menyewa lapangan bulutangkis.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Lapangan Bulutangkis GOR Revbil Majenang. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai bulan Januari sampai dengan bulan Mei 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sujarweni, (2019) populasi adalah semua jumlah yang di dalamnya ada subjek atau objek yang memiliki kriteria dan kualitas tertentu yang dipilih peneliti untuk diteliti dan selanjutnya ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna yang pernah menyewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang. Adapun data yang diperoleh dari banyaknya pengguna dari club yang aktif di GOR Revbil yaitu:

Tabel Tabel 3. 1
Jumlah Pengguna Aktif Berdasarkan Club

No	Nama Club	Jumlah
1	PB Starone	30
2	PB Aspok	28
3	PB Nampok	22
4	PB Tangkis	32
5	PB Mingat (Minggu Sehat)	20
Total		132

Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan data dalam tabel, populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif GOR Revbil Majenang yang terdaftar sebagai anggota club dan secara rutin melakukan penyewaan, dengan jumlah keseluruhan sebanyak 132 orang.

2. Sampel

Menurut Amir (2009) sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit sampling yang diambil dari populasi. Penelitian jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin*. Berikut rumus *slovin* dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 5%

Maka hasil sampelnya diperoleh:

Berdasarkan rumus *slovin* tersebut, maka besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{132}{1 + 132 (0,05)^2} = \frac{132}{1 + 132 (0,0025)} = \frac{132}{1 + 0,33} = \frac{132}{1,33}$$

$$n = 99,24$$

Sehingga berdasarkan rumus tersebut, maka n yang didapatkan adalah 99,24. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk

membulatkannya, sehingga setidaknya diperlukan 100 sampel dalam penelitian ini.

Sedangkan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang kepada setiap unsur anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* di mana dalam penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Sujarweni, 2019). Teknik penyebaran angket (kuisisioner) dilakukan secara online menggunakan *google form* dan secara *offline* menggunakan *hardfile* kuisisioner. Dalam kriteria penelitian ini yang menjadi sampel adalah pengguna GOR Revbil Majenang dengan minimal satu kali pernah menyewa lapangan bulutangkis.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Widodo et al., (2023) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Dalam penelitian menurut Sugiyono (2018), variabel terdiri dari dua jenis yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

a. Variabel *Independen* (Bebas)

Variabel yang diakibatkan perubahan terjadinya variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) pada penelitian ini yaitu variabel persepsi harga (X_1), fasilitas (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3).

b. Variabel *Dependen* (Terikat)

Variabel yang mempengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel independen (bebas). Variabel dependen (terikat) pada penelitian ini yaitu keputusan sewa pengguna GOR Revbil

Majenang dalam memilih sewa lapangan bulutangkis di Majenang (Y).

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.2
Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Persepsi Harga (X1)	Menurut Schiffman (2018). Persepsi harga merupakan pandangan atau pemahaman konsumen terhadap harga tertentu, baik itu dianggap mahal, murah, atau sesuai, yang memiliki dampak besar pada niat dan kepuasan mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya Saing 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (O. Setiawan et al., 2020)
2.	Fasilitas Lapangan (X2)	Menurut Tjiptono fasilitas merupakan aset fisik yang harus ada sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan/perencanaan spasial 2. Perencanaan ruangan 3. Perlengkapan dan perabotan 4. Unsur pendukung (Wahyudi, 2021)

No.	Variabel	Definisi	Indikator
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui produk dan jasa yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (reliability) 2. Daya tanggap (Responsiveness) 3. Keyakinan (Assurance) 4. Empati (Empathy) 5. Bukti fisik (tangibles) (Estamarinda et al., 2021)
4.	Keputusan sewa (Y)	Keputusan pembelian suatu produk/jasa adalah tahap prosesi keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian barang/jasa, sebagai pelaku utama dalam proses pembelian atau penyewaan yang menjadi perhatian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk atau jasa 2. Kebiasaan dalam membeli produk atau jasa 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain (Fitriyanto, 2019)

Sumber : Data Sekunder Yang Diolah

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Sumber Data

a. Data Primer

Dalam penelitian kuantitatif biasanya data primer yang digunakan dari data eksperimen dan juga survei seperti observasi, wawancara, dan penggunaan kuisisioner. Data awal untuk penelitian ini akan dikumpulkan melalui pengisian kuisisioner (angket) oleh responden pengguna lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang.

b. Data Sekunder

Peneliti mengumpulkan data sekunder untuk penelitian ini dari berbagai referensi lain yang relevan dengan variabel penelitian seperti jurnal ilmiah, buku maupun internet yang mendukung data penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data untuk menyampaikan dan mengumpulkan informasi mengenai data kuantitatif dari responden. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan kuisisioner.

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data melalui komunikasi, yang dilakukan dalam bentuk percakapan antara dua belah pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Murdiyanto, 2020). Dalam penelitian ini pihak yang akan diwawancarai adalah pihak pemilik tempat sewa lapangan dan pengguna, untuk data pendahuluan terkait keputusan menyewa lapangan bulutangkis pada pengguna GOR Revbil Majenang.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2018). Peneliti akan melakukan observasi langsung di GOR Revbil untuk memahami kondisi fasilitas lapangan dan pelayanan yang diberikan kepada penyewa. Observasi ini juga mencakup pengamatan terhadap aktivitas penyewaan lapangan dan interaksi antara pengguna dengan pengelola dan staff GOR. Data dari observasi ini akan membantu dalam mengidentifikasi kualitas fasilitas dan pelayanan yang ada di lapangan.

c. Kuesioner (angket)

Menurut Sujarweni (2019), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan atau persyaratan tertulis pada responden untuk dijawab. Penelitian ini akan mengumpulkan beberapa pertanyaan, variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan alat ukur berupa angket atau kuisisioner dalam bentuk *Google form* atau dalam bentuk fisik dan didistribusikan kepada pengguna yang sudah pernah menyewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang. Selain itu, penelitian ini akan menggunakan *skala likert* yang berkisar antara sangat negatif dan sangat positif. "Sangat setuju" menunjukkan tanggapan yang sangat positif dengan nilai tertinggi dan sebaliknya.

Tabel 3.3
Skala Likert

Katagori	Simbol	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber : Data Sekunder Yang Diolah

3. Analisis Data Penelitian

Diperlukan teknik analisis data untuk mengolah data menjadi informasi yang dipahami dan memperoleh jawaban kuantitatif terhadap

petanyaan “apakah pengaruh persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang”. Dalam menguraikan penelitian ini, diperlukan penggunaan perhitungan statistik, khususnya dalam konteks statistik deskriptif. Alat yang digunakan dalam melakukan perhitungan statistik dalam penelitian ini adalah program IBM SPSS *statistics* versi 26. SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) program yang paling umum digunakan untuk mengelolah data statistik guna menyelesaikan tugas penelitian (skripsi). Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Metode Suksesif Interval (MSI)

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dan kuisisioner adalah skala likert yang menghasilkan data dengan skala ordinal. Sedangkan dalam analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, mensyaratkan data yang digunakan adalah data berskala interval atau rasio. Sehingga ketika sudah mendapatkan data berskala ordinal dari hasil penyebaran kuisisioner maka perlu diubah menjadi data berskala interval. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan mentransformasi data tersebut dengan transformasi MSI. Transformasi MSI adalah metode transformasi data ordinal menjadi data interval dengan mengubah persepsi kumulatif setiap peubah pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya (Ningsih & Dukalang, 2019). Tahapan-tahapan metode transformasi MSI adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori
- b. Menghitung proporsi pada masing-masing kategori
- c. Dari proporsi yang diperoleh, dihitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori
- d. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif
- e. Menentukan nilai batas Z (nilai probability density function pada absis Z) untuk setiap kategori, dengan rumus:

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{Z^2}{2}}, -\infty < Z < +\infty$$

dengan $\pi = 3,14159$ dan $e = 2,71828$.

- f. Menghitung scale value (interval rata-rata) untuk setiap kategori

$$Scale = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

- g. Menghitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan:

$$Score = \text{scale value} + |\text{scale value}_{\min}| + 1$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara lain dalam melakukan transformasi data yaitu dengan bantuan program tambahan Metode Suksesif Interval (MSI) berupa add-ins *statistic* yang ada dalam *Microsoft Excel*.

2. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen pengumpulan data dapat dilakukan dengan melibatkan calon responden. Biasanya responden yang diperlukan untuk melakukan uji instrument ini paling sedikit 30 responden.

a. Uji Validitas

Menurut Amir et al., (2009) validitas merupakan suatu skala pengukuran dikatakan benar atau valid bila pengukuran atau apa yang diukur tersebut dilakukan sesuai dengan yang seharusnya atau sesuai dengan ketentuan. Alat ukur yang digunakan di sini adalah pertanyaan kuesioner. Jika pertanyaan yang diajukan dapat mencerminkan elemen yang diukur oleh kuesioner, validitas kuesioner dapat dinyatakan valid dengan total skor signifikansi 0,05. Validitas terdiri dari dua kategori pengukuran. Kategori pertama menunjukkan hubungan antara skor setiap item atau pertanyaan dengan total item keseluruhan, dan kategori kedua menunjukkan hubungan antara skor setiap item dengan total konstruk keseluruhan. Persyaratan pengujian validitas adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 akan diterima apabila nilai korelasi yang terhitung (r hitung) lebih besar daripada nilai korelasi tabel (r tabel), menunjukkan bahwa alat pengukuran yang digunakan memiliki validitas.
- 2) H_0 akan ditolak apabila nilai korelasi yang terhitung (r hitung) kurang dari atau sama dengan nilai korelasi tabel (r tabel), menunjukkan bahwa alat pengukuran yang digunakan tidak valid (Janna, 2021).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas, menurut Amir et al., (2009) adalah ketetapan skala pengukuran yang digunakan akan menentukan benar dan tepatnya hasil analisis. Reliabilitas (reliability) menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skala pengukuran. Dengan kata lain, uji reliabilitas dapat menunjukkan seberapa konsisten alat pengukur dalam pengukuran berulang. Alat pengukur dianggap sangat andal jika menghasilkan hasil yang konsisten bahkan dalam situasi pengukuran berulang (Janna, 2021).

Tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk menilai derajat stabilitas skala dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner sehingga jika diberikan berkali-kali dapat memberikan hasil yang konsisten. Dalam penelitian ini untuk *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas atau tidak reliabilitas suatu variabel. Dikatakan reliabilitas jika memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Jika tidak reliabel maka memiliki *Cronbach Alpha* $< 0,6$.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas data dan mengetahui apakah residual yang diamati memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi normal, penulis mempertimbangkan nilai *Asymp. Sig.* dengan asumsi bahwa jika nilai *Asymp. Sig.* lebih besar

dari 0,05 maka data dianggap memiliki distribusi normal (Budiastuti et al., 2022).

b. Uji Multikolinearitas

Untuk menemukan korelasi antara variabel bebas (independen), uji multikolinearitas digunakan. Nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) untuk setiap variabel bebas dibandingkan dengan variabel terikat adalah salah satu cara untuk mengetahui apakah ada multikolinearitas. Dalam kasus ini, apabila nilai VIF pada setiap variabel bebas < 5 , model dianggap tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas (Budiastuti et al., 2022).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada variasi tidak seragam dalam model regresi. Untuk menemukan heteroskedastisitas, uji Glejser dapat digunakan. Metode ini menggunakan perbandingan koefisien dari setiap variabel bebas (independen) dengan nilai residualnya untuk mengidentifikasi tanda-tanda heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari nilai alfa (α), maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Budiastuti et al., 2022).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengidentifikasi dampak dua atau lebih variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Peneliti memanfaatkan model ini untuk memahami pengaruh persepsi harga (x_1), fasilitas lapangan (x_2), dan kualitas pelayanan (x_3) terhadap minat sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang (y). Rumus persamaan yang diterapkan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan sewa (variabel terikat)

- a = Konstanta
- $b_1b_2b_3$ = Koefisien regresi linier berganda
- x_1 = Persepsi harga (variabel bebas)
- x_2 = Fasilitas lapangan (variabel bebas)
- x_3 = Kualitas Pelayanan (variabel bebas)
- e = Nilai residu (*Standar Error*) (Budiastuti et al., 2022)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2013) uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel bebas (*independen*) secara individu terhadap variabel terikat (*dependen*). Adapun dasar pengambilan kesimpulan dalam Uji T adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai t hitung $< t$ tabel dan jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$, maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial (*individual*) tidak mempengaruhi variabel terikat (*dependen*) secara signifikan..
- 2) Apabila nilai t hitung $> t$ tabel dan jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α), maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas (*independen*) secara parsial (*individual*) mempengaruhi variabel terikat (*dependen*) secara signifikan.

b. Uji F Simultan

Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*) berinteraksi satu sama lain secara bersamaan. Dalam situasi ini, dua hipotesis diusulkan:

- 1) H_0 (Hipotesis Nol): Tidak ada pengaruh simultan dari variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y.
- 2) H_a (Hipotesis Alternatif): Terdapat pengaruh simultan dari variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y.

Keputusan dibuat berdasarkan kriteria berikut:

- 3) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, hipotesis H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh simultan dari variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y .
- 4) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak, yang menandakan adanya pengaruh simultan dari variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y .

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi adalah 0, maka tidak terdapat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Namun, apabila nilai koefisien determinasi adalah 1, maka terdapat hubungan yang sempurna antara variabel independen dan variabel dependen. Bila terdapat nilai adjusted R^2 bernilai negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai 0 (Halim et al., 2023).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah GOR Revbil Majenang



Gedung Olahraga Revbil merupakan usaha yang bergerak pada bidang jasa penyewaan lapangan bulutangkis yang berada di wilayah Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap Barat Provinsi Jawa Tengah. Lebih tepatnya berada di Jalan Anggur, Dusun Losari Desa Jenang. Gedung Olahraga Revbil didirikan pada tahun 2019 yang merupakan usaha dari Ibu Novi Sulistiyoningsih sebagai respons terhadap tingginya minat masyarakat dalam olahraga, khususnya bulutangkis. Dengan hadirnya GOR ini, masyarakat memiliki tempat yang lebih nyaman untuk berolahraga, berlatih, serta berkompetisi dalam permainan bulutangkis. Lapangan bulutangkis ini memiliki jam operasional dari pukul 08.00 – 23.00 WIB.

Sebagai fasilitas olahraga yang mendukung aktivitas masyarakat, GOR Revbil menyediakan dua lapangan bulutangkis, selain itu, tersedia tribun penonton yang memungkinkan pengunjung menikmati pertandingan dengan lebih nyaman. Untuk menunjang kebutuhan GOR ini juga dilengkapi fasilitas penunjang seperti toilet, ruang ganti yang memadai, serta mushola bagi para pengunjung yang ingin beribadah. Tidak hanya itu juga kantin yang menyediakan berbagai makanan dan

minuman ringan bagi para pemain dan pengunjung, serta terdapat area parkir. Dari segi harga, GOR Revbil ditujukan untuk umum, sehingga siapa saja yang gemar berolahraga, baik pemula, komunitas bulutangkis, maupun atlet lokal dapat memanfaatkan fasilitas ini untuk berlatih atau sekedar bermain santai. Keberadaan GOR ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan olahraga bulutangkis di wilayah Majenang dan sekitarnya, serta mendorong lebih banyak masyarakat untuk menerapkan gaya hidup sehat melalui olahraga.

