



Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Babe Billiard Ungaran

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Program Sarjana Ekonomi

Oleh :

Deny Setya Nugraha

NIM 21510035

Dosen Pembimbing :

Dr.Sri Rahayu, S.E., M.Si

NIDN. 0606056901

Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., MM

NIDN. 0622047503

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI

(UNDARIS)

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BABE BILLIARD UNGARAN**

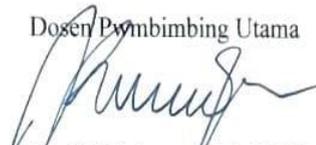
Oleh

Deny Setya Nugraha

NIM. 21510035

Bahwa skripsi ini layak diujikan dan telah mendapatkan persetujuan tanggal
18 April 2025

Dosen Pembimbing Utama



Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN. 0606056901

Dosen Pembimbing Pendamping



Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., M.M
NIDN. 06220475

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



M. Arif Rakhman, SE., ME
NIDN. 0614068702

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BABE BILLIARD UNGARAN**

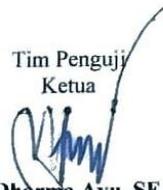
Oleh

Deny Setya Nugraha

NIM. 21510035

Skripsi ini telah diajukan dan mendapatkan pengesahan pada tanggal 28 April 2025

Tim Penguji
Ketua



Pitaloka Dharmas Ayu, SE., MBA
NIDN. 0617028803

Dosen Pembimbing Utama



Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN. 0606056901

Dosen Pembimbing Pendamping



Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., M.M
NIDN. 0622047503

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deny Setya Nugraha

NIM : 21510035

Jurusan : SI Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe Billirad Ungaran.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarims) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulian ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ungaran, 20 April 2025

Yang menyatakan



Deny Setya Nugraha

NIM. 21510035

ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami kemajuan dan mengarah pada modernisasi di segala bidang, sehingga mempermudah aktivitas yang dijalankan oleh manusia yang menyebabkan tingkat ketergantungan semakin mengalami peningkatan. Hal ini dipicu oleh rutinitas kegiatan yang semakin kompleks. Hal ini juga tampak pada gaya hidup anak muda di wilayah Ungaran sehingga semakin banyak tempat hiburan di Kota Ungaran seperti cafe dan tempat-tempat berkumpul lain seperti area permainan billiard. Permainan billiard menjadi pilihan banyak anak muda untuk mengisi waktu luang sambil berolah raga. Babe Billiard Ungaran adalah usaha dibidang hiburan dan olahraga yang didirikan pada awal tahun 2022 yang terletak di Jalan Melati Baru II no 40, Genuk Ungaran, Jawa Tengah, Indonesia. Dalam menjalankan usahanya Babe Billiard Ungaran masih berfluktuasi tingkat penjualannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang pelanggan Babe Billiard Ungaran yang datang langsung ke lokasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di olah menggunakan *smartPLS* versi 4.1, analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reabilitas, Model *fit*, *Path Coefficient*, *R Square*, *Q square*, *bootstrapping*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan perolehan nilai t hitung (4,372) > t tabel (1,986) dan nilai signifikansi (0,000) < 0,05. Variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan perolehan nilai t hitung (0,352) < t tabel (1,986) dan nilai signifikansi (0,724) > 0,05. Variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan perolehan nilai t hitung sebesar 0,065 < t tabel 1,986 dengan nilai signifikansi 0,287 > 0,05

Kata kunci : Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The development of science and technology continues to progress and lead to modernization in all fields, thus facilitating the activities carried out by humans which causes the level of dependency to increase. This is triggered by increasingly complex routine activities. This is also evident in the lifestyle of young people in the Ungaran area so that there are more and more entertainment venues in Ungaran City such as cafes and other gathering places such as billiard game areas. Billiard games are the choice of many young people to fill their free time while exercising. Babe Billiard Ungaran is a business in the entertainment and sports sector that was founded in early 2022 which is located at Jalan Melati Baru II no 40, Genuk Ungaran, Central Java, Indonesia. In running its business, Babe Billiard Ungaran still fluctuates in its sales level. This study aims to determine the effect of facilities, service quality and location on customer satisfaction.

This type of research uses associative quantitative research. The independent variables used in this study are facilities, service quality and location while the dependent variable in this study is customer satisfaction. The sample in this study amounted to 96 Babe Billiard Ungaran customers who came directly to the location. The sampling technique used purposive sampling. The data collection technique used a questionnaire processed using smartPLS version 4.1, data analysis used includes validity test, reliability test, Model fit, Path Coefficient, R Square, Q square, bootstrapping.

The results of the analysis show that the Facility variable (X1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) with a calculated t value of (4.372) > t table (1.986) and a significance value (0.000) < 0.05. The service quality variable (X2) does not affect customer satisfaction (Y) with a calculated t value of (0.352) < t table (1.986) and a significance value (0.724) > 0.05. The location variable (X3) does not affect customer satisfaction (Y) with a calculated t value of 0.065 < t table 1.986 with a significance value of 0.287 > 0.05

Keywords: *Facilities, Service Quality, Location and Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Assalaamualaikum, Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas Rahmat dan ridho-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUH FASILITATS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BABE BILLIRAD UNGRAN UNGARAN” sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan semester VIII pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman- - GUPPI (UNDARIS) Ungaran.

Penulis mengakui bahwa tidak mudah untuk mengumpulkan bahan, literatur dan data yang berkaitan dengan Skripsi, kemudian mengkaji dan menganalisis serta menyajikan dalam satu kesatuan utuh dan terpadu. Namun berkat bantuan beberapa pihak berupa tenaga dan saran, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu sudah sepantasnya apabila pada kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Hono Sejati, S.H, M.Hum selaku Rektor UNDARIS yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di UNDARIS.
2. Bapak M. Arif Rakhman, SE., ME_ selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS.
3. Bapak Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas ekoomi dan bisnis serta dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan bimbingan, mengoreksi dan memberikan pengarahan serta petunjuk selama proses bimbingan skripsi.
4. Ibu Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta dosen penguji yang meberikan kritikan dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Sri Rahayu S.E,M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan bimbingan, mengoreksi dan memberikan pengarahan serta petunjuk selama proses bimbingan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta civitas academica Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran.
7. Kedua orang tua penulis, Ibu Romlah Istiqomah dan Bapak Suharto, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasihat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Dewi Kartikasari kakak saya yang selalu memberikan nasihat dan dukungan kepada penulis.
9. Linggar Erawati yang senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan motivasi dan menemani penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
10. Sahabat dan teman dekat saya yang selalu memberikan nasihat dan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan di bangku perguruan tinggi.
11. Seluruh pihak yang berperan dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan, karena dengan bantuan dari pihak-pihak tersebut akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan iringan doa, semoga penelitian ini bermanfaat sebagai suatu sumbangan pemikiran ilmu pengetahuan.

Ungaran, 20 April 2025
Penulis,

Deny Setya Nugraha

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Jika orang lain bisa, maka aku juga bisa”

“Tidak peduli seberapa sulit atau mustahilnya itu, jangan pernah melupakan
tujuanmu”

Monkey D Luffy – *One Piece*

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibu, bapak dan keluarga yang telah senantiasa memberikan semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Teman seperjuangan penulis yang telah banyak membantu serta memberikan dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada diri sendiri karena sudah berjuang hingga di titik ini.