Pendirinya juga didasari oleh adanya peluang kolaborasi dalam keluarga, dimana usaha penyewaan lapangan dikelola dengan baik, sementara pelatihan bulutangkis dijalankan oleh adik dan ipar yang berpengalaman sebagai pelatih. Dengan konsep ini, usaha tidak hanya mendukung perkembangan olahraga bulutangkis di lingkungan sekitar, tetapi juga mengoptimalkan peran masing-masing dalam pengelolaan dan pengembangan olahraga di lingkungan sekitar.

2. Visi dan Misi GOR Revbil Majenang

a. Visi :

Menjadi pusat pengembangan olahraga bulutangkis yang unggul dan berprestasi di Majenang, dengan meningkatkan kualitas atlet dan mengembangkan minat serta bakat masyarakat dalam berolahraga.

b. Misi :

- 1) Meningkatkan kualitas atlet bulutangkis di Majenang melalui pelatihan intensif dan berkelanjutan.
- 2) Mengembangkan minat dan bakat masyarakat dalam berolahraga bulutangkis melalui program-program pengenalan dan pengembangan.
- 3) Meningkatkan prestasi olahraga bulutangkis di Majenang melalui partisipasi dalam kejuaraan-kejuaraan lokal, nasional, dan internasional.

B. Karakteristik Responden

Identitas responden merupakan salah satu penilaian responden kepada pelanggan dengan tujuan untuk dapat dibandingkan dengan baik. Responden pada penelitian ini yaitu pengguna GOR Revbil yang sudah pernah menyewa di lapangan bulutangkis tersebut, dengan jumlah responden 99,24 tetapi penulis bulatkan menjadi 100 responden yang dipilih sebagai sampel. Karakteristik masing-masing responden meliputi nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sudah berapa kali menyewa. Informasi ini dikumpulkan untuk menggambarkan keadaan responden, sehingga memudahkan peneliti mengumpulkan data dan memahami hasil penelitian. Berdasarkan pengumpulan data melalui kuisisioner, diperoleh gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden merupakan salah satu penilaian dari peneliti kepada responden atau pengguna pada lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang. Dengan adanya bentuk penilaian jenis kelamin akan mempertimbangkan dari segi mana orang yang berkunjung atau menyewa pada GOR Revbil Majenang. Informasi responden mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-laki	61	61%
2	Perempuan	39	39%
Total		100	100%

Sumber : *Data Primer yang Diolah, 2025.*

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjumlah 100 orang responden yaitu terdiri dari responden Laki-laki yang berjumlah 61 orang dan skala presentase sebesar 61% dan responden perempuan berjumlah 39 orang dan skala presentasenya sebesar 39%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna

lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang ini lebih banyak pengguna Laki-laki dibandingkan perempuan.

2. Usia

Usia atau umur merupakan salah satu penilaian peneliti kepada responden untuk melihat secara langsung dimulai pada usia berapa pengguna GOR Revbil tersebut. Dengan adanya penilaian usia tersebut maka peneliti ingin membandingkan dari segi usia mana yang banyak menjadi pengguna GOR Revbil Majenang. Data mengenai usia responden dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia Responden	Frekuensi	Presentase (%)
<17 Tahun	6	6%
17-25 Tahun	73	73%
>25 Tahun	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025.

Tabel di atas, menunjukkan bahwa total responden berdasarkan kategori usia berjumlah 100 orang. Responden yang berusia <17 tahun berjumlah 6 orang atau 6%, responden yang berusia 17-25 tahun berjumlah 73 orang atau 73%, sedangkan responden yang berusia >25 tahun berjumlah 21 orang atau 21%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 17-25 tahun yang berjumlah 73 orang atau 73%. Hal ini disebabkan bahwa yang menyukai aktivitas bermain bulutangkis yang paling banyak pada usia 17-25 tahun di mana usia tersebut sangat produktif tergolong usia remaja akhir ke dewasa awal karena itu mereka masih mampu melakukan olahraga bulutangkis dengan semangat yang tinggi.

3. Jenis Pekerjaan

Identitas responden selanjutnya dapat diketahui melalui jenis pekerjaan responden, sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	54	54%
2	Wirausaha	13	13%
3	Karyawan	23	23%
4	PNS	5	5%
5	Buruh	1	1%
6	Ibu Rumah Tangga	1	1%
7	Belum Bekerja	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 4.3 dari total 100 responden yang diklasifikasikan berdasarkan jenis pekerjaan oleh para responden menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna yang menyewa GOR Revbil Majenang memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 54%. Dari pekerjaan sebagian besar responden menunjukkan bahwa responden tingkat Pelajar/Mahasiswa dapat diketahui karena anak muda memiliki semangat yang tinggi dalam hal olahraga khususnya olahraga bulutangkis.

4. Tingkat Penggunaan Dalam Menyewa

Hasil persebaran responden berdasarkan Tingkat Penggunaan dalam Menyewa lapangan bulutangkis yaitu, sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penggunaan
dalam Menyewa Lapangan Bulutangkis

No	Berapa Kali Menyewa	Frekuensi	Presentase (%)
1	1 kali	35	35%
2	2 kali	18	18%
3	>2 kali	47	47%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025.

Tabel 4.4 menyajikan hasil data dari 100 responden yang digolongkan berdasarkan Tingkat Penggunaan dalam Menyewa Lapangan Bulutangkis menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat penggunaan dalam menyewa lapangan bulutangkis didominasi oleh responden dengan tingkat penggunaan dalam menyewa lapangan >2 kali yaitu 47 orang atau 47%, kemudian diikuti responden dengan penggunaan menyewa lapangan 1 kali yaitu sebesar 35 orang atau 35%, dan responden dengan tingkat penggunaan dalam menyewa lapangan bulutangkis 2 kali yaitu sebesar 18 orang dengan tingkat presentase sebesar 18%.

C. Hasil Analisis Data

1. Transformasi Data dari Ordinal ke Interval

Dalam penelitian ini, variabel independen seperti Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, dan Kualitas Pelayanan diukur dengan menggunakan skala ordinal, begitu pula dengan variabel dependen yaitu Keputusan Sewa yang juga menggunakan skala ordinal. Oleh karena itu, agar data dapat dianalisis lebih lanjut dengan metode statistik yang lebih akurat, diperlukan peningkatan tingkat pengukuran dari skala ordinal menjadi skala interval (Haryani, 2019).

Transformasi data dari skala ordinal ke interval dilakukan dengan metode *Method of Successive Interval* (MSI). Pelaksanaan metode ini

dapat dibantu oleh perangkat lunak MSI yang terintegrasi dalam *Microsoft Excel*. Langkah-langkah dalam metode ini melibatkan perhitungan skor interval dari data ordinal sehingga hasilnya dapat lebih akurat dan memenuhi syarat untuk analisis statistik lanjutan.

Hasil pengolahan data menggunakan MSI ini telah dilampirkan dalam Lampiran. Transformasi ini penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis memiliki tingkat pengukuran yang sesuai, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih valid dan reliabel dalam mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 5 Tabel Hasil Transformasi *Method of Successive Interval*

Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	3.000	6.000	0.060	0.060	0.119	-1.555	1.000
	4.000	87.000	0.870	0.930	0.134	1.476	2.968
	5.000	7.000	0.070	1.000	0.000		4.903
2.000	3.000	12.000	0.120	0.120	0.200	-1.175	1.000
	4.000	64.000	0.640	0.760	0.311	0.706	2.494
	5.000	24.000	0.240	1.000	0.000		3.962
3.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2.000	6.000	0.060	0.070	0.134	-1.476	1.872
	3.000	23.000	0.230	0.300	0.348	-0.524	2.737
	4.000	49.000	0.490	0.790	0.288	0.806	3.787
	5.000	21.000	0.210	1.000	0.000		5.038
4.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2.000	6.000	0.060	0.070	0.134	-1.476	1.872
	3.000	35.000	0.350	0.420	0.391	-0.202	2.932
	4.000	46.000	0.460	0.880	0.200	1.175	4.080
	5.000	12.000	0.120	1.000	0.000		5.332
5.000	3.000	11.000	0.110	0.110	0.188	-1.227	1.000
	4.000	53.000	0.530	0.640	0.374	0.358	2.358
	5.000	36.000	0.360	1.000	0.000		3.749
Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	3.000	0.030	0.030	0.068	-1.881	1.000
	3.000	10.000	0.100	0.130	0.212	-1.126	1.833
	4.000	75.000	0.750	0.880	0.200	1.175	3.283
	5.000	12.000	0.120	1.000	0.000		4.935
2.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000

	3.000	13.000	0.130	0.140	0.223	-1.080	2.158
	4.000	65.000	0.650	0.790	0.288	0.806	3.564
	5.000	21.000	0.210	1.000	0.000		5.038
3.000	2.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	3.000	16.000	0.160	0.170	0.253	-0.954	2.250
	4.000	61.000	0.610	0.780	0.296	0.772	3.595
	5.000	22.000	0.220	1.000	0.000		5.011
4.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	3.000	12.000	0.120	0.130	0.212	-1.126	2.124
	4.000	74.000	0.740	0.870	0.212	1.126	3.665
	5.000	13.000	0.130	1.000	0.000		5.292
5.000	2.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	3.000	8.000	0.080	0.090	0.162	-1.341	1.968
	4.000	74.000	0.740	0.830	0.253	0.954	3.543
	5.000	17.000	0.170	1.000	0.000		5.154
Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	4.000	0.040	0.040	0.086	-1.751	1.000
	3.000	11.000	0.110	0.150	0.233	-1.036	1.818
	4.000	73.000	0.730	0.880	0.200	1.175	3.200
	5.000	12.000	0.120	1.000	0.000		4.821
2.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2.000	1.000	0.010	0.020	0.048	-2.054	1.489
	3.000	12.000	0.120	0.140	0.223	-1.080	2.214
	4.000	69.000	0.690	0.830	0.253	0.954	3.621
	5.000	17.000	0.170	1.000	0.000		5.154
3.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2.000	1.000	0.010	0.020	0.048	-2.054	1.489
	3.000	8.000	0.080	0.100	0.175	-1.282	2.077
	4.000	68.000	0.680	0.780	0.296	-0.772	3.488
	5.000	22.000	0.220	1.000	0.000		5.011
4.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2.000	1.000	0.010	0.020	0.048	-2.054	1.489
	3.000	14.000	0.140	0.160	0.243	-0.994	2.273
	4.000	67.000	0.670	0.830	0.253	0.954	3.651
	5.000	17.000	0.170	1.000	0.000		5.154
5.000	1.000	2.000	0.020	0.020	0.048	-2.054	1.000
	3.000	12.000	0.120	0.140	0.223	-1.080	1.970
	4.000	65.000	0.650	0.790	0.288	0.806	3.320
	5.000	21.000	0.210	1.000	0.000		4.793
Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	3.000	22.000	0.297	0.297	0.346	-0.532	1.000
	4.000	52.000	0.703	1.000	0.000		2.657

2.000	1.000	1.000	0.014	0.014	0.035	-2.211	1.000
	2.000	3.000	0.041	0.054	0.110	-1.607	1.709
	3.000	16.000	0.216	0.270	0.331	-0.612	2.539
	4.000	54.000	0.730	1.000	0.000		4.015
3.000	3.000	14.000	0.187	0.187	0.268	-0.890	1.000
	4.000	61.000	0.813	1.000	0.000		2.768
4.000	2.000	3.000	0.039	0.039	0.085	-1.757	1.000
	3.000	31.000	0.408	0.447	0.395	-0.132	2.399
	4.000	42.000	0.553	1.000	0.000		3.875

Sumber: Temuan dari Kuisisioner SPSS Versi 26

Setelah diperoleh data hasil transformasi maka akan dilanjutkan dengan menguji asumsi klasik untuk model regresi.

2. Hasil Uji Instrumen

Uji Instrumen dilakukan untuk menentukan apakah data responden dapat digunakan untuk penelitian ini. Adapun pengujian Instrumen yang digunakan berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas digunakan guna menetapkan apakah data yang diperoleh melalui *survey* dengan instrumen pengukuran yang digunakan (kuisisioner) tersebut valid atau tidak. Pengukuran validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} (hasil korelasi antar item) dengan nilai r_{tabel} sebagai acuan. Suatu item pertanyaan dalam kuisisioner penelitian dianggap valid jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} .

Penentuan nilai r_{tabel} dilakukan dengan terlebih dahulu menghitung derajat kebebasan (*degree of freedom*) menggunakan rumus $df = n - 2$. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan tingkat signifikansi 0,05, maka diperoleh df sebesar 98. Berdasarkan nilai tersebut, didapatkan r_{tabel} sebesar 0,196. Pengujian validitas dan penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS versi 26 dan menghasilkan hasil yang sesuai.

Tabel 4. 6
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Pengaruh Persepsi Harga (X1)	X1.1	0,550	0,196	Valid
	X1.2	0,782	0,196	Valid
	X1.3	0,676	0,196	Valid
	X1.4	0,630	0,196	Valid
	X1.5	0,759	0,196	Valid
Fasilitas Lapangan (X2)	X2.1	0,658	0,196	Valid
	X2.2	0,583	0,196	Valid
	X2.3	0,692	0,196	Valid
	X2.4	0,638	0,196	Valid
	X2.5	0,609	0,196	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,826	0,196	Valid
	X3.2	0,912	0,196	Valid
	X3.3	0,820	0,196	Valid
	X3.4	0,868	0,196	Valid
	X3.5	0,857	0,196	Valid
Keputusan Sewa (Y)	Y1	0,901	0,196	Valid
	Y2	0,756	0,196	Valid
	Y3	0,846	0,196	Valid
	Y4	0,795	0,196	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, mendapatkan hasil bahwa perhitungan validitas dari setiap item pertanyaan pada setiap variabel ditunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,196. Dapat disimpulkan bahwa setiap penilaian pada kuisisioner dianggap valid, yang menunjukkan adanya kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data dilapangan. Semua pertanyaan dapat

digunakan untuk mengukur masing-masing variabel yaitu Pengaruh Persepsi Harga (X1), Fasilitas Lapanagan (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Sewa (Y)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai suatu angket atau kuisisioner dapat memberikan hasil yang konsisten sebagai indikator dari suatu variabel. Instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan menunjukkan konsistensi atau kesetabilan dari waktu ke waktu. Dengan demikian reliabel adalah suatu keadaan instrument penelitian tersebut akan tetap menghasilkan data yang sama meskipun disebarkan kepada sampel yang berbeda dan pada waktu yang berbeda.

Tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk menilai derajat stabilitas skala dan konsistensi responden dalam menjawab kuisisioner sehingga jika diberikan berkali-kali dapat memberikan hasil yang konsisten. Kriteria penilaian reliabilitas menurut Arikunto sebagai berikut:

0,00-0,20 = Sangat Tidak Reliabel

0,20-0,24 = Tidak Reliabel

0,40-0,60 = Cukup Reliabel

0,60-0,80 = Reliabel

0,80-1,00 = Sangat Reliabel

Dengan penelitian ini, *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas atau tidak reliabilitas suatu variabel. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Sebaliknya, jika nilai tersebut $< 0,60$, maka variabel dinyatakan tiadak reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 26 memperoleh hasil berikut:

Tabel 4. 7
Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pertanyaan	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Pengaruh Persepsi Harga (X1)</i>	5	0,710	Reliabel
<i>Fasilitas Lapangan (X2)</i>	5	0,632	Reliabel
<i>Kualitas Pelayanan (X3)</i>	5	0,909	Sangat Reliabel
<i>Minat Sewa (Y)</i>	4	0,841	Sangat Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan pengujian tabel di atas, bahwa nilai *cronbach's alpha* tiap variabel yaitu, variabel persepsi harga 0,710, untuk variabel fasilitas lapangan 0,632, variabel kualitas pelayanan 0,909 dan untuk variabel keputusan sewa sebesar 0,841. Uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih besar dari nilai standar yaitu 0,60. Maka semua item pertanyaan pada kuisisioner penelitian ini dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya. Instrumen penelitian dikatakan reliabel artinya jika mengukur variabel yang sama akan menghasilkan hasil data yang relatif sama.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data atau sampel berasal dari populasi

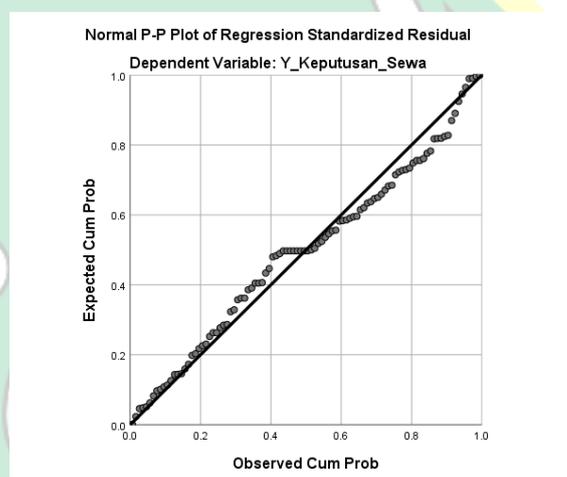
yang terdistribusi normal atau mendekati distribusi normal (Putri et al., 2023). Hal tersebut dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat analisis grafik dan non grafik.

1) Metode Grafik

Dalam metode grafik menggunakan normal probability plot, distribusi normal suatu data dapat diidentifikasi melalui pola titik-titik yang tersebar disekitar atau mengikuti garis diagonal.

Gambar 4. 1

Grafik Normal Plot



Pada gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa data benar-benar berdistribusi normal, karena titik-titik tersebut membentuk pola yang hampir lurus disepanjang garis, dan menunjukkan bahwa sebaran data sesuai dengan distribusi normal yang diharapkan. Sebaliknya jika penyimpangan signifikan dari garis diagonal dapat mengindikasikan adanya ketidaksesuaian dengan distribusi normal.

2) Metode Non Grafik

Uji normalitas dengan metode non-grafik dapat dilakukan melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan untuk menilai apakah suatu data berdistribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebagai indikator signifikansi. Jika nilai signifikansi yang

diperoleh $> 0,05$, maka data residual dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai sig $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 8
Uji Normalitas Kolomogrov Smirnov

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Keterangan
0,119	0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,119. Karena nilai tersebut $>$ dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi asumsi distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan antar variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolineritas agar setiap variabel independen dapat memberikan kontribusi yang valid terhadap variabel dependen (Firsti Zakia Indri & Gerry Hamdani Putra, 2022).

Tabel 4. 9
Uji Multikolineritas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Harga	0,621	1,611	Non Multikolineritas
Fasilitas Lapangan	0,774	1,292	Non Multikolineritas
Kualitas Pelayanan	0,695	1,438	Non Multikolineritas

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas semua variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai nilai Tolerance yang $>$ dari 0,1 serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) $<$ dari 10. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak ditemukan indikasi multikolinieritas diantara variabel bebas, sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan valid.

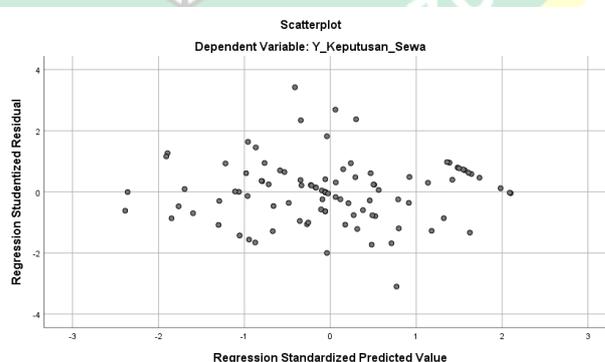
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat kesamaan atau ketidaksamaan antara varians residual diseluruh pengamatan dalam model regresi. Jika terjadi heteroskedastisitas, maka asumsi klasik regresi tidak terpenuhi, yang dapat mempengaruhi keakuratan estimasi (Zahriyah et al., 2021). Untuk mengetahui hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan dua metode yaitu metode grafik dan non grafik.

1) Metode Grafik

Metode grafik digunakan untuk mendeteksi pola residual dalam suatu model regresi melalui grafik. Jika distribusi residual memiliki varians yang konstan (heteroskedastisitas), maka penyebaran titik-titik pada grafik akan terlihat acak tanpa pola yang pasti, begitupun sebaliknya.

Gambar 4. 2
Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebaran titik-titik tidak menunjukkan pola yang jelas, seperti gelombang,

penyebaran yang semakin melebar, ataupun penyempitan. Selain itu, data tersebar secara acak di sekitar garis bawah angka nol, baik di atas maupun dibawahnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas.

2) Metode Non Grafik

Uji heteroskedastisitas dalam metode Glejser merupakan salah satu teknik non-grafik yang paling akurat untuk mengidentifikasi perbedaan dalam penyebaran nilai residual pada model regresi. Metode ini dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Untuk menilai ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, digunakan nilai signifikansi (*Sig.*). Jika nilai *Sig.* > dari 0,05, maka dapat disimpulkan model regresi dapat tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 10
Uji Glejser

Variabel	<i>Sig.</i>	Keterangan
Persepsi Harga	0,712	Non Heteroskedastisitas
Fasilitas Lapangan	0,690	Non Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,903	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan tabel 4.9 mengenai uji heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansi dari variabel persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan mempunyai nilai > dari 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau asumsi uji heteroskedastisitas sudah terpenuhi.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, proses analisis data dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 26.0 dan menerapkan teknik regresi linear berganda. Analisis ini bertujuan untuk menguji dan mengidentifikasi variabel bebas yang terdiri atas persepsi harga (X1), fasilitas lapangan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel terikat yaitu minat sewa (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang diterapkan dalam analisis ini disajikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Keputusan sewa (variabel terikat)
a	= Konstanta
b ₁ b ₂ b ₃	= Koefisien regresi linier berganda
x ₁	= Persepsi harga (variabel bebas)
x ₂	= Fasilitas lapangan (variabel bebas)
x ₃	= Kualitas Pelayanan (variabel bebas)
e	= <i>Standar Error</i>

Tabel 4. 11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,842	1,728		-3,959	0,000
	Persepsi Harga	0,581	0,101	0,442	5.729	0,000
	Fasilitas Lapangan	0,261	0,099	0,183	2.645	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,374	0,076	0,357	4.904	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Sewa

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Merujuk pada tabel 4.10, diperoleh bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -6,842 + 0,581 X_1 + 0,261 X_2 + 0,374 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Sewa

a = Konstanta

X₁ = Persepsi Harga

X₂ = Fasilitas Lapangan

X₃ = Kualitas Pelayanan

e = Standar *Error*

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Nilai konstanta (a) pada persamaan regresi penelitian ini bernilai sebesar -6,842 yang berarti jika persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan tidak mengalami perubahan maka nilai keputusannya sebesar -6,842.
- b. b₁ (nilai koefisien regresi X₁) sebesar 0,581 dan bernilai positif. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel persepsi harga (X₁) akan meningkatkan keputusan sewa (Y) sebesar 0,581 satuan, dengan catatan bahwa variabel lainnya tidak mengalami perubahan.
- c. Koefisien regresi untuk variabel X₂ (b₂) memiliki nilai sebesar 0,261 dengan bernilai positif. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel fasilitas lapangan (X₂) akan meningkatkan keputusan sewa (Y) sebesar 0,261 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel X₃ (b₃) adalah bernilai positif. Ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X₃) akan meningkatkan keputusan sewa (Y) sebesar 0,374 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

4. Uji Hipotesis

- a. Uji T (Uji Parsial)

Uji-t atau T-test merupakan salah satu metode dalam uji statistik parametrik. Menurut Ghozali (2012), uji statistik digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh suatu variabel bebas secara individu

dalam menjelaskan variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Keputusan untuk menerima dan menolak hipotesis dalam uji ini didasarkan pada kriteria berikut (Magdalena & Angela Krisanti, 2019):

- 1) Hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Jika nilai signifikansi > dari 0,05, ini berarti bahwa secara persial, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Jika nilai signifikansi < dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini berarti bahwa secara persial, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Nilai tabel dapat dicari pada statistik pada tingkat signifikansi 0,05. Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai T_{hitung} , $df = (n-k)$ sehingga $(100-4) = 96$, dan diperoleh T_{tabel} sebesar 1,661.

Tabel 4. 12
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,842	1,728		-3,959	0,000
	Persepsi Harga	0,581	0,101	0,442	5.729	0,000
	Fasilitas Lapangan	0,261	0,099	0,183	2.645	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,374	0,076	0,357	4.904	0,000
a. Dependent Variable: Keputusan Sewa						

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025..

Dari hasil yang dicantumkan pada tabel 4.11 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Hasil uji t untuk variabel persepsi harga (X1) menunjukkan tingkat signifikansi bernilai $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa

tingkat signifikansi yang diperoleh berada di bawah batas 5%. Selain itu nilai *t hitung* sebesar $5,729 > 1,661$ dari *t tabel*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan sewa (Y) pada GOR Revbil Majenang. Oleh karena itu, hipotesis pertama **DITERIMA**.

b) Hasil uji *t* untuk variabel fasilitas lapangan (X2) menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang diperoleh berada dibawah 5%. Selain itu, nilai *t hitung* sebesar $2,645 > 1,661$ dari *t tabel*. Berdasarkan hasil ini, dengan demikian variabel fasilitas lapangan (X2) terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan sewa (Y) di GOR Revbil Majenang. Dengan demikian, hipotesis kedua **DITERIMA**.

c) Hasil uji *t* untuk variabel kualitas pelayanan (X3) menunjukkan tingkat signifikansi bernilai sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut mengindikasikan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh berada dibawah 5%. Selain itu, nilai *t hitung* sebesar $4,904 > 1,661$ dari *t tabel*. Dengan demikian, disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan sewa (Y) pada GOR Revbil Majenang. Dengan demikian, hipotesis ketiga **DITERIMA**.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk menilai hubungan simultan antar variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen secara keseluruhan. Nilai F hitung diperoleh berdasarkan derajat kebebasan (df) pada tingkat signifikansi 5% dengan rumus (Widarma & Ridjal, 2024):

Dalam penelitian ini untuk menghitung F hitung yaitu:

$$df1 = k-1 = 4-1 = 3$$

$$df2 = n-k = 100-3 = 97$$

Sehingga (3 ; 97) dan diperoleh F tabel sebesar 2,698.

Pengujian ini dikaitkan dengan hipotesis sebagai berikut:

- 1) H_0 : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) H_a : Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan pada uji F:

- 1) Membandingkan nilai F *hitung* dengan F *tabel*
 - a) Jika $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - b) Jika $F_{tabel} \leq F_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Menggunakan probabilitas signifikansi
 - a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka Hipotesis nol (H_0) diterima dan Hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
 - b) Sebaliknya, jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka Hipotesis nol (H_0) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$) untuk menentukan apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 13
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3	324.062	58.401	.000 ^b
	Residual	96	5.549		
	Total	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Sewa

b. Predictors: (Constant), Kualitas.Pelayanan, Fasilitas Lapangan, Persepsi Harga

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $58,401 > 2,698$. Hal ini berarti nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , selain itu, signifikansi nilai yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan, antara variabel persepsi harga (X_1), fasilitas lapangan (X_2), kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan sewa (Y). Dengan demikian, hipotesis keempat (H_4) **DITERIMA**, yang mengindikasikan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama memainkan peran penting dalam menentukan preferensi pengguna dalam memilih sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan salah satu indikator penting dalam analisis regresi yang berfungsi untuk menilai seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien ini berada antara 0 hingga 1, dimana semakin mendekati angka 1, maka kemampuan variabel independen dalam memberikan penjelasan terhadap variabel dependen dianggap semakin kuat (Widarma & Ridjal, 2024).

Jika koefisien determinasi memiliki nilai yang rendah, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa kontribusi variabel independen dalam menerangkan variasi yang terjadi pada variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, semakin mendekati angka 1, maka semakin besar pula proposi informasi dari variabel independen yang dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen secara akurat.

Tabel 4. 14
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	0,804	0,646	0,635	2.356
a. Predictors: (Constant), persepsi harga, fasilitas lapangan, kualitas pelayanan				

Sumber: Data Primer Diolah SPSS versi 26, 2025.

Dari informasi hasil analisis yang disajikan dalam tabel 4.13, nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah 0,635 atau 63,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 63,5% terhadap keputusan sewa pada sewa lapangan di GOR Revbil Majenang. Sementara itu, sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti lokasi, strategi promosi, gaya hidup dan lain-lain.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap keputusan sewa pengguna di GOR Revbil Majenang

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan antar variabel independen yaitu persepsi harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang. Temuan ini diperoleh melalui pengujian persial (uji t) yang dilakukan dengan bantuan SPSS *Versi 26*, variabel ini menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar **(5,729 > 1,661)** dengan tingkat signifikansi yang diperoleh dalam penelitian adalah 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05 atau lebih kecil dari 5%. Selanjutnya koefisien regresi yang didapat dalm uji regresi linear berganda yaitu sebesar 0,581. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi harga benar-benar secara persial

memberikan pengaruh yang positif dan signifikan atau dengan kata lain **hipotesis pertama diterima.**

Namun jika tidak adanya pengaruh dari variabel keputusan sewa, maka keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang menunjukkan angka konstanta yang negatif sebesar -6,842. Artinya apabila pengguna GOR Revbil Majenang tidak merasakan bahwa harga sewa yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi atau manfaat yang diperoleh, maka pengguna tersebut cenderung tidak akan memiliki keputusan sewa yang tinggi terhadap GOR tersebut. Sehingga, perusahaan akan memiliki nilai keputusan sewa yang kecil. Oleh karena itu, apabila dalam menggunakan suatu layanan konsumen mendapati harga yang dianggap wajar dan sebanding dengan manfaat yang diterima, maka konsumen akan cenderung memilih layanan tersebut.