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Operasional	13
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Kajian Pustaka	17
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka Pikir	43
D. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian	46
C. Variabel dan Indikator Penelitian	47
D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	49
E. Teknik Pengambilan Data	51
F. Teknik Pengumpulan Data	54

G. Teknik Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Perusahaan	64
Struktur Organisasi Babe Billiard Ungaran	65
B. Hasil Penelitian.....	65
C. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Omset Babe Billiard Ungaran 2024	3
Tabel 1. 2 Data Jumlah Pengunjung Babe Billiard Ungaran 2024	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian	48
Tabel 3. 2 Ringkasan uji validitas dan reabilitas.....	59
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4. 2 Usia reponden	66
Tabel 4. 3 Pekerjaan responden	67
Tabel 4. 4 Hasil Outer Model.....	69
Tabel 4. 5 Evaluasi Outer Loading	70
Tabel 4. 6 Average Variance Extracted (AVE)	71
Tabel 4. 7 Uji Fornell – Larcker.....	72
Tabel 4. 8 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach’s Alpha</i>	73
Tabel 4. 9 Hasil Uji model <i>fit</i>	75
Tabel 4. 10 <i>Path Coefficient</i>	76
Tabel 4. 11 Nilai R-square	77
Tabel 4. 12 Nilai Q square	78
Tabel 4. 13 Hasil analisis jalur.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	44
Gambar 3. 1 Uji <i>Statistic T</i>	63
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Babe Billiard Ungaran.....	65
Gambar 4. 2 <i>Outer Model</i>	78
Gambar 4. 3 <i>Inner Model</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2 Identitas Responden	100
Lampiran 3 Tabulasi 96 Responden	107
Lampiran 4 Hasil Hasil Pengolahan <i>SmartPLS</i> 4.1	119

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami kemajuan dan mengarah pada modernisasi di segala bidang, sehingga mempermudah aktivitas yang dijalankan oleh manusia yang menyebabkan tingkat ketergantungan semakin mengalami peningkatan. Hal ini dipicu oleh rutinitas kegiatan yang semakin kompleks. Akibatnya, timbul suatu kejenuhan dan kondisi membosankan dalam menjalankan kegiatan tersebut. Melihat keadaan ini, maka manusia membutuhkan waktu luang untuk menikmati segala hobi dan mendapatkan hiburan demi menyegarkan pikiran dan tubuh agar lebih rileks serta nyaman. Untuk itu, sebagian orang akan mencari tempat-tempat yang asyik dan menghibur untuk mengusir segala rutinitas pekerjaan yang cenderung menimbulkan kebosanan.

Gaya hidup anak muda sekarang cenderung menyukai mengisi waktu luang yang dapat menghilangkan stress di saat menjalankan aktivitas rutin. Hal ini juga tampak pada gaya hidup anak muda di wilayah Ungaran sehingga semakin banyak tempat hiburan di Kota Ungaran seperti café dan tempat-tempat berkumpul lain seperti area permainan billiard. Permainan billiard menjadi pilihan banyak anak muda untuk mengisi waktu luang sambil berolah raga. Billiard adalah salah satu permainan universal bisa dimainkan oleh segala usia dan latar belakang (Metcalf.,

2020). Hal ini juga dapat dilihat dari youtuber dan juga artis Indonesia yang banyak memainkan sebuah permainan billiard dan dijadikan konten di kanal youtube-nya seperti artis kondang Raffi Ahmad, Baim Wong, Anji, Billy Syahputra dan lain-lain. Sebuah laporan dari Lembaga riset berbasis di Amerika dan Inggris, menyebutkan penjualan peralatan billiard dan *snooker* diprediksi meningkat sekitar USD 63 juta atau hampir Rp 1 triliun pada tahun 2021–2023. Laporan yang sama menyebutkan, Kawasan Asia Pasifik sendiri, menyumbangkan porsi yang cukup signifikan, yaitu sebesar 32.5% dari total kenaikan dunia (Mirz 2023).

Dilihat dari fenomena ini, maka bermunculanlah berbagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan produk yang menawarkan berbagai alternatif yang menarik yang dipromosikan kepada setiap individu yang membutuhkan. Salah satunya adalah Babe billiard yang terletak di Jalan Melati Baru II no 40, Genuk Ungaran, Jawa Tengah, Indonesia. Usaha ini diawali kegemaran pemilik usaha yang bernama Teddy Andrika yang biasa dijuluki Babe terhadap permainan billiard sehingga tertarik untuk membuka tempat permainan billiard pada awal tahun 2022 beliau melakukan survey pasar mengenai pencarian peralatan billiard dan memutuskan untuk membeli meja billiard sebanyak 19 meja yang terdiri dari 9 meja VIP dan 10 meja regular, mencari tenaga kerja yang mempunyai skill dan paham akan billiard, kemudian juga melakukan

survey pasar yang berkaitan dengan harga serta melakukan perizinan terkait dengan pendirian usaha.

Dalam kurun waktu 5 bulan terakhir ini babe billiard Ungaran mengalami penurunan pengunjung yang berdampak kurang baik bagi Babe billiard Ungaran. Mennyikapi hal tersebut karyawan dan pihak manajemen perlu adanya pola pikir yang lebih maju untuk meningkatkan omset kembali. Untuk mengetahui penyebab yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada pelanggan Babe billiard Ungaran, dapat dilihat perkembangan dari Babe billiard bagaimana persepsi fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah data omset Babe Billiard selama 5 bulan trakhir 2024:

Tabel 1. 1
Data Omset Babe Billiard Ungaran 2024

Bulan	Omset Kotor per Bulan
Mei	Rp 27.342.000,-
Juni	Rp 22.938.000,-
Juli	Rp 25.674.000,-
Agustus	Rp 23.640.000,-
September	Rp 19.826.000,-

Sumber: Babe billiard Ungaran 2024

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa omset Babe Billiard dari bulan Mei 2024 sampai dengan bulan September 2024 mengalami fluktuasi atau mengalami naik turun. Pada bulan Juni terjadi penurunan sebesar Rp 4.404.000 rupiah. Di bulan Juli omset penjualan meningkat Rp 2.736.000,- . Setelah terjadinya penurunan, di bulan Agustus dan September sebesar 2.034.000 dan 3.814.000-. Di bulan

terakhir yaitu bulan September omset Babe billiard Ungaran 2024 mengalami penurunan yang cukup drastis. Adapun data jumlah pembeli sebagai penguat permasalahan yang terjadi pada Babae billiard 2024 sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Data Jumlah Pengunjung Babe Billiard Ungaran 2024

Bulan	Jumlah Pengunjung
Mei	693 orang (paling tinggi)
Juni	551 orang
Juli	637 orang
Agustus	601 orang
September	539 orang

Sumber: Babe Billiard Ungaran 2024

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung dari bulan Mei 2024 sampai dengan bulan September 2024 mengalami naik turunnya akan tetapi mayoritas mengalami penurunann di bulan Juni ke Juli mengalami kenaikan. Dengan hal ini omset memiliki hubungan dengan jumlah pengunjung. Guna mempertahankan pelanggan dan peningkatan omset menjadi stabil, Babe Billiard hendaknya menyajikan fasilitas yang baik serta kualitas pelayanan yang semestinya diberikan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan dalam upaya mencegah usaha tutup dan mengalami kerugian bahkan gulung tikar. Kotler dalam jurnal Kalisa dan Tasya (2024) menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi.

Kepuasan pelanggan juga dapat diartikan sebagai sikap dan perasaan yang dimiliki pelanggan tentang suatu perusahaan menggambarkan kepuasan dari pelanggan (Binaraesa et al, 2021).

Kepuasan menjadi tanggapan emosional para pelanggan terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Selanjutnya, Menurut Tjiptono dalam Loo dan Petrus (2020) kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Pada dasarnya kepuasan pelanggan yaitu suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan dan asa pelanggan bisa terpenuhi barang atau pun jasa yang dikonsumsi. Menurut Karundeng et al., (2021) kepuasan pelanggan adalah suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan pelanggan atau melebihi harapan pelanggan tersebut

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi dan akan membuat pelanggan tersebut melakukan pembelian ulang dan menjadi loyal terhadap perusahaan. Semakin terpenuhinya harapan-harapan pelanggan tentunya pelanggan tersebut akan merasa puas (Syahfitri et al., 2023). Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam mempromosikan produknya maupun jasa, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya.

Apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan tersebut akan melakukan pembelian secara berulang-ulang dan pelanggan tersebut bisa menjadi loyal terhadap perusahaan (Maulyan et al., 2022).

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran harus mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. akan tetapi di Babe Billiard Ungaran tidak ada standar layanan yang jelas dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Beberapa staf ramah dan akrab, tetapi yang lain cenderung cuek, sehingga pengalaman pelanggan tidak konsisten. Pelanggan menginginkan suasana yang lebih akrab dengan staf, seperti sapaan hangat atau diskusi santai, tetapi staf hanya fokus pada transaksi tanpa membangun hubungan.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen menurut (Tjiptono, 2015). Menurut Kotler dalam jurnal Kurniawan dan Soliha (2022) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat pelanggan secara langsung.

Memberikan fasilitas yang baik penting untuk mendapatkan kepuasan pelanggan seperti halnya Babe billiard Ungaran yang memberikan sedikit fasilitas untuk menarik para pelanggan seperti stik billiard, *charger* gratis, wifi, tempat duduk, toilet, cafe untuk membeli makanan dan minuman, tetapi tidak sedikit pula para pelanggan mengeluhkan kurangnya fasilitas wifi yaitu kekuatan internetnya yang lemot dan juga stik billiard banyak yang tidak bagus hal ini sering dikeluhkan para pengunjung.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hasil berbeda (*research gap*) meninjau dari penelitian terdahulu menurut Kurniawan et al., (2022) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Museum Macan, Jakarta” yang menghasilkan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji dan Sumitro (2020) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Teknologi terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank” yang mendapatkan hasil Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang diterima dengan layanan yang diharapkan sesungguhnya menurut (Ramadhania et al., 2022). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh manajemen *business centre* kepada konsumen yang berkunjung maka akan meningkatkan kepuasan

pelanggan. Menurut Lupiyoadi dalam jurnal Cahyo (2022) mengemukakan kualitas pelayanan adalah perbandingan persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan sesungguhnya (*expected service*). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang diharapkan.

Tjiptono dalam jurnal alwi dan Joko (2023) menyatakan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, Kotler., (2017) merumuskan bahwa kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas pelayanan Babe billiard Ungaran sering terdapat komplain dari pelanggan secara langsung maupun tidak langsung. Banyak pelanggan yang mengeluhkan bahwa pelayanan yang kurang ramah, misalnya pada permainan billiard sudah selesai dan mau main lagi pelayan tidak langsung cepat menata bola kadang malah main hp sendiri tidak memperhatikan pelanggan dan juga pada saat pelanggan pesan minum proses pembuatan minumannya lama. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawan dan Soliha (2022) yang berjudul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang” yang menghasilkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hasil berbeda (*Research Gap*) dari variabel yang diteliti, yaitu penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen” oleh (Sholikhah 2020) dan Wawan (2019) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Jurusan Sintang – Pontianak Pada PT. Tiki Cabang Sintang”. Dari kedua penelitian tersebut mendapatkan hasil kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Lokasi adalah posisi geografis sebuah obyek yang diukur berdasarkan nilai strategisnya, Tjiptono dalam jurnal Biantoro dan Rayman (2021). Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan bisnis perusahaan dan dapat menjadi penentu keberhasilan atau kegagalan sebuah tempat usaha atau perusahaan. “Lokasi memiliki kemampuan untuk membentuk strategi bisnis perusahaan” kata eizer dan Render (2015). Lokasi perusahaan juga merupakan investasi jangka panjang. Positioning adalah pendekatan yang paling kritis dalam ritel. Langkah pertama dalam menentukan keberhasilan bisnis Anda adalah memilih lokasi yang strategis. Banyak pengusaha meremehkan

pentingnya lokasi saat memulai bisnis, dan sebagai akibatnya, mereka lalai melakukan evaluasi lokasi atau mengembangkan strategi yang solid untuk memilih lokasi yang sesuai. "Lokasi memiliki kemampuan untuk membentuk strategi bisnis perusahaan," kata Heizer dan Render (2015). Karena lokasi memengaruhi pengeluaran dan pendapatan perusahaan, lokasi biasanya memiliki kemampuan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis.

Babe billiard terletak di Jalan Melati Baru II no 40, Genuk Ungaran, Jawa Tengah, Indonesia. Parkir babe billiard yang tergolong luas bisa muat banyak mobil akan tetapi jalan menuju lokasi sulit dijangkau dengan transportasi umum, juga tanda atau petunjuk lokasi yang kurang jelas dan kurang menarik, lingkungan babe billiard yang tersembunyi terletak di tengah-tengah pemukiman yang menuju lokasi harus masuk gang dan masuk lorong juga menjadi permasalahan yang dialami oleh Babe billiard. Ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hasil berbeda (*Research Gap*) meninjau dari penelitian terdahulu, menurut Alwi dan Mulyono (2023) yang berjudul "Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Menantea Café Teluk Jambe Karawang" mendapatkan hasil bahwa lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Menantea Cafe Telukjambe, Karawang. Penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan

oleh Siregar et al., (2022) yang berjudul Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). Yang mendapatkan hasil bahwa Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Terjadi kontradiksi antara hasil kedua penelitian tersebut, sehingga peneliti ingin melakukan penelitian yang lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti mengambil judul **“PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BABE BILLIARD UNGARAN”**

B. Perumusan Masalah

Sugiyono (2011) mengartikan rumusan masalah akan muncul berdasarkan penelitian menurut tingkat eksplanasi dan berbentuk pertanyaan yang akan dicarikan jawaban melalui pengumpulan data. Adapun rumusan masalah yang dapat diteliti yaitu :

1. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran?

C. Tujuan Penelitian

Sugiyono (2011) mengungkapkan bahwa tujuan penelitian yaitu agar data dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan. Sedangkan hasil dari penelitian akan memperoleh suatu pengetahuan baru sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Tujuan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran.

D. Manfaat Penelitian

Dalam segi akademis, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi peneliti maupun bagi masyarakat umum. Manfaat yang dapat dirumuskan dari adanya penelitian ini terdiri dari dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat teoritis dibidang keilmuan
 - a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini tentunya berguna untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu-ilmu ekonomi bisnis dan pemasaran serta untuk referensi dalam menyelesaikan

tugas akhir pada perkuliahan pendidikan strata satu (S1). Selain itu juga diharapkan bisa dijadikan sebagai pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian selanjutnya atau kegiatan lain yang berhubungan dengan akademik ekonomi pemasaran atau bisnis.

b. Bagi pihak Akademik

Sebagai sumbangan pemikiran dan membuka inspirasi dalam mempelajari praktek-praktek dalam bidang ekonomi dan pemasaran lebih jauh, baik dari segi studi pustaka hingga penelitian terjun ke lapangan.

2. Aspek praktis pada bidang guna laksana

a. Bagi pemilik usaha Babe billiard Ungaran

Hasil penelitian ini diinginkan berguna untuk dijadikan pembelajaran dalam mengelola bisnis babe billiard secara efektif dan efisien. Guna mengembangkan bisnisnya serta meningkatkan pengunjung dan omset pada Babe billiard Ungaran. Selain itu juga bisa digunakan untuk referensi dalam upaya pengembangan bisnis agar tidak tersisih dari dunia persaingan pemasaran.

E. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2015) pengertian definisi operasional dalam variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional digunakan untuk membatasi ruanglingkup dari variabel yang diamati atau diteliti. Dalam uraian diatas, peneliti dapat menjelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini atau bisa disebut dengan definisi operasional, yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler et al., (2021) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

2. Fasilitas (X1)

Kotler et al., dalam jurnal putri et al., (2023) mengemukakan bahwa fasilitas (*facility*) adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

3. Kualitas Pelayanan (X2)

Kotler et al., (2021) mengemukakan kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

4. Lokasi (X3)

Menurut Tjiptono dalam jurnal Biantoro dan Rayman (2021) lokasi merupakan posisi geografis sebuah obyek yang diukur berdasarkan nilai strategisnya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini digunakan untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian. Adapun sistematika penulisannya adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan tentang kajian pustaka yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini memberikan penjelasan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan data serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi responden, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran tentang hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar, Kolter et al, (2021). Menurut Tjiptono dalam jurnal Anggi dan Tanjung (2024), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi pelayanan yang sebenarnya.