Hal ini sejalan dengan teori Schiffman, Leon dan Kanuk (2018) bahwa persepsi harga merupakan pandangan atau pemahaman konsumen terhadap harga tertentu, baik itu dianggap mahal, murah, atau sesuai, yang memiliki dampak besar pada niat dan kepuasan mereka. Jika pengguna merasa bahwa harga sewa yang diberikan sesuai dengan manfaat yang mereka peroleh, maka mereka cenderung akan menyewa. Sebaliknya, jika harga dianggap terlalu mahal dan tidak sebanding dengan fasilitas dan layanan yang diberikan, maka keputusan sewa akan turun.

Dalam konteks ekonomi syariah, harga harus mencerminkan nilai manfaat yang diterima oleh pengguna serta mengikuti prinsip keadilan dalam transaksi. Sebagaimana disebutkan dalam Q.S An-Nisa:29, transaksi yang baik harus dilakukan atas dasar kesepakatan antara kedua belah pihak tanpa mengandung unsur eksploitasi atau ketidakadilan. Pinsip ini juga memiliki relevansi dalam penentuan harga sewa lapangan, dimana harga yang ditetapkan harus mencerminkan nilai layanan yang diberikan dan tidak mengandung unsur kebatilan (Fitra Analia et al., 2023).

Selain itu, penentuan harga sewa lapangan tidak boleh dilakukan secara sepihak, melainkan harus melalui kesepakatan antara penyedia dan penyewa berdasarkan asas suka sama suka. Pemilik lapangan juga harus bersikap jujur dalam menetapkan harga serta menghindari kenaikan harga yang tidak wajar. Dalam ekonomi Islam, stabilitas harga yang adil sangat dianjurkan melalui regulasi yang transparan dan mekanisme pasar sangat sehat, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna serta mendorong minat sewa lapangan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penetapan harga yang adil dan sesuai dengan ekspektasi pengguna sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat sewa lapangan.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fariz, yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam penyewaan lapangan bulutangkis (Maulana, 2022). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Nepwi juga menemukan bahwa harga sewa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam mempengaruhi keputusan menyewa dengan nilai t_{hitung} 3,260 dan 0,002 (Perdana et al., 2022). Hal ini menegaskan bahwa harga yang sesuai dengan daya beli pengguna dapat meningkatkan keputusan sewa lapangan bulutangkis, sementara harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan keputusan penyewa.

2. Pengaruh Fasilitas Lapangan (X2) terhadap keputusan sewa pengguna di GOR Revbil Majenang

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan antar variabel independen yaitu fasilitas lapangan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang. Temuan ini diperoleh melalui pengujian persial (uji t) yang dilakukan dengan bantuan SPSS *Versi* 26, variabel ini menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar **(2,645 > 1,661)** dengan tingkat signifikansi yang diperoleh dalam penelitian

adalah 0,001 nilai tersebut kurang dari 0,05 atau lebih kecil dari 5%. Selanjutnya koefisien regresi yang didapat dalam uji regresi linear berganda yaitu sebesar 0,267. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fasilitas lapangan benar-benar secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan atau dengan kata lain **hipotesis kedua diterima.**

Namun jika terdapat pengaruh dari variabel fasilitas lapangan, maka keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang menunjukkan angka konstanta yang negatif sebesar -6,842. Hal ini berarti bahwa apabila pengguna GOR Revbil Majenang tidak memiliki persepsi yang positif terhadap fasilitas yang disediakan, maka mereka cenderung memiliki keputusan sewa yang rendah. Dengan demikian, GOR Revbil Majenang memiliki tingkat keputusan sewa yang kecil. Oleh karena itu, salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan sewa adalah fasilitas lapangan yang memadai. Sebab, persepsi terhadap fasilitas lapangan terbentuk melalui kesadaran pengguna. Pengguna yang memiliki pandangan positif terhadap fasilitas yang tersedia akan lebih cenderung meningkatkan keputusan sewanya.

Sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2014), fasilitas merupakan aset fisik yang harus ada sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sedangkan fasilitas menurut Wibisono & Achsa, (2020) merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan konsumen. Teori ini menekankan bahwa fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna, yang pada gilirannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut (Alana & Putro, 2020). Dalam konteks penelitian ini, fasilitas lapangan memadai di GOR Revbil Majenang terbukti bahwa positif dan signifikan dalam meningkatkan keputusan sewa pengguna.

Fasilitas dalam perspektif islam ini terdapat di surah At-Takasur, bahwa fasilitas merupakan faktor utama dalam memberikan pelayanan maksimal agar pengguna merasa puas dan nyaman. Fasilitas yang baik, sehat, dan memberi kemaslahatan adalah bagian dari prinsip ta'awun (tolong menolong) dan *ihsan* (kebaikan). Dengan demikian, penyediaan fasilitas olahraga seperti lapangan bulutangkis yang terawat, aman, dan fungsional akan mendorong keputusan sewa.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Romatua & Nurlina, 2019) dan (Cupiadi & Fadhilah, 2023), penelitian mereka menunjukkan bahwa secara persial variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa dalam keputusan konsumen menggunakan layanan olahraga. Oleh karena itu, maka akan sangat besar pengaruhnya jika setiap perusahaan selalu menjadikan fasilitas sebagai faktor utama dalam meningkatkan keputusan pengguna. Temuan-temuan ini mendukung hasil penelitian saat ini, yang menunjukkan bahwa fasilitas lapangan yang memadai di GOR Revbil Majenang berperan penting dalam meningkatkan keputusan sewa.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap keputusan sewa pengguna di GOR Revbil Majenang

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan antar variabel independen yaitu kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang. Temuan ini diperoleh melalui pengujian persial (uji t) yang dilakukan dengan bantuan SPSS *Versi 26*, variabel ini menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar **(4,904 > 1,661)** dengan tingkat signifikansi yang diperoleh dalam penelitian adalah 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05 atau lebih kecil dari 5%. Selanjutnya koefisien regresi yang didapat dalam uji regresi linear berganda yaitu sebesar 0,374. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan benar-benar secara

persial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan atau dengan kata lain **hipotesis ketiga diterima**.

Namun jika terdapat pengaruh dari variabel kualitas pelayanan, maka minat sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang menunjukkan angka konstanta -6,842. Artinya, jika pengguna GOR Revbil Majenang tidak memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, maka mereka cenderung memiliki minat sewa yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menarik minat penyewa. Pelayanan yang kurang optimal dapat menurunkan kepuasan pengguna dan berdampak pada rendahnya minat mereka untuk kembali menyewa lapangan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan keputusan sewa. Sebab, persepsi terhadap kualitas pelayanan menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan minat sewa. Sebab, persepsi terhadap kualitas pelayanan terbentuk melalui pengalaman interaksi pengguna dengan penyedia layanan. Pengguna yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan akan cenderung memiliki minat sewa yang lebih tinggi serta dapat memberikan rekomendasi positif kepada calon pengguna lainnya.

Oleh karena itu, temuan dalam penelitian ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2012), kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui produk dan jasa yang ditawarkan. Teori ini menekankan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berorientasi pada standar yang ditetapkan oleh penyedia jasa, tetapi juga pada upaya pengelolaan standar tersebut agar selaras dengan ekspektasi pengguna. Semakin tinggi kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pengguna, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi penting dalam menarik minat sewa dan mempertahankan pengguna dalam jangka panjang.

Dalam perspektif Islam, QS An-Nisa ayat 86 menekankan pentingnya membalas penghormatan dengan yang lebih baik atau setara, yang dalam konteks pelayanan dapat diartikan sebagai memberikan layanan yang maksimal kepada pengguna. Ayat ini mengajarkan bahwa interaksi sosial yang baik, termasuk dalam dunia bisnis dan penyediaan jasa harus didasarkan pada prinsip kebaikan dan penghargaan timbal balik (Faradannisa & Supriyanto, 2022). Penerapan nilai ini berarti bahwa pengelola GOR dapat memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan profesional agar pengguna merasa dihargai dan nyaman. Jika pengguna mendapatkan pelayanan yang baik mereka akan lebih cenderung menggunakan layanan jasa tersebut, sehingga meningkatkan keputusan sewa.

Kualitas pelayanan dalam perspektif islam juga tertuang dari surah An-Nisa: 86, Berdasarkan ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa sesama manusia wajib saling menghormati. Jika diterapkan dalam konteks perusahaan jasa, prinsip ini menjadi landasan bagi penyedia jasa untuk menghormati konsumennya

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adhi Widyakto dan Yogi Prima diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyewa lapangan bulutangkis (Adhi Widyakto & Yogi Prima Putra, 2023).

4. Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan sewa pengguna di GOR Revbil Majenang

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan antar variabel independen yaitu persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang. Temuan ini diperoleh melalui pengujian persial (uji t) yang dilakukan dengan bantuan SPSS *Versi 26*, variabel ini menunjukkan bahwa nilai

$F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar **(58,401 > 2,698)** dengan tingkat signifikansi yang diperoleh dalam penelitian adalah 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05 atau lebih kecil dari 5%. Selanjutnya koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,635% atau 63,5%. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan benar-benar secara simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan atau dengan kata lain **hipotesis keempat diterima**.

Terbuktinya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga (X1), fasilitas lapangan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) merupakan faktor-faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam keputusan sewa (Y) di GOR Revbil Majenang. Hal tersebut didasarkan pada persepsi harga yang ditawarkan oleh pengelola GOR yang akan mempengaruhi keputusan sewa pengguna, fasilitas lapangan yang baik juga mampu meningkatkan keputusan sewa pengguna dalam memilih GOR Revbil Majenang. Selanjutnya, kualitas pelayanan yang semakin baik akan berdampak positif terhadap peningkatan keputusan sewa.

Dalam penelitian ini, persepsi harga yang sesuai dengan kemampuan finansial merupakan tindakan yang didasarkan pada prinsip keadilan. Selanjutnya, fasilitas lapangan yang mendukung kenyamanan dan kebutuhan pengguna mencerminkan prinsip kemaslahatan. Kemudian, kualitas pelayanan yang baik mencerminkan prinsip keseimbangan. Keseluruhan aspek tersebut berpengaruh terhadap keputusan sewa di GOR Revbil Majenang.

Studi sebelumnya oleh (Maulana, 2022) menunjukkan bahwa variabel persepsi harga dan kualitas pelayanan keduanya berpengaruh secara simultan terhadap keputusan dalam kepuasan pengunjung. Selain itu, penelitian sebelumnya oleh (Sunarsi et al., 2020) juga menunjukkan bahwa variabel harga dan fasilitas secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat untuk mempertahankan keputusan sewa di masa depan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan-temuan sebelumnya yang

menegaskan bahwa persepsi harga, fasilitas lapangan dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan sewa.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi harga, fasilitas lapangan, dan kualitas pelayanan terhadap minat sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil Majenang. Semakin terjangkau dan sesuai harga dengan fasilitas yang diberikan, semakin tinggi keputusan pengguna untuk menyewa.
2. Fasilitas Lapangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa lapangan. Penyewaan lebih tertarik untuk menggunakan lapangan yang memiliki fasilitas lengkap, seperti kondisi lantai lapangan yang baik, pencahayaan yang memadai, serta fasilitas pendukung seperti ruang ganti dan parkir yang memadai. Semakin lengkap dan baik fasilitas yang ada, semakin tinggi keputusan pengguna untuk menyewa.
3. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa lapangan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pengguna dari kualitas pelayanannya maka keputusan sewa akan semakin mendorong mereka untuk melakukan penyewaan ulang.
4. Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa lapangan bulutangkis GOR Revbil Majenang. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi dari ketiga faktor tersebut menjadi pertimbangan utama bagi pengguna dalam membuat keputusan sewa.

B. Saran

1. Bagi Pengelola GOR Revbil Majenang
 - a. Sebaiknya mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif dan tetap memperhatikan daya beli masyarakat agar keputusan sewa tetap tinggi.
 - b. Meningkatkan fasilitas lapangan, seperti melakukan perawatan rutin pada lantai lapangan, net, dan pencayahayaannya serta kebersihan toilet.
 - c. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan melatih petugas atau staff agar lebih profesional dalam melayani penyewa dan membuka pelayanan untuk sewa raket bagi pemain yang tidak membawa.
2. Bagi Masyarakat dan Pengguna
 - a. Pengguna diharapkan dapat lebih selektif dalam memilih tempat penyewaan lapangan bulutangkis dengan mempertimbangkan faktor harga, fasilitas, dan pelayanan agar mendapatkan pengalaman terbaik dalam bermain bulutangkis.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam cakupan wilayah penelitian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan cakupan yang lebih luas atau dengan menambahkan variabel lain seperti loyalitas pengguna, lokasi atau strategi promosi dan lainnya.
 - b. Menggunakan metode penelitian yang lebih variatif, seperti penelitian kualitatif untuk menggali lebih dalam pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan GOR revbil atau pendekatan ini juga dapat digunakan untuk meneliti aspek manajemen pengelolaan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Widyakto, & Yogi Prima Putra. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapaga Bulutangkis PB SABA Semarang. *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(1), 19–27. <https://doi.org/10.56869/jmec.v2i1.432>.
- Aisy, C. R., & Zakariya, N. A. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UINSA Mart. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions. Human Behavior and Emerging Technologies*. 2(4), 314–324.
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>.
- Amir, A., Junaidi, & Yulmardi. (2009). Metodologi Penelitian. In *IPB Press*.
- Anggraeni, T. C. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow. *Journal Research of Management*, 3(3), 10–19.
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, 3(3), 217–230.
- Arifin, S., Anisa, N. A., & Utomo, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya. *Journal on Education*, 5(3), 9629–9636. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1840>.
- Armstrong, K. . dan G. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13.). Erlangga.
- Asmidayanti. (2021). *Pengaruh Tarif, Jarak Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Jasa Penyewaan Lapangan Bulutangkis Naga Mas Di Kota Tarakan*.
- Ausha, C. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Mebel Minimalis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Toko Perabot Karya Kecamatan Indra Jaya Kabupaten Pidie)*.
- Aziz, M. F., Akuntansi, J., Ekonomi, F., Semarang, U. N., Jayanto, P. Y., Akuntansi, J., Ekonomi, F., & Semarang, U. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor

Yang Semarang. *Jurnal Masharifat-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 442–455.