Kepuasan pelanggan adalah keinginan pada setiap perusahaan. Selain untuk menjaga keberlangsungan kehidupan suatu perusahaan memuaskan kebutuhan konsumen adalah salah satu kunci untuk menjadikan sebuah pembeda diantara perusahaan lainnya dan juga dapat memberikan keunggulan pada persaingan bisnis. Pemasaran jasa

merupakan kegiatan perusahaan yang memiliki peran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sejalan dengan perkembangan dunia perekonomian kita telah mengetahui pemasaran jasa mempunyai peran penting bagi suatu perusahaan.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kotler (2021) mengatakan ada beberapa Indikator yang dapat digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kepuasan konsumen tergantung pada kinerja produk yang dirasakan relative terhadap ekspektasi dari konsumen, jika kinerja produk sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas.
- 2) Pelayanan yang berkualitas dan baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.
- 3) Harga yang sesuai dengan benefit yang didapatkan oleh konsumen atas penggunaan produk dan atau jasa yang ditawarkan oleh pemasar.
- 4) Promosi, Pemasar dapat selalu meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan potongan harga berupa diskon (*discount*) dan potongan harga khusus (*allowanc*).
- 5) Membangun hubungan yang baik dengan para konsumen dapat menciptakan kepuasan konsumen.

c. Faktor-faktor Kepuasan pelanggan

Menurut Irawan dalam jurnal Nasution (2021) faktor – faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1) Kualitas produk

Pelanggan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

2) Harga

Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3) *Service quality*

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *servqual*.

4) *Emotional factor*

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

5) Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan

d. Dimensi-dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2018), kepuasan pelanggan memiliki

beberapa dimensi, yaitu :

- 1) Tetap setia, pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk akan cenderung menjadi setia dan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang dari produsen yang sama.
- 2) Membeli produk baru perusahaan dan memperbaharui produk, karena merasa puas pelanggan memiliki keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang diterima setelah mengonsumsi produk. Selain itu, pelanggan bersedia memberikan saran dan masukan ke produsen agar perusahaan dapat memproduksi barang atau jasa yang lebih baik.
- 3) Merekomendasikan produk, pelanggan yang puas akan mendapatkan dorongan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain. Hal ini dapat berbentuk rekomendasi kepada calon pelanggan lain.
- 4) Kurang memperhatikan merek pesaing dan kurang sensitif terhadap harga, pelanggan bersedia membayar lebih kepada perusahaan karena sudah percaya akan perusahaan. Mereka memiliki perspektif apabila harga lebih tinggi maka kualitas juga lebih tinggi.

e. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memberikan manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan yang makin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar menurut Lovelock dan Wright (2018).

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam jurnal Septiawan dan Yudi (2023) ada beberapa manfaat jika suatu perusahaan dapat memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Terjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan akan cenderung terus menggunakan produk tersebut dalam jangka waktu yang lama. Hubungan jangka panjang ini mengurangi kemungkinan pelanggan berpindah ke kompetitor dan menciptakan basis pelanggan yang stabil bagi perusahaan.
- 2) Terbentuknya peluang pertumbuhan bisnis. Kepuasan pelanggan dapat membuka peluang ekspansi bisnis, baik melalui peningkatan jumlah pelanggan maupun pengembangan produk dan layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Pelanggan yang puas juga lebih mudah menerima inovasi atau produk tambahan dari perusahaan.
- 3) Terciptanya loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas tidak hanya

kembali membeli produk atau jasa perusahaan, tetapi juga lebih tahan terhadap tawaran kompetitor. Loyalitas ini memberikan keuntungan dalam jangka panjang karena perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk menarik pelanggan baru secara terus-menerus.

- 4) Terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif sehingga berpotensi untuk dapat menarik pelanggan baru. Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan produk atau layanan kepada keluarga, teman, atau kolega mereka. Rekomendasi dari mulut ke mulut ini memiliki pengaruh besar karena lebih dipercaya dibandingkan iklan, sehingga dapat menarik pelanggan baru dengan lebih efektif.
- 5) Reputasi organisasi atau lembaga semakin positif dimata pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan citra perusahaan sebagai organisasi yang peduli terhadap konsumennya. Reputasi yang baik ini dapat menarik lebih banyak pelanggan, mitra bisnis, serta memperkuat posisi perusahaan di industri yang digeluti.
- 6) Keuntungan yang diperoleh dapat meningkat. Ketika pelanggan tetap setia dan merekomendasikan produk kepada orang lain, penjualan perusahaan dapat meningkat secara signifikan. Selain itu, biaya pemasaran untuk menarik pelanggan baru dapat ditekan

karena pelanggan yang puas secara otomatis menjadi "duta merek" bagi perusahaan.

2. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Kotler dalam jurnal putri et al., (2023) mengemukakan bahwa fasilitas (*facility*) adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen Tjiptono (2015). Menurut Sulastiyono dalam jurnal Dwi dan Soliha (2023) Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya.

Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Dengan demikian Fasilitas merupakan faktor penting dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan layanan suatu perusahaan. Berdasarkan pendapat para ahli, fasilitas mencakup segala

bentuk sumber daya fisik yang disediakan oleh penyedia jasa untuk mendukung pengalaman pelanggan. Aspek fasilitas yang harus diperhatikan meliputi kondisi, kelengkapan, desain interior dan eksterior, serta kebersihannya, karena semua ini berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan fasilitas yang baik, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat citra positif, serta mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

b. Indikator Fasilitas

Kotler dalam jurnal dalam jurnal putri et al., (2023) mengemukakan bahwa indikator yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas adalah:

1) Pertimbangan/perencanaan spasial

Aspe-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan

tambahannya.

3) Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan.

4) Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Unsur pendukung keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, musik atau

televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

c. Faktor-faktor Fasilitas

Menurut Tjiptono (2019) Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut:

1) Sifat dan tujuan organisasi;

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumahsakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representative, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan didesain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenaisifat jasa didalamnya.

2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat;

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

3) Fleksibilitas;

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume

permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relatif besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan dimasa datang.

4) Faktor Estetis

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Aspek-aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu beraneka ragam dan dekorasi interior.

d. Dimensi-dimensi Fasilitas

Menurut Tjiptono (2019) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Terdapat dimensi dalam fasilitas, yaitu:

1) Pertimbangan atau perencanaan spasial

Perencanaan spasial berkaitan dengan pengaturan ruang agar fasilitas dapat digunakan secara optimal dan efisien. Hal ini mencakup tata letak, alur pergerakan pelanggan dan staf, serta pemanfaatan ruang untuk menciptakan kenyamanan dan kemudahan akses. Tujuan utama dari perencanaan spasial adalah memastikan bahwa fasilitas dapat mendukung kelancaran

operasional dan memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan.

2) Perancang ruang;

Perancangan ruang melibatkan pengaturan interior dan eksterior fasilitas untuk menciptakan lingkungan yang sesuai dengan fungsi dan identitas perusahaan. Desain ruang harus mempertimbangkan faktor ergonomi, estetika, serta kenyamanan pelanggan dan karyawan. Elemen-elemen seperti tata letak furnitur, ventilasi, serta pemisahan antara area layanan dan area operasional menjadi bagian penting dalam perancangan ruang.

3) Perlengkapan;

Perlengkapan meliputi semua perangkat dan fasilitas fisik yang mendukung layanan yang diberikan. Ini mencakup perabotan, peralatan teknologi, hingga fasilitas pendukung seperti AC, tempat duduk, atau mesin otomatis. Perlengkapan harus dipilih dengan mempertimbangkan kualitas, fungsi, dan daya tahan untuk memastikan pengalaman yang nyaman dan efisien bagi pengguna layanan.