Budiastuti, S., Hartati, S., & Suseno. (2022). Analisis Pengaruh Rasio-Rasio Keuangan Perbankan Terhadap Kinerja Perbankan. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 5(1), 56–70. <https://doi.org/10.32493/jk.v6i4.y2018.p76-87>.

Cupiadi, H., & Fadhilah, S. N. (2023). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sarana Olahraga (SOR) Kerkof Garut*.

Dwi Putra Hendro ariantoro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu dan riset Manajemen*, 9(6), 1–23.

Estamarinda, E., Akila, A., & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi (Maninvestasi)*, 3(1), 69–82. <https://doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v3i1.6407>.

Faradannisa, M., & Supriyanto, A. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 76–94..

Febriana Sulistya Pratiwi. (2022). *Analisis Permintaan Jasa Penyewaan Lapangan Bulutangkis Di Kota Tarakan* (Nomor 8.5.2017). <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>.

Firsti Zakia Indri, & Gerry Hamdani Putra. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 236–252. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.242>.

Fitra Analia, Abdul Wahab, & Rahman Ambo Masse. (2023). Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi: Syariah Fair Pricing Mechanism In Sharia Economy. *JEPA: Journal of Economic, Public, and Accounting*, 5(2), 154–163.

Fitriyanto, N. W. (2019). *Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Tunjang Futsal Stadium*.

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.

Halim, A. F., Vionika, A., & Ningrum, F. S. (2023). *Kerja Terhadap Kinerja*

Karyawan Bank. 5(1), 38–45.

Hartarto, I., & Lubis, F. A. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pasar Terhadap Bisnis Sewa Lapangan Olahraga Di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 1015–1024. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2568>.

Haryani, D. (2019). Peningkatan Skala Pengukuran Data Ordinal Menjadi Skala Interval Menggunakan Metode MSI (Method of Successive Interval). *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 5(1), 49–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.33772/jim.v5i1.7045>.

Hazari, S. (2014). *Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Dimediasi Oleh Variabel Promosi Pada Objek Wisata Pulau Cinta Di Dusun Teluk Jering Desa Teluk Kenidai Kecamatan Tambang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah*.

Janna, N. M. (2021). *Artikel Statistik yang Benar*. 1–12.

Kasmir. (2015). *Pemasaran Bank*. Kencana.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012a). *Manajemen Pemasaran* ((Edisi 12)). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012b). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Erlangga.

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12.). Erlangga.

M. Mudavi Al-Haqqi, Tengku Mahesa Khalid, & Lestary Fitriayany. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Mudharabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 41–54. <https://doi.org/10.57113/his.v2i2.56>.

Magdalena, R., & Angela Krisanti, M. (2019). Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35–48.

Maula Famungka, & Ida Martini Alriani. (2023). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang. *Jurnal Kendali Akuntansi*, 1(2), 142–158. <https://doi.org/10.59581/jka-widyakarya.v1i2.238>.

Maulana, F. R. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Gor Bulutangkis Gunper Tasikmalaya. *Insight Management Journal*, 3(1), 11–21. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i1.212>.

- Mehilda, S., Meliyana, M., & Hendarsyah, D. (2021). Urgensi Kualitas Pelayanan Distribusi Zakat Produktif Terhadap Kepuasan Mustahiq. *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 114–126. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i2.5273>.
- Melfia, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lapangan Futsal Montella Sport Centre Di Kecamatan Kupitan. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. http://www.academia.edu/download/35360663/Metode_Penelitian_Kualitaif.docx
- Nabila, A. P. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use , Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Semarang*.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*. <https://doi.org/https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>, 53.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>.
- Perdana, N. E., Futsal, L., & Pandemi, P. (2022). Pengaruh Harga Sewa, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Sewa Ulang Lapangan Futsal Pasca Pandemi Covid-19. *E-ISSN: 2685-8827 Jurnal Manajemen Riset dan Teknologi Universitas Karimun (JURNAL MARITIM) Vol., 4(1), 39–52*. <https://ejournal.universitaskarimun.ac.id/index.php/OJSM/article/view/652>.
- Putri, D. R., Azis, A. D., & Rizqi, M. N. (2023). Analisis Rasio Keuangan Dan Financial Distress Sebelum Dan Sesudah Covid-19 Subsector Food and Beverage. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 564–572. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i3.1727>.
- Romatua, D., & Nurlina. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lapangan All Star Futsal Padang. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 53(9), 1689–1699. <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jab/article/view/1598>.
- Safrianita, N., Nasution, M. A., & Firah, A. (2025). Pengaruh Lokasi Usaha Dan Harga Sewa Terhadap Keputusan Pedagang Menyewa Kios Di Paud Kota Medan. *Jurnal Multidisiplin Dan Sains*, 1(2), 53–65.
- Saipuloh, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas

- Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9), 4441–4455.
- Santacruz Lozano, J. A., Mateos, M. E., Remón, A. C., & Jiménez-Beatty Navarro, J. E. (2021). Spanish sport facilities: Differences between public and private, and according to their business model. *Retos*, 2041(39), 38–45. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i39.74842>.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen*. PT Indeks.
- Setiawan, O., Simorangkir, E. S., Astri, D., & Purwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 64–77. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i2.21900>.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Budi Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PT. Pustaka Baru.
- Sulasih, S. (2017). Kajian Persepsi Harga, Kemasan, Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Khas Bumiayu Jawa Tengah. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i1.561>.
- Sunarsi, D., Barsah, A., Hastono, H., Akbar, I. R., & Pamulang, U. (2020). *Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Minat Sewa Kost yang Berdampak pada Prestasi Belajar Mahasiswa di Yogyakarta The Influence of Prices and Facilities Towards Rental Interests that Impact on Student Achievements in Yogyakarta*. 3(2), 601–609.
- Syantoso, A., Komarudin, P., & Setya, I. (2018). Tafsir Ekonomi Islam Atas Konsep Adil Dalam Transaksi Bisnis. *Elektronik*, 1, 4.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan Dan Penelitian*. Andi Offset.
- Wahyudi, I. (2021). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada M2M Indonesian Fast Food Cabang Pahlawan Mojokerto. *FADZAT Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 95–114. <https://doi.org/10.58787/fdzt.v1i2.11>.
- Warsito, C., Solikhin, I., Farhah, N. U., Suganda, A., & Khaerudin, A. (2020). Muslim Consumer Satisfaction on Consumer Purchase Decision of Application-Based Online Motorcycle Taxi. *Hamdard Islamicus*, 43, 2169–2186. <https://doi.org/10.57144/hi.v43iSpecialIssue.249>.
- Wibisono, H., & Achsa, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Servis Kendaraan. *Image*, 9 (2), 92–100.
- Widarma, & Ridjal, M. R. (2024). *Pengaruh Persepsi Risiko dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Onlineshop Tokopedia (Studi Pada Konsumen di Kabupaten Bogor) Promosi Penjualan (Sales Promotion), Penjualan Personal (Personal Selling), Hubungan Masyarakat (Public Relations)*.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Yudha Gusti Wibowo, M. A. (2019). Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Karyawan Bank Muamalat Cabang Jambi. *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 157–176. <https://doi.org/10.24090/ej.v7i1.3450>.
- Yuliana, Y., Arwin, A., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis*, 6(2), 680–690. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.1032>.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS. In *Mandala Press*.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Bulutangkis GOR Revbil” (Studi Kasus Pengguna GOR Revbil Majenang)

Kepada Yth.

Pelanggan GOR Revbil

Di Majenang

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Arvinda Dwiwati dari mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri prodi Ekonomi Syariah yang pada saat ini sedang menyusun skripsi. Dengan ini saya memohon saudara/i untuk menjadi partisipan dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria berikut :

Adapun tujuan dari penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan akademis, sehingga data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiandan kerjasama saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Hormat Saya,

A. Petunjuk Penelitian

1. Pengisi kuisioner adalah penyewa yang sudah pernah menyewa minimal satu kali di Lapangan Bulutangkis GOR Revbil Majenang.
2. Mohon kuisioner diisi dengan lengkap seluruh pernyataan yang ada.
3. Berikan tanda *checklist* pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.
4. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu jawaban.

B. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : <17 tahun 17-25 tahun
 >25 tahun
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Wirausaha
 Karyawan PNS
 Lainnya.....
5. Sudah berapa kali menyewa : 1 kali 2 kali >2 kali

C. Pertanyaan Penelitian

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut:

- STS : Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1
 TS : Tidak Setuju, diberi skor 2
 KS : Kurang Setuju, diberi skor 3
 S : Setuju, diberi skor 4
 SS : Sangat Setuju diberi skor 5

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
1. Pengaruh Persepsi Harga (X1)						
1.	Saya merasa harga sewa lapangan bulutangkis yang ditawarkan oleh GOR Revbil					

	terjangkau.					
2.	Harga sewa lapangan sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.					
3.	Harga sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil mempengaruhi keputusan saya dalam menyewa lapangan.					
4.	Saya merasa harga sewa lapangan ini lebih kompetitif dibandingkan dengan tempat lain.					
5.	Harga sewa lapangan sebanding dengan kualitas lapangan yang diberikan.					
2. Fasilitas Lapangan (X2)						
1.	Lapangan di GOR Revbil Majenang bersih dan nyaman untuk digunakan.					
2.	Kondisi lapangan dalam keadaan baik dan layak dipakai.					
3.	Fasilitas pendukung (tempat duduk, mushola, ruang ganti, toilet, kantin dan parkir) tersedia dengan baik.					
4.	Fasilitas yang tersedia sudah cukup mendukung kegiatan bermain bulutangkis.					
5.	Saya merasa fasilitas yang diberikan sudah cukup menunjang kebutuhan bermain bulutangkis.					
3. Kualitas Pelayanan (X3)						
1.	Staff di GOR Revbil Majenang sigap dalam melayani penyewa.					
2.	Staff memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.					
3.	Proses pemesanan lapangan mudah dan efisien.					
4.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak GOR Revbil Majenang.					

5.	Komunikasi dengan staff GOR Revbil Majenang sangat jelas dan membantu.					
4. Keputusan Sewa (Y)						
1.	Saya memilih sewa lapangan bulutangkis di GOR Revbil sesuai dengan keinginan					
2.	Saya ingin merekomendasikan GOR Revbil Majenang kepada teman atau keluarga.					
3.	Saya merasa puas dengan pengalaman menyewa lapangan di GOR Revbil Majenang.					
4.	Saya lebih memilih GOR Revbil Majenang dibandingkan tempat lain untuk menyewa lapangan.					

Lampiran 2 : Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapakah Menyewa
1	Naza Zaliandari	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
2	Syeh Sangbani	Laki-Laki	>25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
3	Hafidin Royan	Laki-Laki	17-25 Tahun	Wirausaha	1 Kali
4	Rifan Surya Jaya	Laki-Laki	17-25 Tahun	Karyawan	1 Kali
5	Toga Maulana	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
6	Anjar Yogi	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
7	Hanum Nursofiah	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
8	Caca	Perempuan	>25 Tahun	PNS	> 2 Kali

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berap kali Menyewa
9	Agus Munawar	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
10	Arya	Laki-Laki	>25 Tahun	Karyawan	1 Kali
11	Teguh Setiawan	Laki-Laki	>25 Tahun	PNS	> 2 Kali
12	Indra Prayoga	Laki-Laki	17-25 Tahun	Wirausaha	1 Kali
13	Ariel Defan Saputra	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
14	Iqoh	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
15	Resty Audina	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
16	Ani Rohanah	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
17	Rizky	Laki-Laki	17-25 Tahun	PNS	> 2 Kali
18	Umi Amalia Nurul Hidayah	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
19	Riana	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
20	Amuzaki	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
21	Yesi Sukmandari	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
22	Wiwit Saefudin	Laki-Laki	>25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
23	Farah Fadhillah	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
24	Mega Saputri	Perempuan	>25 Tahun	Ibu Rumah Tangga	1 Kali
25	Deri	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	1 Kali

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapakali Menyewa
26	Dea Viana	Perempuan	17-25 Tahun	Wirausaha	2 Kali
27	Revi	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
28	Ufi Al Istafidah	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
29	Azizul Fachri Anam	Laki-Laki	17-25 Tahun	Karyawan	2 Kali
30	Dea H	Laki-Laki	17-25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
31	Yulyana Sofyani	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	1 Kali
32	Alief Abdulloh	Laki-Laki	17-25 Tahun	Karyawan	2 Kali
33	Mohamad Dwi Afsokhi	Laki-Laki	17-25 Tahun	Belum Bekerja	1 Kali
34	Amaliya Dwi Rizky Karimah	Perempuan	>25 Tahun	Karyawan	2 Kali
35	Fahrul	Laki-Laki	>25 Tahun	PNS	2 Kali
36	Debb Anggara	Laki-Laki	>25 Tahun	Buruh	> 2 Kali
37	Ziya	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
38	Cica Aftiyani	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
39	Melani Alya Putri	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
40	Rahma	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
41	Nadaa	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	1 Kali

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapakali Menyewa
42	Yudhistira	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
43	Yayat	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
44	Dwi Indra Nur Alfiansyah	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
45	Hessa Ingrahmaditya	Laki-Laki	<17 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
46	Indra	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
47	Oktavia Nurhalizah	Perempuan	<17 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
48	Muhammad Afzal Khan	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
49	Rinda Aulia	Perempuan	<17 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
50	Tedi	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
51	Vibella Dyaninda Gitia	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	1 Kali
52	Firman Ridho Priatmoko	Laki-Laki	17-25 Tahun	Karyawan	2 Kali
53	Rangga	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
54	Farazia Anaami Aqilla	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
55	Ades Bachtiar	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
56	Wulandari	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
57	Jamil Wahidin	Laki-Laki	>25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapakali Menyewa
58	Sindi Tri Oktapia	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
59	Lssa	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
60	Asep	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
61	Furqoon	Laki-Laki	17-25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
62	Ajat Yunadi	Laki-Laki	>25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
63	Dky	Laki-Laki	17-25 Tahun	Belum Bekerja	1 Kali
64	Ardy Prasetyo	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
65	Satrio	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
66	Chandra Putri	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
67	Januar Bayu Aldi Pratama	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
68	Nazar Imaduddin Zangky	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
69	Alverina	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
70	Rasyid Nugraha	Laki-Laki	17-25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
71	Nidia Inggar	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
72	Tiana Pusmawati	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
73	Dhea Ardhana	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapakali Menyewa
74	Karina Ayu Permatasari	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
75	Saeful Anam Nurrohman	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
76	Ghulam Al Hubest	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
77	Dara Mega Utami	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
78	Nisa	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
79	Nabil	Laki-Laki	<17 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	2 Kali
80	Iqbal Ashari	Laki-Laki	17-25 Tahun	Karyawan	1 Kali
81	Prasetyo	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
82	Zhara Sulis Setiawati	Laki-Laki	<17 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
83	Farhan Fuad Safati	Laki-Laki	17-25 Tahun	Karyawan	> 2 Kali
84	Muhammad Nazrulsyah	Laki-Laki	<17 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
85	Vino	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pengangguran	1 Kali
86	Arwan Muhtada	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
87	Ravael Lian Valenzy	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berap kali Menyewa
88	Hanin Munzaroh	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
89	Bayu Satria Putra	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
90	Nur Rochmatul Khasanah	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	1 Kali
91	Nur Amanatul Hikmah	Perempuan	17-25 Tahun	Karyawan	1 Kali
92	Hasan	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
93	Ach Muhtar	Laki-Laki	>25 Tahun	Karyawan	2 Kali
94	Sujarnako	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
95	Harimawan	Laki-Laki	>25 Tahun	PNS	> 2 Kali
96	Warto	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
97	Rakim	Laki-Laki	>25 Tahun	Wirausaha	> 2 Kali
98	Dida Saiful Mujab	Laki-Laki	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1 Kali
99	Inayatun Nangimah	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali
100	Widia Nuraini	Perempuan	17-25 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 2 Kali

Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban

Persepsi Harga (X1)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Skor
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	3	4	5	20
3	5	4	4	4	4	21
4	4	3	4	4	4	19
5	4	4	3	3	3	17
6	3	4	4	3	4	18
7	4	5	4	4	5	22
8	4	4	4	4	4	20
9	3	4	3	3	4	17
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	4	4	4	18
13	4	4	4	4	4	20
14	3	3	3	3	3	15
15	4	4	4	4	4	20
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	5	3	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	3	3	3	3	4	16
21	4	3	4	4	4	19
22	5	5	5	2	5	22
23	5	4	4	5	5	23
24	4	4	4	3	4	19
25	4	4	3	3	4	18
26	5	4	5	2	5	21
27	5	4	5	4	5	23
28	3	4	4	3	4	18
29	4	4	4	5	4	21
30	4	4	2	4	4	18
31	4	4	4	4	5	21
32	4	4	3	4	3	18
33	4	4	3	3	4	18
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	5	2	3	18

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Skor
36	4	5	5	3	5	22
37	4	4	4	3	5	20
38	4	4	4	4	4	20
39	4	3	4	3	3	17
40	4	5	4	4	5	22
41	4	4	4	3	4	19
42	4	4	4	3	4	19
43	4	5	4	3	5	21
44	4	3	2	3	5	17
45	4	5	5	5	5	24
46	4	4	3	3	3	17
47	4	4	3	3	3	17
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	3	5	20
50	4	4	5	4	4	21
51	4	5	3	4	5	21
52	4	4	2	1	5	16
53	4	4	3	2	3	16
54	4	4	4	3	3	18
55	4	5	3	4	5	21
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	3	3	4	18
58	4	5	3	2	5	19
59	4	4	3	4	4	19
60	4	5	4	5	5	23
61	4	5	5	5	5	24
62	4	4	4	3	4	19
63	4	5	4	4	5	22
64	4	4	1	4	5	18
65	4	4	3	3	4	18
66	4	4	4	4	4	20
67	4	5	5	5	5	24
68	4	3	3	3	3	16
69	4	4	3	3	4	18
70	4	4	5	4	4	21
71	4	5	5	4	5	23
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	5	21

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Skor
74	4	4	4	4	4	20
75	4	5	4	4	5	22
76	4	5	5	3	5	22
77	4	4	5	3	4	20
78	4	5	5	4	5	23
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	2	4	4	18
81	4	5	5	5	5	24
82	4	4	4	5	5	22
83	4	4	4	3	4	19
84	4	5	4	4	5	22
85	4	3	2	4	4	17
86	4	4	5	3	4	20
87	4	3	3	3	4	17
88	4	4	5	4	4	21
89	4	4	4	3	4	19
90	4	4	4	4	4	20
91	4	3	3	2	3	15
92	4	5	5	5	5	24
93	4	4	3	3	4	18
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	2	4	4	18
96	4	3	3	4	4	18
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	3	4	19
99	4	5	4	5	5	23
100	4	5	4	3	5	21
TOTAL						1983

Fasilitas Lapangan (X2)

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Skor
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	3	4	4	19
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	3	4	3	4	18
6	3	3	4	4	4	18

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Skor
7	4	5	5	4	4	22
8	4	4	4	4	4	20
9	3	4	3	4	4	18
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	4	4	21
12	4	3	4	3	4	18
13	4	4	4	4	4	20
14	3	3	4	4	4	18
15	4	4	4	4	4	20
16	5	4	4	4	5	22
17	4	4	5	5	4	22
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	5	5	22
20	4	4	4	4	4	20
21	3	4	4	3	4	18
22	5	4	5	3	5	22
23	5	4	5	4	5	23
24	4	4	4	4	4	20
25	4	5	4	4	4	21
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	2	3	3	4	4	16
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	5	4	4	21
31	5	5	4	4	4	22
32	4	4	4	4	4	20
33	3	4	3	4	4	18
34	4	4	4	4	4	20
35	3	4	4	3	4	18
36	4	3	4	4	5	20
37	4	4	4	5	4	21
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	4	4	4	18
40	4	5	4	5	4	22
41	4	5	4	4	3	20
42	5	4	5	4	4	22
43	4	4	5	5	5	23
44	4	5	4	5	4	22
45	4	4	4	4	5	21

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Skor
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	3	3	4	18
48	4	4	3	4	4	19
49	4	5	4	4	3	20
50	4	4	5	4	4	21
51	4	5	3	4	5	21
52	4	3	4	1	2	14
53	4	5	3	4	3	19
54	4	4	3	3	3	17
55	4	3	4	4	5	20
56	4	4	4	4	4	20
57	2	1	3	4	4	14
58	4	4	5	4	4	21
59	5	4	4	4	4	21
60	4	3	3	4	4	18
61	4	4	5	4	5	22
62	5	5	5	4	4	23
63	4	5	5	4	4	22
64	2	4	4	3	4	17
65	4	4	5	5	5	23
66	5	4	5	5	4	23
67	4	5	5	4	4	22
68	3	3	3	3	3	15
69	4	4	4	4	4	20
70	5	4	4	5	4	22
71	4	4	5	4	5	22
72	4	4	4	4	4	20
73	4	5	4	4	4	21
74	4	5	4	4	4	21
75	4	4	5	4	4	21
76	5	4	4	4	5	22
77	5	5	4	5	5	24
78	4	5	4	4	5	22
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	5	5	5	23
81	4	4	3	4	4	19
82	5	5	4	3	4	21
83	4	4	4	4	4	20
84	3	4	3	4	4	18

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Skor
85	4	5	5	4	4	22
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	3	4	3	18
88	4	4	3	4	4	19
89	3	4	4	5	4	20
90	4	4	2	3	3	16
91	4	4	5	4	5	22
92	4	5	4	4	4	21
93	4	3	4	3	4	18
94	4	4	4	4	4	20
95	4	3	4	4	4	19
96	4	4	4	4	3	19
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	5	4	4	21
99	4	5	4	5	4	22
100	4	5	4	4	4	21
TOTAL						2010

Kualitas Pelayanan (X3)

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.3	X3.5	Skor
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.3	X3.5	Skor
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	3	3	4	3	4	17
31	4	4	4	4	4	20
32	3	4	4	4	4	19
33	4	4	3	4	4	19
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	2	3	3	16
36	5	5	5	5	5	25
37	3	4	5	4	5	21
38	4	4	4	4	5	21
39	3	3	4	3	3	16
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	5	4	4	21
42	5	3	3	3	3	17
43	4	4	4	3	4	19
44	4	5	4	5	5	23
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	3	3	4	18
50	4	4	4	4	4	20
51	4	3	4	5	3	19
52	2	3	4	1	5	15
53	3	2	4	3	1	13
54	4	4	4	3	3	18
55	4	4	4	4	5	21

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.3	X3.5	Skor
56	4	4	4	4	4	20
57	2	1	1	2	1	7
58	4	5	4	5	5	23
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	25
62	3	3	4	4	4	18
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	4	3	4	19
65	3	4	3	4	4	18
66	4	4	4	5	4	21
67	5	5	5	5	5	25
68	2	3	4	3	3	15
69	3	3	3	3	3	15
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	5	4	4	21
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	5	4	4	21
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	5	4	4	21
76	4	5	5	5	5	24
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	5	5	4	22
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	4	4	20
83	3	3	4	4	3	17
84	4	4	4	4	4	20
85	4	5	4	4	5	22
86	4	4	4	4	4	20
87	2	3	3	3	3	14
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	4	20
91	3	3	3	3	3	15
92	5	4	5	4	5	23
93	4	5	5	4	4	22

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.3	X3.5	Skor
94	4	4	4	4	4	20
95	4	5	5	4	4	22
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	3	19
98	3	3	3	3	3	15
99	4	4	5	5	5	23
100	4	5	5	4	5	23
TOTAL						2003

Keputusan Sewa (Y)

No Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Skor
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	3	15
3	5	5	5	5	20
4	4	3	4	5	16
5	3	4	4	3	14
6	3	3	3	3	12
7	4	3	4	4	15
8	4	4	4	4	16
9	3	4	4	3	14
10	4	4	4	3	15
11	5	5	5	5	20
12	3	3	3	3	12
13	4	4	4	4	16
14	3	3	3	3	12
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	4	5	5	5	19
19	4	4	4	4	16
20	4	4	3	3	14
21	4	4	4	4	16
22	4	4	5	4	17
23	4	5	4	4	17
24	3	4	4	3	14
25	5	4	5	4	18
26	4	4	4	4	16

No Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Skor
27	4	5	4	5	18
28	3	3	3	3	12
29	4	4	3	4	15
30	4	4	4	3	15
31	4	5	4	4	17
32	3	3	3	4	13
33	5	4	4	3	16
34	4	4	4	3	15
35	3	3	3	3	12
36	5	5	5	4	19
37	3	4	4	4	15
38	4	4	4	4	16
39	3	4	3	3	13
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16
42	3	5	4	3	15
43	4	5	3	3	15
44	5	4	4	4	17
45	5	5	5	5	20
46	4	4	4	3	15
47	4	5	4	4	17
48	4	4	4	4	16
49	3	4	4	3	14
50	4	4	5	4	17
51	4	3	5	3	15
52	3	1	4	2	10
53	3	2	4	5	14
54	4	4	4	3	15
55	5	4	5	3	17
56	4	4	4	4	16
57	3	2	3	2	10
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	4	4	4	4	16
63	4	4	5	4	17
64	4	3	4	4	15

No Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Skor
65	5	5	5	5	20
66	5	4	4	4	17
67	5	5	5	5	20
68	3	2	3	3	11
69	3	4	4	2	13
70	5	5	5	5	20
71	5	5	4	5	19
72	4	4	4	4	16
73	5	4	4	4	17
74	4	4	4	5	17
75	3	3	4	3	13
76	5	5	5	5	20
77	4	4	4	4	16
78	5	4	4	4	17
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	20
82	4	5	4	5	18
83	4	4	4	4	16
84	5	4	5	3	17
85	4	4	3	5	16
86	3	3	4	3	13
87	3	4	4	3	14
88	4	4	4	4	16
89	4	3	4	3	14
90	4	4	4	4	16
91	3	3	3	3	12
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16
94	4	5	4	4	17
95	4	4	4	4	16
96	4	3	4	3	14
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	3	15
99	5	5	5	5	20
100	5	3	5	5	18
TOTAL					1603

Lampiran 4 : Transformasi Data dengan menggunakan Metode Suksensif Interval (MSI)

Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	3.000	6.000	0.060	0.060	0.119	-1.555	1.000
	4.000	87.000	0.870	0.930	0.134	1.476	2.968
	5.000	7.000	0.070	1.000	0.000		4.903
2.000	3.000	12.000	0.120	0.120	0.200	-1.175	1.000
	4.000	64.000	0.640	0.760	0.311	0.706	2.494
	5.000	24.000	0.240	1.000	0.000		3.962
3.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2.000	6.000	0.060	0.070	0.134	-1.476	1.872
	3.000	23.000	0.230	0.300	0.348	-0.524	2.737
	4.000	49.000	0.490	0.790	0.288	0.806	3.787
	5.000	21.000	0.210	1.000	0.000		5.038
4.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2.000	6.000	0.060	0.070	0.134	-1.476	1.872
	3.000	35.000	0.350	0.420	0.391	-0.202	2.932
	4.000	46.000	0.460	0.880	0.200	1.175	4.080
	5.000	12.000	0.120	1.000	0.000		5.332
5.000	3.000	11.000	0.110	0.110	0.188	-1.227	1.000
	4.000	53.000	0.530	0.640	0.374	0.358	2.358
	5.000	36.000	0.360	1.000	0.000		3.749

Successive Interval					
X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Total
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	2.737	4.080	3.749	16.028
4.903	2.494	3.787	4.080	2.358	17.622
2.968	1.000	3.787	4.080	2.358	14.193
2.968	2.494	2.737	2.932	1.000	12.131
1.000	2.494	3.787	2.932	2.358	12.571
2.968	3.962	3.787	4.080	3.749	18.546
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
1.000	2.494	2.737	2.932	2.358	11.521
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
1.000	1.000	3.787	4.080	2.358	12.225
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
1.000	1.000	2.737	2.932	1.000	8.669
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
4.903	3.962	5.038	5.332	3.749	22.984

4.903	3.962	5.038	5.332	3.749	22.984
2.968	2.494	5.038	2.932	2.358	15.790
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
1.000	1.000	2.737	2.932	2.358	10.028
2.968	1.000	3.787	4.080	2.358	14.193
4.903	3.962	5.038	1.872	3.749	19.524
4.903	2.494	3.787	5.332	3.749	20.265
2.968	2.494	3.787	2.932	2.358	14.539
2.968	2.494	2.737	2.932	2.358	13.489
4.903	2.494	5.038	1.872	3.749	18.055
4.903	2.494	5.038	4.080	3.749	20.264
1.000	2.494	3.787	2.932	2.358	12.571
2.968	2.494	3.787	5.332	2.358	16.939
2.968	2.494	1.872	4.080	2.358	13.772
2.968	2.494	3.787	4.080	3.749	17.077
2.968	2.494	2.737	4.080	1.000	13.279
2.968	2.494	2.737	2.932	2.358	13.489
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	5.038	1.872	1.000	13.371
2.968	3.962	5.038	2.932	3.749	18.649
2.968	2.494	3.787	2.932	3.749	15.929
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	1.000	3.787	2.932	1.000	11.687
2.968	3.962	3.787	4.080	3.749	18.546
2.968	2.494	3.787	2.932	2.358	14.539
2.968	2.494	3.787	2.932	2.358	14.539
2.968	3.962	3.787	2.932	3.749	17.398
2.968	1.000	1.872	2.932	3.749	12.520
2.968	3.962	5.038	5.332	3.749	21.049
2.968	2.494	2.737	2.932	1.000	12.131
2.968	2.494	2.737	2.932	1.000	12.131
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	3.787	2.932	3.749	15.929
2.968	2.494	5.038	4.080	2.358	16.938
2.968	3.962	2.737	4.080	3.749	17.496
2.968	2.494	1.872	1.000	3.749	12.082
2.968	2.494	2.737	1.872	1.000	11.071
2.968	2.494	3.787	2.932	1.000	13.180
2.968	3.962	2.737	4.080	3.749	17.496
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	2.737	2.932	2.358	13.489
2.968	3.962	2.737	1.872	3.749	15.288
2.968	2.494	2.737	4.080	2.358	14.638
2.968	3.962	3.787	5.332	3.749	19.798