4) Tata cahaya dan Warna;

Pencahayaan dan warna memiliki dampak psikologis yang signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Pencahayaan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan membantu menciptakan suasana yang diinginkan, seperti suasana santai di restoran atau

suasana profesional di kantor. Sementara itu, warna dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap brand dan lingkungan—misalnya, warna hangat menciptakan kesan ramah, sedangkan warna netral memberikan kesan elegan dan profesional.

5) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis;

Elemen grafis seperti papan petunjuk, logo, dekorasi, dan signage memiliki peran penting dalam komunikasi visual. Pesan-pesan grafis ini membantu pelanggan menavigasi fasilitas dengan lebih mudah, memahami aturan atau prosedur layanan, serta memperkuat identitas merek perusahaan. Penggunaan simbol, tipografi, dan warna yang tepat dalam elemen grafis dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

e. Manfaat fasilitas

Menurut Purnomo dalam Cahyani dan Safitri (2021) manfaat fasilitas adalah:

1) Mengurangi investasi peralatan kembali.

Fasilitas yang dirancang dengan baik dapat mengurangi kebutuhan untuk mengganti atau menambah peralatan dalam jangka pendek. Dengan pemilihan material dan perlengkapan yang berkualitas serta perencanaan yang matang, perusahaan dapat menghemat biaya investasi ulang dan memperpanjang umur pakai

fasilitas yang ada.

2) Pemanfaatan ruang yang lebih efektif.

Tata letak dan desain fasilitas yang optimal memungkinkan penggunaan ruang secara efisien. Dengan perencanaan yang tepat, setiap area dapat dimanfaatkan secara maksimal tanpa ada bagian yang terbuang atau tidak terpakai. Hal ini membantu menghindari pemborosan ruang dan meningkatkan kapasitas operasional perusahaan.

3) Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para karyawan dan konsumen.

Fasilitas yang nyaman dan mudah diakses akan meningkatkan pengalaman pelanggan serta produktivitas karyawan. Konsumen dapat menikmati layanan dengan lebih baik, sementara karyawan dapat bekerja lebih efisien tanpa hambatan yang disebabkan oleh fasilitas yang kurang memadai.

4) Meningkatkan efektivitas.

Dengan fasilitas yang mendukung, proses kerja menjadi lebih lancar dan terorganisir. Misalnya, tata letak yang ergonomis di tempat kerja dapat mengurangi waktu dan tenaga yang terbuang, sehingga meningkatkan efektivitas dalam melayani pelanggan maupun menjalankan operasional bisnis.

5) Memaksimalkan pelayanan.

Fasilitas yang dirancang dengan baik memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan yang lebih optimal. Dengan adanya fasilitas yang mendukung, perusahaan dapat melayani pelanggan dengan lebih cepat, lebih nyaman, dan lebih profesional, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas mereka.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler et al., (2021) mengemukakan kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pengertian lain kualitas layanan adalah penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan harapannya (Suryani 2017). Arti lain kualitas layanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2017). Definisi lain kualitas layanan adalah evaluasi keyakinan jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Lovelock dan Wright 2018).

Dalam persaingan bisnis yang ketat salah satu usaha perusahaan untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan adalah dengan

peningkatan mutu dalam bidang kualitas layanan. Menurut Tjiptono dalam Sholikhah et al., (2020) kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan motivasi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan memakai produk atau jasa tertentu.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler et al., (2021), kualitas layanan dapat diukur melalui 5 (lima) indikator, antara lain:

1) **Bukti fisik;**

Bentuk pelayanan yang diberikan dan dapat dilihat secara langsung misalnya bukti fisik berupa bangunan dan perlengkapan fasilitas yang ada di perusahaan.

2) **Kehandalan;**

Reliability atau kehandalan adalah kemampuan karyawan dalam menunjukkan keahlian dan memberikan pelayanan dengan tepat dan akurat tanpa membuat kesalahan apapun.

3) **Daya tanggap;**

Responsiveness atau daya tanggap adalah kesediaan atau kemampuan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang responsif dan memberikan jasa secara cepat kepada konsumen.

4) **Jaminan;**

Assurance atau jaminan artinya segala sesuatu yang mencakup

pengetahuan, kemampuan, dan dapat dipercaya yang dimiliki oleh semua karyawan apotek untuk menghindarkan konsumen dari resiko yang berbahaya dan keraguan akan setiap pertanyaan atau masalah konsumen. Karyawan harus mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

5) Empati.

Empathy atau empati adalah bentuk sikap perhatian pribadi dan cara berkomunikasi yang baik kepada konsumen. Hal yang dimaksud adalah karyawan memahami masalah yang dihadapi oleh konsumen untuk membantu konsumen dengan memberikan perhatian khusus.

c. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan

Menurut Jodi dalam Gronross (2021) bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Menjaga dan memperhatikan, pelanggan dapat merasakan sebuah perlakuan atau perilaku karyawan yang bekerja dapat diandalkan untuk menyelesaikan masalah.
- 2) Spontanitas, yaitu sikap yang ditunjukkan oleh karyawan untuk antusias membantu konsumen.
- 3) Penyelesaian masalah, yaitu berupa kemampuan karyawan dalam berkomunikasi untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen serta mem-berikan pelayanan yang terbaik.

- 4) Perbaikan, apabila ada kejadian diluar dugaan maka diharapkan karyawan dapat meminimalisir dan mengatasi dampak buruk.

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Supranto dalam jurnal Sasongko (2021) terdapat beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk menentukan kualitas pelayanan, diantaranya:

- 1) Tampilan Elemen Fisik/Berwujud (*Tangible*);

Dimensi ini mengacu pada aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan, seperti fasilitas, peralatan, desain interior, dan penampilan staf. Elemen-elemen fisik ini menciptakan kesan pertama yang kuat bagi pelanggan dan dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan.

- 2) Keandalan (*Reliability*);

Keandalan mengukur konsistensi dan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat dan akurat. Layanan yang dapat diandalkan adalah yang selalu memenuhi harapan pelanggan, tanpa ada kesalahan atau ketidaksesuaian.

- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*);

Daya tanggap mengukur sejauh mana staf atau perusahaan siap untuk membantu pelanggan dan menangani masalah atau permintaan dengan cepat dan efisien. Hal ini mencakup kecepatan

dan sikap proaktif dalam merespons kebutuhan atau keluhan pelanggan. Perusahaan yang memiliki tingkat respons tinggi dapat memuaskan pelanggan lebih baik karena mereka merasa diperhatikan dan dihargai.

4) Jaminan/Keyakinan (*Assurance*);

Dimensi ini berfokus pada kemampuan staf dalam memberikan rasa aman dan percaya diri kepada pelanggan. Jaminan melibatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap staf yang menunjukkan kompetensi dalam melayani pelanggan. Selain itu, ini juga mencakup kredibilitas perusahaan dalam memberikan layanan yang aman, terpercaya, dan berkualitas.

5) Empati (*Empathy*);

Empati mengukur sejauh mana perusahaan dapat memahami dan menghargai perasaan serta kebutuhan pelanggan secara individual. Ini mencakup perhatian yang diberikan kepada pelanggan secara personal dan bagaimana perusahaan menyesuaikan layanan dengan preferensi atau situasi pelanggan. Perusahaan yang empatik akan lebih mudah membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan karena mereka merasa dihargai dan diperlakukan secara khusus.

e. Manfaat Kualitas Pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat lima manfaat kualitas layanan, yaitu :

- 1) Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan.

Kualitas layanan memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan tepat apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, sehingga produk atau layanan yang ditawarkan bisa lebih sesuai dengan harapan mereka.

- 2) Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk.

Dengan mengetahui harapan pelanggan, perusahaan dapat menyampaikan umpan balik ini kepada tim pengembangan produk untuk memastikan bahwa produk yang dikembangkan memenuhi kebutuhan pasar.

- 3) Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu.

Kualitas layanan memastikan bahwa perusahaan dapat memenuhi pesanan pelanggan secara akurat, dalam jumlah yang tepat, dan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

- 4) Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas.

Menjaga komunikasi setelah penjualan membantu perusahaan untuk mengidentifikasi potensi masalah, memperbaiki pengalaman pelanggan, serta meningkatkan loyalitas dengan memastikan mereka puas dengan layanan yang diterima.

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Menurut Tjiptono dalam jurnal Biantoro dan Rayman (2021) lokasi merupakan posisi geografis sebuah obyek yang diukur berdasarkan nilai strategisnya. Lokasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mendirikan suatu usaha, karena lokasi dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Lokasi harus mempertimbangkan kondisi sekitar, apakah strategis, dekat dengan konsumen, dekat dengan bahan baku, dekat dengan keramaian dan pusat pemasaran lainnya. Menurut Kotler & Armstrong (2021), lokasi adalah tempat dimana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Lokasi dapat diartikan sebagai tempat

produksi dimana lokasi digunakan untuk memproduksi atau menghasilkan produk baik barang ataupun jasa.

Penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada, sehingga sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya pendapat tersenut disampaikan oleh Ibid dalam jurnal Alawiyah, T. (2019).

b. Indikator Lokasi

Menurut Tjiptono dalam jurnal Biantoro dan Rayman (2021) indikator lokasi, meliputi :

1) Akses, Lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.

2) Lalu lintas

Ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*.

b) Kepadatan atau kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulans.

3) Ketersediaan tempat parkir Tempat parkir yang luas dan aman.

4) Lingkungan, Daerah disekitar tempat usaha yang mendukung

bisnis tersebut serta berada dilingkungan yang aman (tidak rawan kriminal).

c. Faktor/Aspek Lokasi

Menurut Prayitno (2022) Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, para pengusaha atau pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya:

- 1) Akses yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas ada 2 hal yang perlu diperhatikan yaitu:
 - a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang yang besar terhadap terjadinya *impluse buying* yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, atau tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran atau ambulans.
- 4) Fasilitas parkir, tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 5) Ekspansi yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.

- 6) Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Contohnya, warung makan berdekatan dengan daerah kost, asrama mahasiswa, kampus atau perkantoran.
- 7) Kompetisi yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
- 8) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.

d. Dimensi-dimensi Lokasi

Menurut Tjiptono dalam jurnal Khalid (2022) dimensi dalam pemilihan tempat atau lokasi sebagai berikut:

- 1) Aksesibilitas, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah terjangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (Traffic), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yakni :
 - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impuls buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa

perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha –usaha khusus.

- b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan, misalnya terhadap layanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulans.

e. Manfaat Lokasi

Dijelaskan oleh Lamb. dalam jurnal Alawiyah et al., (2019) bahwa pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting, dikarenakan:

- 1) Lokasi merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha, apakah lokasi tersebut hanya dibeli atau disewa.
- 2) Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa depan, area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga lokasi dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha.
- 3) Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburuk maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini memberikan pemaparan tentang beberapa pemikiran yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Babe billiard Ungaran. Oleh karena itu, peneliti berusaha mencari dan mengemukakan

beberapa penunjang pustaka sebagai bahan kajian teoritik dalam relevansi penelitian yang dilakukan.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti dan judul	Variable	Hasil
1	Dimas Dwi Kurniawan dan Euis Soliha (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang.	1. Kualitas pelayanan (X1) 2. Fasilitas (X2) 3. Lokasi (X3) 4. Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
2	Yuli Rahmawati, Christine C. Widayati, Didin Hikmah Perkasa (2023) Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat)	1. Cita rasa (X1) 2. Harga (X2) 3. Kualitas pelayanan (X3) 4. Kepuasan konsumen (Y)	Cita rasa, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
3	Yusuf Suhardi, Zulkarnaini, Agustian Burda, Arya Darmawan, Adila Nur Klarisah (2022) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi)	1. Harga (X1) 2. Kualitas pelayanan(X2) 3. Fasilitas (X3) 4. Kepuasan pelanggan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
4	Al-May Farhan Alwi, and Joko Mulyono (2023) Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang	1. Harga (X1) 2. Lokasi (X2) 3. Kualitas pelayanan (X3) 4. Kepuasan pelanggan (Y)	harga, lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Menantea Cafe Telukjambe, Karawang
5	RamadhaniaHesti, MayasariEpa, Proditus (2022) Analisis Pengaruh Kualitas	1. Kualitas pelayanan (X1) 2. Suasana Toko (X2)	kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

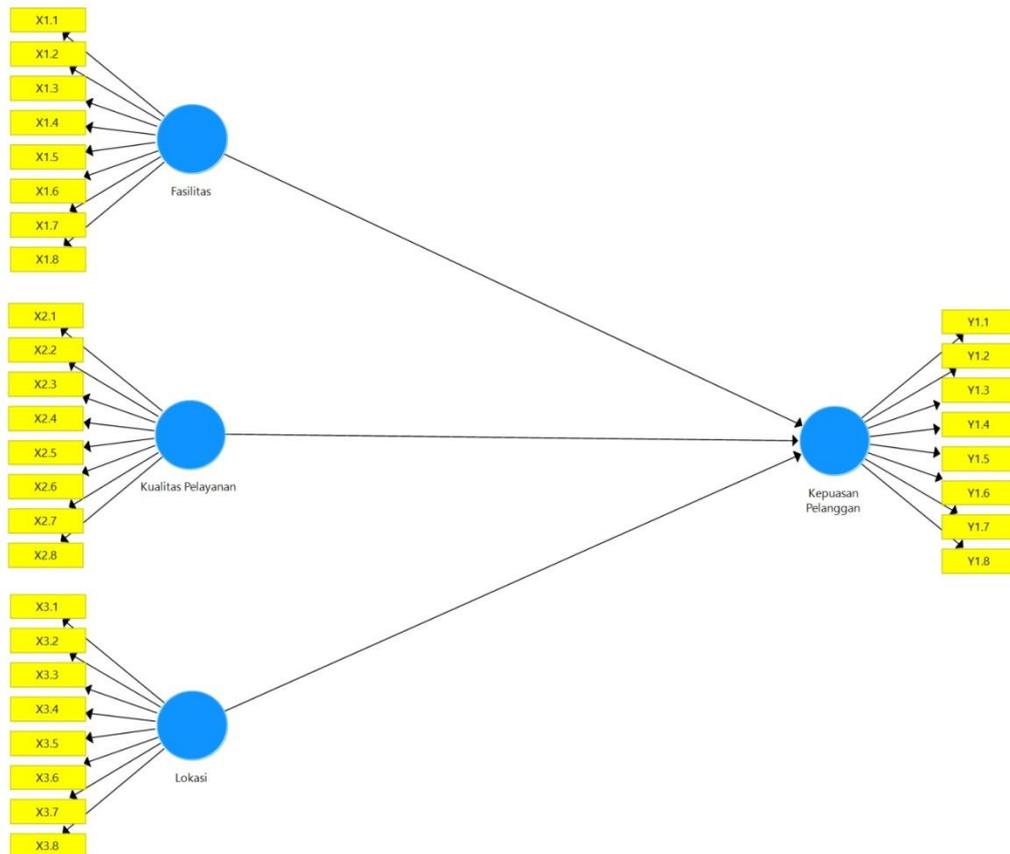
	Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Mbrio Billiard Di Kota Padang	3. Kepuasan pelanggan (Y)	Mbrio Billiard di Kota Padang baik secara parsial maupun simultan.
6	Johannes Kurniawan, Reagan Brian, Stephanie Theodora Mulyono (2022) Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Museum Macan, Jakarta	1. Fasilitas (X) 2. Kepuasan pelanggan (Y)	variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
7	Aji dan Sumitro (2020) Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Teknologi terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank	1. Fasilitas (X1) 2. Kualitas pelayanan (X2) 3. Teknologi (X3) 4. Kepuasan Pelanggan (Y)	Fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Teknologi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
8	Sholikhah (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen	1. Kualitas pelayanan (X1) 2. Harga (X2) 3. Lokasi (X2) 4. Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, harga dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen.
9	Siregar et al., (2022) yang berjudul Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat)	1. Lokasi (X1) 2. Promosi (X2) 3. Fasilitas (X3) 4. Kepuasan Konsumen (Y)	Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2024)

C. Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2017) kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka pikir menghubungkan antara variabel independen yaitu Fasilitas (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Lokasi (X3) dan terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) yang dilakukan oleh pelanggan. Kerangka pikir dalam penelitian ini disusun sebagai berikut :



Gambar 2. 1
Kerangka Pikir

Keterangan garis pada gambar :

—————> : Secara parsial

D. Hipotesis

Hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini berdasarkan pada rumusan masalah, landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pikir yang telah di uraikan. Maka hipotesis pada penelitian berikut ini adalah :

Ho1 : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ha1 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ho2 : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ha2 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ho3 : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ha3 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono., (2019), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan adalah dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiono., (2019), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh manapengaruh hubungan fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana dilakukannya penelitian. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian.