2.968	3.962	5.038	5.332	3.749	21.049
2.968	2.494	3.787	2.932	2.358	14.539
2.968	3.962	3.787	4.080	3.749	18.546
2.968	2.494	1.000	4.080	3.749	14.291
2.968	2.494	2.737	2.932	2.358	13.489
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	3.962	5.038	5.332	3.749	21.049
2.968	1.000	2.737	2.932	1.000	10.637
2.968	2.494	2.737	2.932	2.358	13.489
2.968	2.494	5.038	4.080	2.358	16.938
2.968	3.962	5.038	4.080	3.749	19.797
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	3.787	4.080	3.749	17.077
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	3.962	3.787	4.080	3.749	18.546
2.968	3.962	5.038	2.932	3.749	18.649
2.968	2.494	5.038	2.932	2.358	15.790
2.968	3.962	5.038	4.080	3.749	19.797
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	1.872	4.080	2.358	13.772
2.968	3.962	5.038	5.332	3.749	21.049
2.968	2.494	3.787	5.332	3.749	18.329
2.968	2.494	3.787	2.932	2.358	14.539
2.968	3.962	3.787	4.080	3.749	18.546
2.968	1.000	1.872	4.080	2.358	12.278
2.968	2.494	5.038	2.932	2.358	15.790
2.968	1.000	2.737	2.932	2.358	11.996
2.968	2.494	5.038	4.080	2.358	16.938
2.968	2.494	3.787	2.932	2.358	14.539
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	1.000	2.737	1.872	1.000	9.577
2.968	3.962	5.038	5.332	3.749	21.049
2.968	2.494	2.737	2.932	2.358	13.489
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	1.872	4.080	2.358	13.772
2.968	1.000	2.737	4.080	2.358	13.144
2.968	2.494	3.787	4.080	2.358	15.687
2.968	2.494	3.787	2.932	2.358	14.539
2.968	3.962	3.787	5.332	3.749	19.798
2.968	3.962	3.787	2.932	3.749	17.398

Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	3.000	0.030	0.030	0.068	-1.881	1.000
	3.000	10.000	0.100	0.130	0.212	-1.126	1.833
	4.000	75.000	0.750	0.880	0.200	1.175	3.283
	5.000	12.000	0.120	1.000	0.000		4.935
2.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	3.000	13.000	0.130	0.140	0.223	-1.080	2.158
	4.000	65.000	0.650	0.790	0.288	0.806	3.564
	5.000	21.000	0.210	1.000	0.000		5.038
3.000	2.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	3.000	16.000	0.160	0.170	0.253	-0.954	2.250
	4.000	61.000	0.610	0.780	0.296	0.772	3.595
	5.000	22.000	0.220	1.000	0.000		5.011
4.000	1.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	3.000	12.000	0.120	0.130	0.212	-1.126	2.124
	4.000	74.000	0.740	0.870	0.212	1.126	3.665
	5.000	13.000	0.130	1.000	0.000		5.292
5.000	2.000	1.000	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	3.000	8.000	0.080	0.090	0.162	-1.341	1.968
	4.000	74.000	0.740	0.830	0.253	0.954	3.543
	5.000	17.000	0.170	1.000	0.000		5.154

Successive Interval					
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	2.250	3.665	3.543	16.306
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	2.158	3.595	2.124	3.543	14.703
1.833	2.158	3.595	3.665	3.543	14.794
3.283	5.038	5.011	3.665	3.543	20.540
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.833	3.564	2.250	3.665	3.543	14.855
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	5.011	3.665	3.543	19.067
3.283	2.158	3.595	2.124	3.543	14.703
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.833	2.158	3.595	3.665	3.543	14.794
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
4.935	3.564	3.595	3.665	5.154	20.913

3.283	3.564	5.011	5.292	3.543	20.694
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	3.595	5.292	5.154	20.889
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.833	3.564	3.595	2.124	3.543	14.659
4.935	3.564	5.011	2.124	5.154	20.789
4.935	3.564	5.011	3.665	5.154	22.329
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	5.038	3.595	3.665	3.543	19.124
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.000	2.158	2.250	3.665	3.543	12.616
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	5.011	3.665	3.543	19.067
4.935	5.038	3.595	3.665	3.543	20.775
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.833	3.564	2.250	3.665	3.543	14.855
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.833	3.564	3.595	2.124	3.543	14.659
3.283	2.158	3.595	3.665	5.154	17.855
3.283	3.564	3.595	5.292	3.543	19.277
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.833	2.158	3.595	3.665	3.543	14.794
3.283	5.038	3.595	5.292	3.543	20.751
3.283	5.038	3.595	3.665	1.968	17.549
4.935	3.564	5.011	3.665	3.543	20.718
3.283	3.564	5.011	5.292	5.154	22.305
3.283	5.038	3.595	5.292	3.543	20.751
3.283	3.564	3.595	3.665	5.154	19.261
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	2.250	2.124	3.543	14.765
3.283	3.564	2.250	3.665	3.543	16.306
3.283	5.038	3.595	3.665	1.968	17.549
3.283	3.564	5.011	3.665	3.543	19.067
3.283	5.038	2.250	3.665	5.154	19.390
3.283	2.158	3.595	1.000	1.000	11.036
3.283	5.038	2.250	3.665	1.968	16.205
3.283	3.564	2.250	2.124	1.968	13.191
3.283	2.158	3.595	3.665	5.154	17.855
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.000	1.000	2.250	3.665	3.543	11.458
3.283	3.564	5.011	3.665	3.543	19.067
4.935	3.564	3.595	3.665	3.543	19.302
3.283	2.158	2.250	3.665	3.543	14.900

3.283	3.564	5.011	3.665	5.154	20.678
4.935	5.038	5.011	3.665	3.543	22.192
3.283	5.038	5.011	3.665	3.543	20.540
1.000	3.564	3.595	2.124	3.543	13.826
3.283	3.564	5.011	5.292	5.154	22.305
4.935	3.564	5.011	5.292	3.543	22.346
3.283	5.038	5.011	3.665	3.543	20.540
1.833	2.158	2.250	2.124	1.968	10.334
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
4.935	3.564	3.595	5.292	3.543	20.929
3.283	3.564	5.011	3.665	5.154	20.678
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	5.038	3.595	3.665	3.543	19.124
3.283	5.038	3.595	3.665	3.543	19.124
3.283	3.564	5.011	3.665	3.543	19.067
4.935	3.564	3.595	3.665	5.154	20.913
4.935	5.038	3.595	5.292	5.154	24.014
3.283	5.038	3.595	3.665	5.154	20.735
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	5.011	5.292	5.154	22.305
3.283	3.564	2.250	3.665	3.543	16.306
4.935	5.038	3.595	2.124	3.543	19.234
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
1.833	3.564	2.250	3.665	3.543	14.855
3.283	5.038	5.011	3.665	3.543	20.540
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	2.250	3.665	1.968	14.732
3.283	3.564	2.250	3.665	3.543	16.306
1.833	3.564	3.595	5.292	3.543	17.827
3.283	3.564	1.000	2.124	1.968	11.941
3.283	3.564	5.011	3.665	5.154	20.678
3.283	5.038	3.595	3.665	3.543	19.124
3.283	2.158	3.595	2.124	3.543	14.703
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	2.158	3.595	3.665	3.543	16.244
3.283	3.564	3.595	3.665	1.968	16.076
3.283	3.564	3.595	3.665	3.543	17.650
3.283	3.564	5.011	3.665	3.543	19.067
3.283	5.038	3.595	5.292	3.543	20.751
3.283	5.038	3.595	3.665	3.543	19.124

Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	4.000	0.040	0.040	0.086	-1.751	1.000

3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
1.818	2.214	3.488	2.273	3.320	13.113
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
1.818	3.621	3.488	3.651	3.320	15.898
3.200	3.621	2.077	3.651	3.320	15.868
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	1.489	2.273	1.970	12.552
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
1.818	3.621	5.011	3.651	4.793	18.894
3.200	3.621	3.488	3.651	4.793	18.753
1.818	2.214	3.488	2.273	1.970	11.763
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
3.200	3.621	5.011	3.651	3.320	18.802
4.821	2.214	2.077	2.273	1.970	13.355

3.200	3.621	3.488	2.273	3.320	15.902
3.200	5.154	3.488	5.154	4.793	21.788
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	2.077	2.273	3.320	14.491
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	2.214	3.488	5.154	1.970	16.025
1.000	2.214	3.488	1.000	4.793	12.495
1.818	1.489	3.488	2.273	1.000	10.068
3.200	3.621	3.488	2.273	1.970	14.551
3.200	3.621	3.488	3.651	4.793	18.753
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
1.000	1.000	1.000	1.489	1.000	5.489
3.200	5.154	3.488	5.154	4.793	21.788
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
1.818	2.214	3.488	3.651	3.320	14.490
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
3.200	3.621	3.488	2.273	3.320	15.902
1.818	3.621	2.077	3.651	3.320	14.486
3.200	3.621	3.488	5.154	3.320	18.782
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
1.000	2.214	3.488	2.273	1.970	10.944
1.818	2.214	2.077	2.273	1.970	10.351
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
3.200	3.621	5.011	3.651	3.320	18.802
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279

3.200	3.621	5.011	3.651	3.320	18.802
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	5.011	3.651	3.320	18.802
3.200	5.154	5.011	5.154	4.793	23.312
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	5.011	5.154	3.320	20.306
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
4.821	5.154	5.011	5.154	4.793	24.933
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
1.818	2.214	3.488	3.651	1.970	13.140
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	5.154	3.488	3.651	4.793	20.285
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
1.000	2.214	2.077	2.273	1.970	9.533
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
1.818	2.214	2.077	2.273	1.970	10.351
4.821	3.621	5.011	3.651	4.793	21.897
3.200	5.154	5.011	3.651	3.320	20.335
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	5.154	5.011	3.651	3.320	20.335
3.200	3.621	3.488	3.651	3.320	17.279
3.200	3.621	3.488	3.651	1.970	15.929
1.818	2.214	2.077	2.273	1.970	10.351
3.200	3.621	5.011	5.154	4.793	21.779
3.200	5.154	5.011	3.651	4.793	21.809

Successive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	3.000	22.000	0.297	0.297	0.346	-0.532	1.000
	4.000	52.000	0.703	1.000	0.000		2.657
2.000	1.000	1.000	0.014	0.014	0.035	-2.211	1.000
	2.000	3.000	0.041	0.054	0.110	-1.607	1.709
	3.000	16.000	0.216	0.270	0.331	-0.612	2.539
	4.000	54.000	0.730	1.000	0.000		4.015
3.000	3.000	14.000	0.187	0.187	0.268	-0.890	1.000
	4.000	61.000	0.813	1.000	0.000		2.768
4.000	2.000	3.000	0.039	0.039	0.085	-1.757	1.000
	3.000	31.000	0.408	0.447	0.395	-0.132	2.399
	4.000	42.000	0.553	1.000	0.000		3.875

Successive Interval				
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	4.015	2.768	2.399	11.839
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	2.539	2.768	5.000	12.964
1.000	4.015	2.768	2.399	10.182
1.000	2.539	1.000	2.399	6.938
2.657	2.539	2.768	3.875	11.840
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
1.000	4.015	2.768	2.399	10.182
2.657	4.015	2.768	2.399	11.839
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
1.000	2.539	1.000	2.399	6.938
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
1.000	2.539	1.000	2.399	6.938
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	5.000	5.000	5.000	17.657
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	4.015	1.000	2.399	10.071
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	4.015	5.000	3.875	15.548
2.657	5.000	2.768	3.875	14.301
1.000	4.015	2.768	2.399	10.182
5.000	4.015	5.000	3.875	17.890
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	5.000	2.768	5.000	15.425

1.000	2.539	1.000	2.399	6.938
2.657	4.015	1.000	3.875	11.548
2.657	4.015	2.768	2.399	11.839
2.657	5.000	2.768	3.875	14.301
1.000	2.539	1.000	3.875	8.414
5.000	4.015	2.768	2.399	14.182
2.657	4.015	2.768	2.399	11.839
1.000	2.539	1.000	2.399	6.938
5.000	5.000	5.000	3.875	18.875
1.000	4.015	2.768	3.875	11.658
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
1.000	4.015	1.000	2.399	8.414
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
1.000	5.000	2.768	2.399	11.167
2.657	5.000	1.000	2.399	11.057
5.000	4.015	2.768	3.875	15.658
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	4.015	2.768	2.399	11.839
2.657	5.000	2.768	3.875	14.301
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
1.000	4.015	2.768	2.399	10.182
2.657	4.015	5.000	3.875	15.548
2.657	2.539	5.000	2.399	12.596
1.000	1.000	2.768	1.000	5.768
1.000	1.709	2.768	5.000	10.477
2.657	4.015	2.768	2.399	11.839
5.000	4.015	5.000	2.399	16.414
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
1.000	1.709	1.000	1.000	4.709
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	4.015	5.000	3.875	15.548
2.657	2.539	2.768	3.875	11.840
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
5.000	4.015	2.768	3.875	15.658
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
1.000	1.709	1.000	2.399	6.108
1.000	4.015	2.768	1.000	8.783
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
5.000	5.000	2.768	5.000	17.768

2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
5.000	4.015	2.768	3.875	15.658
2.657	4.015	2.768	5.000	14.440
1.000	2.539	2.768	2.399	8.706
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
5.000	4.015	2.768	3.875	15.658
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	5.000	2.768	5.000	15.425
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
5.000	4.015	5.000	2.399	16.414
2.657	4.015	1.000	5.000	12.672
1.000	2.539	2.768	2.399	8.706
1.000	4.015	2.768	2.399	10.182
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	2.539	2.768	2.399	10.364
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
1.000	2.539	1.000	2.399	6.938
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	5.000	2.768	3.875	14.301
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	2.539	2.768	2.399	10.364
2.657	4.015	2.768	3.875	13.316
2.657	4.015	2.768	2.399	11.839
5.000	5.000	5.000	5.000	20.000
5.000	2.539	5.000	5.000	17.539