Penelitian ini ditetapkan di Babe Billiard Ungaran yang berlokasi di Jalan Melati Baru II no 40, Genuk Ungaran, Jawa Tengah, Indonesia.

C. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono dalam jurnal Putri et al., (2021).

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih peneliti yaitu Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Babe Billiard Ungaran, maka peneliti mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Variabel *Independent*)

Variabel *independent* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat menurut Sugiyono dalam jurnal Putri et al., (2021).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah : fasilitas (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan lokasi (X_3).

2. Variabel Terikat (Variabel *Dependent*)

Variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas menurut Sugiyono dalam jurnal Putri et al., (2021). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

Selanjutnya variabel dan indikator pada penelitian ini yang digunakan sebagai acuan, terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. 1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Fasiliats (X_1)	fasilitas (facility) adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen menurut Kotler dalam putri et al., (2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan/ perencanaan spasial. 2. Perencanaan ruang. 3. Perlengkapan/p erabatan. 4. Tata cahaya dan warna. 5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Kolter dalam putri et al., (2023) 	Skor 5 Sangat Setuju (SS) Skor 4 Setuju (S) Skor 3 Kurang Setuju (KS) Skor 2 Tidak Setuju (TS) Skor 1 Sangat Tidak Setuju (STS)
Kualitas Pelayanan (X_2)	kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kotler et al., (2021),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik. 2. Keandalan. 3. Daya tanggap. 4. Jaminan. 5. Empati. Kolter et al, (2021) 	Skor 5 Sangat Setuju (SS) Skor 4 Setuju (S) Skor 3 Kurang Setuju (KS) Skor 2 Tidak Setuju (TS) Skor 1 Sangat Tidak Setuju (STS)
lokasi (X_3)	lokasi merupakan posisi geografis sebuah obyek yang diukur berdasarkan nilai strategisnya Menurut Tjiptono dalam Biantoro dan Rayman (2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses. 2. Lalu lintas. 3. Ketersediaan tempat parkir. 4. Lingkungan. Tjiptono dalam Biantoro dan Rayman (2021) 	Skor 5 Sangat Setuju (SS) Skor 4 Setuju (S) Skor 3 Kurang Setuju (KS) Skor 2 Tidak Setuju (TS) Skor 1 Sangat Tidak Setuju (STS)

Kepuasan pelanggan (Y)	kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan Menurut Kotler (2021),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan produk. 2. Pelayanan. 3. Harga. 4. Promosi. 5. Hubungan yang baik dengan pelanggan. Kolter (2021)	Skor 5 Sangat Setuju (SS) Skor 4 Setuju (S) Skor 3 Kurang Setuju (KS) Skor 2 Tidak Setuju (TS) Skor 1 Sangat Tidak Setuju (STS)
------------------------	--	---	---

Sumber : Data diolah (2024)

D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum dari suatu obyek atau subyek yang mempunyai ciri-ciri dan jumlah tertentu dan ditentukan oleh peneliti yang kemudian dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Tujuan dari populasi adalah untuk memudahkan dalam menentukan besarnya sampel yang dapat diambil dan membatasi penerapan wilayah generalisasi sampel (Hardani et al., 2020).

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan Babe billiard Ungaran yang datang langsung.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga ataupun

waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow dalam jurnal Putri et al., (2021):

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% / Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1,96 (1,96 adalah nilai kurva normal untuk simpangan 5 %)

p = maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha, sampling error = 10% = 0,10

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{(1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)}{(0,10)^2} \\ &= \frac{3,8416 (0,25)}{0,01} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} \\ &= 96,04 \\ n &= 96\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas sampel berjumlah 96 akan diperlukan agar dicapai tingkat kepercayaan 95% dalam pendugaan proporsi populasi pengunjung atau pelanggan yang pernah datang di

Babe billiard Ungaran

3. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. (Ghozali, 2021) berpendapat bahwa *purposive sampling* dapat dilaksanakan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu seperti pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Karakteristik dari penelitian ini sebagai berikut ;

- a. Pengunjung di Babe billiard Ungaran > Rp. 50.000
- b. Pengunjung di Babe billiard Ungaran > 17 tahun
- c. Pelanggan yang datang langsung di Babe billiard Ungaran.

E. Teknik Pengambilan Data

1. Jenis Data

Mengelompokan jenis data menjadi dua macam data yang selanjutnya digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2016) dalam jurnal Pramono et al., (2021), yaitu :

a. Data Kualitatif

Merupakan data yang berbentuk kata atau kalimat. Data kualitatif digunakan untuk mengevaluasi beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat untuk memperjelas perolehan hasil data secara kualitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini diambil dari identitas responden (jenis kelamin, pendidikan

terakhir, usia, pekerjaan) dan tanggapan atau jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.

b. Data Kuantitatif

Merupakan data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot. Alat analisis yang digunakan pada penelitian kuantitatif adalah validitas, reliabilitas, model *fit*, *path coefficient*, *R square*, *Q Square* dan uji t. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif yang diambil dari tanggapan atau jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.

2. Sumber Data

Data adalah fakta mentah yang merupakan hasil pengamatan yang diperoleh dari lapangan dalam bentuk angka, huruf, grafik, gambar dan lainnya yang dapat diolah kembali agar diperoleh hasil tertentu. Fakta empiris yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan penelitian dikemukakan oleh Siyoto dan Sodiq dalam jurnal Pramono et al., (2021). Data dapat berupa suatu keadaan, angka ataupun simbol-simbol lain yang dapat digunakan untuk bahan penelitian. Sedangkan yang

dimaksud sumber data yaitu dari mana data tersebut dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Siyoto dan Sodik dalam jurnal Pramono et al., (2021), antara lain:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung di lapangan oleh seorang peneliti dari sumber datanya. Data primer adalah data asli atau data baru. Untuk memperoleh data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung di lapangan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari para reponden dengan memberikan angket atau kuesioner kepada pelanggan dari Babe billiard Ungaran yang berjumlah sebanyak 96 responden

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan bagian data historis tentang variabel- variabel yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain. Data sekunder dapat diperoleh dari internet, perpustakaan umum, majalah, arsip atau dokumen perusahaan dan pihak lain yang bersangkutan. Data sekunder merupakan sumber data kedua setelah sumber data primer. Dalam penelitian ini peneliti memakai sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui jurnal, buku dan laporan keuangan Babe billiard guna memperoleh informasi yang

dibutuhkan berkaitan dengan penelitian ini agar tidak menyimpang jauh dari pembahasan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tehnik untuk mengumpulkan data sebagai berikut :

1. Pengamatan (observasi)

Pengamatan atau observasi adalah cara mengumpulkan data dengan datang langsung ketempat penelitian dan melihat terhadap objek yang diteliti (populasi) Maemanah dalam putri Jesica (2023).

Teknik observasi digunakan peneliti untuk mengambil gambaran secara umum dilapangan mengenai hal-hal terkait dengan manajemen pemasaran yang berkaitan dengan fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang terkumpul dari peristiwa masa lalu. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, karya, hasil observasi atau wawancara dan sebagainya. Data hasil dari dokumentasi kebanyakan berupa data sekunder dan data tersebut telah mempunyai arti yang siap dipresentasikan Riyanto & Hatmawan dalam jurnal Pramono, et al (2021).