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas

Pesepsi Harga (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	.279**	.283**	.164	.294**	.550**
	Sig. (2-tailed)		.005	.004	.102	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.279**	1	.429**	.298**	.640**	.782**
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.283**	.429**	1	.259**	.284**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.009	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.164	.298**	.259**	1	.354**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.102	.003	.009		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.294**	.640**	.284**	.354**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.004	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X1_P.Harga	Pearson Correlation	.550**	.782**	.676**	.630**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fasilitas Lapangan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.371**	.347**	.155	.228*	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.123	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.371**	1	.191	.269**	.002	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000		.058	.007	.980	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.347**	.191	1	.262**	.376**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.058		.008	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X2.4	Pearson Correlation	.155	.269**	.262**	1	.355**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.123	.007	.008		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.228*	.002	.376**	.355**	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.022	.980	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X2_Fasilitas.L	Pearson Correlation	.658**	.583**	.692**	.638**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.742**	.548**	.678**	.576**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.742**	1	.649**	.734**	.782**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.548**	.649**	1	.655**	.660**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.678**	.734**	.655**	1	.648**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.576**	.782**	.660**	.648**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)						

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X3_K.Pelaya	Pearson	.826**	.912**	.820**	.868**	.857**	1
nan	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keputusan Sewa (Y)



Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson	1	.578**	.714**	.615**	.901**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson	.578**	1	.500**	.534**	.756**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson	.714**	.500**	1	.521**	.846**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson	.615**	.534**	.521**	1	.795**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y_Keputusan.Sewa	Pearson	.901**	.756**	.846**	.795**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas

Persepsi Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	5

Fasilitas Lapangan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.632	5

Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	5

Keputusan Sewa (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	4

Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31964426
Most Extreme Differences	Absolute	.080

	Positive	.079
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.119 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-6.842	1.728		-3.959	.000		
	X1_P.Harga	.581	.101	.442	5.729	.000	.621	1.611
	X2_Fasilitas.L	.261	.099	.183	2.645	.010	.774	1.292
	X3_Kualitas.P	.374	.076	.357	4.904	.000	.695	1.438

a. Dependent Variable: Y_Keputusan_Sewa

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.084	1.153		.941	.349
	X1_Persepsi.Harga	-.021	.056	-.047	-.370	.712
	X2_Fasilitas.Lapangan	.024	.059	.047	.400	.690
	X3_Kualitas.Pelayanan	-.005	.043	-.015	-.123	.903

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 8 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	-6.842	1.728		-3.959	.000	
	X1_P.Harga	.581	.101	.442	5.729	.000	.621 1.611
	X2_Fasilitas.L	.261	.099	.183	2.645	.010	.774 1.292
	X3_Kualitas.P	.374	.076	.357	4.904	.000	.695 1.438

a. Dependent Variable: Y_Keputusan_Sewa

Lampiran 9 : Hasil Uji Hipotesis

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.842	1.728		-3.959	.000
	X1_P.Harga	.581	.101	.442	5.729	.000
	X2_Fasilitas.L	.261	.099	.183	2.645	.001
	X3_Kualitas.P	.374	.076	.357	4.904	.000

a. Dependent Variable: Y_Keputusan_Sewa

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	972.186	3	324.062	58.401	.000 ^b
	Residual	532.694	96	5.549		
	Total	1504.881	99			

a. Dependent Variable: Y_Keputusan_Sewa

b. Predictors: (Constant), X3_Kualitas.P, X2_Fasilitas.L, X1_P.Harga

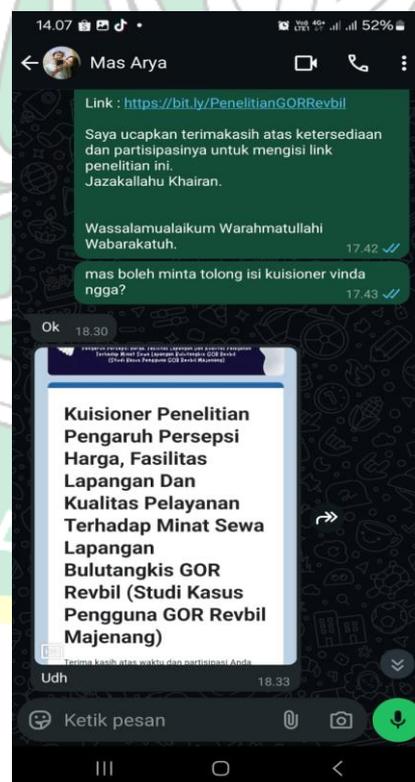
Koefisien Determinasi

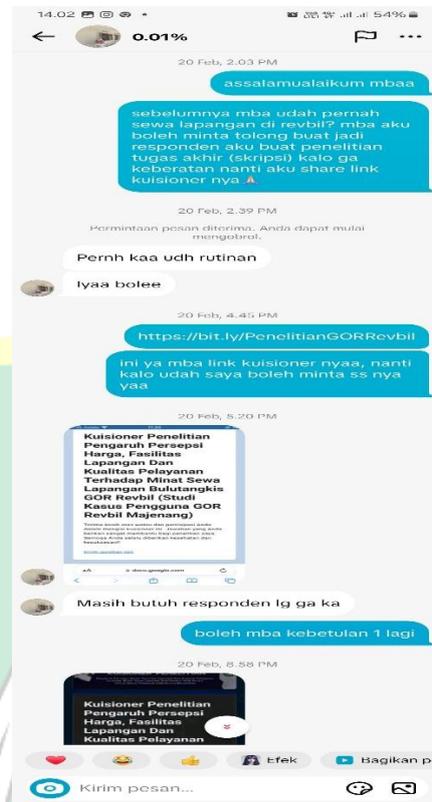
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.646	.635	2.356

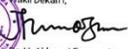
a. Predictors: (Constant), X3_Kualitas.P, X2_Fasilitas.L, X1_P.Harga

Lampiran 10 : Bukti Penyebaran Kuisisioner





Lampiran 11 : Surat Izin Observasi/ Riset

 <p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KHAJ HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM <small>Jalan Jendral Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126 Telp: 0281-825624, Fax: 0281-636553, Website: iain-sau.ac.id</small></p>	<p>SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN</p>
<p>Nomor : 179/Un.19/WD.LFEBI/PP.009/1/2025 Lampiran : Hal : Permohonan Izin Observasi Pendahuluan</p> <p>30 Januari 2025</p> <p>Kepada Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Pengelola GOR Revbil Majenang</p> <p><i>Assalamu'alaikum Wr. Wb.</i> Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Sewa Lapangan Bulutangkis (Studi Kasus Pengguna GOR Revbil Majenang). Maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:</p> <p>Nama : Arvinda Dwiwati NIM : 214110201049 Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah/ VIII</p> <p>Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:</p> <p>Objek Penelitian : Pengguna GOR Revbil Majenang Tempat Penelitian : GOR Revbil Majenang Waktu Penelitian : 31 Januari 2025 s/d 28 Februari 2025 Metode Penelitian : Kuantitatif</p> <p>Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/ibu kami ucapkan terima kasih.</p> <p><i>Wa'alaikumsalam Wr. Wb.</i></p>	<p>Yang bertanda tangan dibawah ini:</p> <p>Nama : Novi Sulistyoningih Jabatan : Pemilik Usaha GOR Revbil Majenang</p> <p>Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa/i:</p> <p>Nama : Arvinda Dwiwati NIM : 214110201049 Prodi / Semester: S-1 Ekonomi Syariah/ VIII</p> <p>Dengan ini saya menyetujui mahasiswa/i untuk melakukan penelitian dalam menyelesaikan tugas akhir tentang "Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas Lapangan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Sewa Lapangan Bulutangkis GOR Revbil Majenang (Studi Kasus Pengguna GOR Revbil Majenang)".</p> <p>Demikian surat izin penelitian ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.</p> <p style="text-align: right;">Majenang, 31 Januari 2025 Pemilik usaha GOR Revbil Majenang</p> <p style="text-align: right;"> Novi Sulistyoningih</p>
<p>a.n. Dekan, Wakil Dekan I</p>  <p>H. H. Akhmad Fauzan, Lc., M.Ag. NIP. 19741217 200312 1 006</p>	

Lampiran 12 : Sertifikat BTA PPI

 <p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI UPT MA'HAD AL-JAMI'AH <small>Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 www.uinsau.ac.id</small></p>										
<p>SERTIFIKAT Nomor: Un.17/UPT.MAJI/3264/07/2023</p>										
<p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jam'iah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri kepada:</p> <p>ARVINDA DWIYATI (NIM: 214110201049)</p>										
<p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:</p>										
<table border="0"> <tr> <td>Tulis</td> <td>: 97</td> </tr> <tr> <td>Tartil</td> <td>: 80</td> </tr> <tr> <td>Imla'</td> <td>: 80</td> </tr> <tr> <td>Praktek</td> <td>: 70</td> </tr> <tr> <td>Tahfidz</td> <td>: 75</td> </tr> </table>	Tulis	: 97	Tartil	: 80	Imla'	: 80	Praktek	: 70	Tahfidz	: 75
Tulis	: 97									
Tartil	: 80									
Imla'	: 80									
Praktek	: 70									
Tahfidz	: 75									
  <p>ValidationCode</p>										

Lampiran 13 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris


MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsatzu.ac.id | www.bahasa.uinsatzu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا
 جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبونو
 الوحدة لتسمية اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
 No.: B-24/Un.19/K.Bhs/PP.009/2/2022

This is to certify that
 Name : **ARVINDA DWIYATI**
 Place and Date of Birth : **Cilacap, 22 Desember 2002**
 Has taken : **EPTUS**
 with Computer Based Test, organized by Language Development Unit on : **02 Agustus 2021**
 with obtained result as follows :

منحت إلى
 الاسم
 محل وتاريخ الميلاد
 وقد شاركت الاختبار
 على أساس الكمبيوتر
 التي قامت بها الوحدة لتسمية اللغة في التاريخ
 مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

Listening Comprehension: 44 **Structure and Written Expression: 44** **Reading Comprehension: 47**
 فهم السموع فهم العبارات والتراكيب فهم المقروء

Obtained Score : 450 المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبونو.

Purwokerto, 07 Februari 2022
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة لتسمية اللغة




EPTUS English Proficiency Test of UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI IQIA Inhibisi al-Qur'an 'ala al-Lughah al-'Arabiyyan

Muflihah, S.S., M.Pd.
 NIP.19720923 200003 2 001

Lampiran 14 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab


MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsatzu.ac.id | www.bahasa.uinsatzu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا
 جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبونو
 الوحدة لتسمية اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
 NoB-5705/Un.19/K.Bhs/PP.009/1/2022

This is to certify that
 Name : **ARVINDA DWIYATI**
 Place and Date of Birth : **Cilacap, 22 Desember 2002**
 Has taken : **IQIA**
 with Computer Based Test, organized by Language Development Unit on : **10 Desember 2021**
 with obtained result as follows :

منحت إلى
 الاسم
 محل وتاريخ الميلاد
 وقد شاركت الاختبار
 على أساس الكمبيوتر
 التي قامت بها الوحدة لتسمية اللغة في التاريخ
 مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

Listening Comprehension: 56 **Structure and Written Expression: 56** **Reading Comprehension: 51**
 فهم السموع فهم العبارات والتراكيب فهم المقروء

Obtained Score : 544 المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروبونو.

Purwokerto, 10 Januari 2022
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة لتسمية اللغة




EPTUS English Proficiency Test of UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI IQIA Inhibisi al-Qur'an 'ala al-Lughah al-'Arabiyyan

Muflihah, S.S., M.Pd.
 NIP.19720923 200003 2 001

Lampiran 15 : Sertifikat PPL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-1628/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/10/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

NAMA : ARVINDA DWIYATI
NIM : 214110201049
Prodi : EKONOMI SYARIAH

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2024 mulai bulan Juli 2024 sampai dengan Agustus 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A-**

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqasyah/Skripsi.

Mengetahui,
 Dekan
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
 NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 20 September 2024

Kepala Laboratorium
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
 NIP. 19781231 200801 2 027



Lampiran 16 : Sertifikat KKN dan PPL



Sertifikat

Nomor Sertifikat : 1658/2588K.LPPM/KKN.54/08/2024

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **ARVINDA DWIYATI**
 NIM : **214110201049**

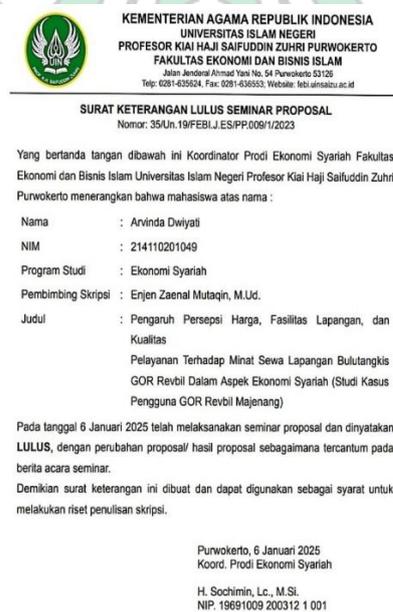
Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-54 Tahun 2024, dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **90 (A)**.




Certificate Validation



Lampiran 17 : Surat Keterangan Lulus Sempro



Lampiran 18 : Surat Keterangan Lulus Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-63624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaiizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 498/Un.19/FEBI.J.E.S/PP.009/3/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Arvinda Dwiwati

NIM : 214110201049

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 7 Maret 2025 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **80 / B+**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 7 Maret 2025
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dr. H. Sochim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001



Lampiran 19 :**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Arvinda Dwiwati
2. Nim : 214110201049
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 22 Desember 2002
4. Alamat Rumah : Jenang RT 04/05, Majenang, Cilacap
5. Nama Orang Tua
 - Nama Ayah : Tukiyat Hallal
 - Nama Ibu : Yumiyati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Masitoh 01 Sindangsari (2009)
 - b. SD/MI : SD N Jenang 01 Majenang (2015)
 - c. SMP/MTS : MTs N 1 Cilacap (2018)
 - d. SMA/MA : MAN 2 Cilacap (2021)
 - e. S1 : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Tahun masuk 2021
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Modern El-Fira 1, Purwokerto Utara

C. Pengalaman Organisasi

1. Komunitas Studi Ekonomi Islam (KSEI)
2. Islamic Bank in Laboratory (IBiL)
3. Gudang Sinau Banyumas

D. Prestasi Akademik

1. Juara 1 Lomba Badminton Ganda Campuran Pekan Ekonomi Syariah HMPS Ekonomi Syariah UIN SAIZU Purwokerto 2021
2. Juara 1 Lomba Badminton Ganda Campuran Economi Syariah Event HMPS Ekonomi Syariah UIN SAIZU Purwokerto 2023
3. Juara 1 Lomba Badminton Ganda Campuran Dekan Cup UIN SAIZU Purwokerto 2023

4. Juara 1 Lomba Businessplan Fefest UIN Gusdur Pekalongan 2023
5. Juara Harapan 2 Lomba Businessplan Festival Investasi KSPM UIN SAIZU Purwokerto 2023

E. Pengalaman Magang/Kerja

1. Staff Marketing di Islamic Bank in Laboratory FEBI UIN SAIZU Purwokerto
2. Unit SDM dan Umum di KAI Daop 5 Purwokerto
3. Host Live Shoppe/Tiktok di Elmira Group Purwokerto

Purwokerto, 11 April 2025

Arvinda Dwiwati

NIM. 214110201049