Peneliti menggunakan tehnik dokumentasi untuk mendapatkan data mengenai produk, lapran keuangan serta beberapa informasi lainnya yang terdapat di Babe billiard Ungaran.

3. Kuesiner (angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab pendapat Sugiyono dalam jurnal Alawiyah dan T. (2019). Responden dalam penelitian ini adalah 96 pelanggan di Babe billiard Ungaran. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe billiard Ungaran. Penelitian ini dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu tidak terlalu lama. Sehingga dalam pengiriman angket kepada responden tidak perlu melalui pos.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup karena sudah disediakan jawabannya sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat mereka. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang dalam suatu penelitian pendapat Sarwono dan Jarmadi dalam jurnal Alawiyah dan Tuti (2019).

Dalam penelitian ini ada lima jawaban mengenai persetujuan responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang telah disediakan.

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju (KS)
- d. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

G. Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menyederhanakan data agar lebih mudah diinterpretasikan yang diolah dengan menggunakan rumus atau aturan yang ada sesuai pendekatan penelitian. Menurut Sugiyono dalam Syakhiya (2020) analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung di dalam data tersebut dan menggunakan hasilnya untuk memecahkan suatu masalah.

1. Metode Pengolahan data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Software smartPLS SEM (*Partial Least Square – Structural Equation Modeling*). PLS berkemampuan menjelaskan hubungan antar variabel serta berkemampuan melakukan analisis-*analisis* dalam sekali pengujian. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk

mengkonfirmasi teori dan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Menurut Ghazali (2016) metode PLS mampu menggambarkan variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur menggunakan indikator-indikator. Penulis menggunakan *Partial Least Square* karena penelitian ini merupakan variabel laten yang dapat diukur berdasarkan pada indikator-indikatornya sehingga penulis dapat menganalisis dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

2. Analisis Statistik Data

Dalam analisis statistik data menggunakan metode SEM PLS. Berikut teknik analisa metode PLS :

a. Tahap Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model sering juga disebut *measurement model* yang mendefinisikan hubungan antar variabel laten dengan indikatornya (Hasnita, 2021). Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrument

penelitian. Berikut pengujian termasuk dalam model pengukuran (*outer models*):

1) *Convergent Validity*

Pengujian *Convergent Validity* terdapat dari masing-masing indikator konstruk dan dihitung dengan PLS (*Partial Least Square*), suatu indikator dikatakan reabilitas yang baik jika nilainya $\geq 0,70$ sedangkan pada nilai *loading factor* 0,50 sampai 0,60 dapat dianggap cukup. Pada pengujian AVE konstruk reflektif atau Uji validitas ini dengan menilai validitas dari item pertanyaan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE). Menurut Ghozali (2012) dalam Fathusakur et al., (2022) *average variance extracted* merupakan persentase rata-rata nilai varian antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel yang merupakan ringkasan *convergent indicator*. Untuk persyaratan yang baik, jika (AVE) masing-masing item pertanyaan nilainya $\geq 0,5$.

2) *Discriminant Validity*

Tahapan atau cara untuk memenuhi uji validitas diskiriminan dapat dilihat pada nilai cross loading, apabila nilai cross loading setiap item pernyataan variabel ke variabel itu sendiri lebih besar 0,7 dari nilai korelasi item pernyataan ke variabel lainnya.

3) *Composite Reability*

Pengujian *composite reability* digunakan untuk menguji realibilitas instrumen di dalam suatu model penelitian. Konstruk dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik atau tinggi, jika di seluruh variabel nilai *composite reliability* ataupun *cronbach alpha* $\geq 0,7$.

Tabel 3. 2
Ringkasan uji validitas dan reabilitas

	Parameter	Rule of Trumb
Validitas Convergent	<i>Loading Faktor</i>	Lebih besar 0,70 (>0,7)
	<i>Composite Reability</i>	Lebih Besar 0,70 (>0,7)
	<i>AVE</i>	Lebih Besar 0,50 (>0,5)
Validitas Discriminat	<i>Cross Loading</i>	Lebih Besar 0,70 (>0,70)
Reabilitas	<i>Composite Reability</i>	Lebih Besar 0,70 (>0,70)
	<i>Cronbach's Alpha</i>	Lebih Besar 0,70 (>0,70)

Sumber : (Ghozali 2012)

b. Tahap Model Struktural (*Inner Model*)

Analisa Model Struktural (*Inner Model*) menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk. Tujuan melakukan model struktural untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar variance yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-Value*.

Evaluasi *inner model* meliputi beberapa tes untuk mengukur fit model secara keseluruhan antara lain:

1) Model *fit* (uji kecocokan model)

Model fit mengacu pada seberapa baik model yang dibangun dapat menjelaskan data yang ada. Dalam konteks SmartPLS, Uji model fit digunakan untuk mengukur kecocokan model. Pengujian kesesuaian atau kecocokan model sangat penting untuk melihat seberapa cocok model yang dibangun untuk digunakan dalam penelitian. Pengujian model fit biasanya melihat pada *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). SRMR menilai rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan diharapkan. SRMR adalah *Standardized Root mean square residual* yang merupakan alat ukuran fit model (kecocokan model). Syarat yang digunakan adalah nilai SRMR dibawah 0,08 menunjukkan model fit dinyatakan *perfect* (cocok) sedangkan nilai SRMR antara 0,08 sampai dengan 0,10 masih dapat diterima (Yamin 2021).

2) Koefisien Jalur atau *Path Coefficient*

Koefisien yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefficient* dimana tingkat signifikansi dan kekuatan hubungan tersebut dan juga untuk

menguji hipotesis. Nilai *path coefficient* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif (Hair, 2017).

3) Koefisien Determinasi (*R Square*)

Nilai *R-Square* digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantive. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Hamid & Anwar, 2019). Semakin besar nilai ini menunjukkan bahwa predictor model semakin baik dalam menjelaskan *variance*.

4) *Predictive Relevance (Q square)*

Predictive relevance memiliki fungsi untuk memvalidasi model. Pengukuran ini cocok jika variabel laten endogen memiliki model pengukuran reflektif. Nilai *Q square* > 0 artinya model mempunyai *predictive relevance*, sebaliknya apabila nilai *Q square* < 0 artinya model kurang mempunyai *predictive relevance* atau apabila nilai *predictive relevance* $>$ maka membuktikan variabel laten eksogen baik atau sebagai variabel penjelas mampu memprediksi variabel endogennya (Haryono, 2019).

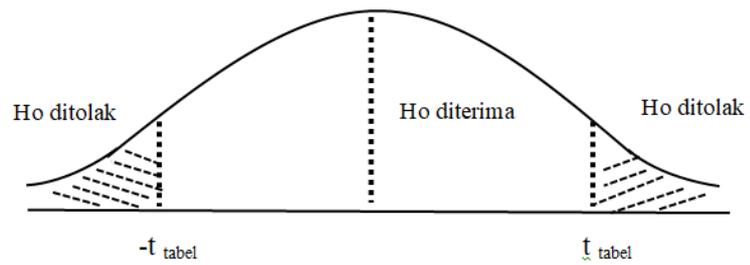
c. Tahap Pengujian hipotesis (*bootstrapping*)

1) Uji t (parsial)

Uji t (parsial) menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Uji t digunakan untuk menguji koefisien secara parsial dari regresi. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Menurut Ghazali (2018), uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Tahapan dalam melakukan pengujian t adalah sebagai berikut:

- a) Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata (uji dua arah), P value lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$)
- b) Menentukan t_{hitung} dan tingkat signifikansi $< 0,05$ yang diperoleh dari pengolahan data melalui *SmartPLS*.
- c) Kriteria hasil pengujian sebagai berikut:
 - (1) Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

(2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.



Gambar 3.1
Uji statistic t

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

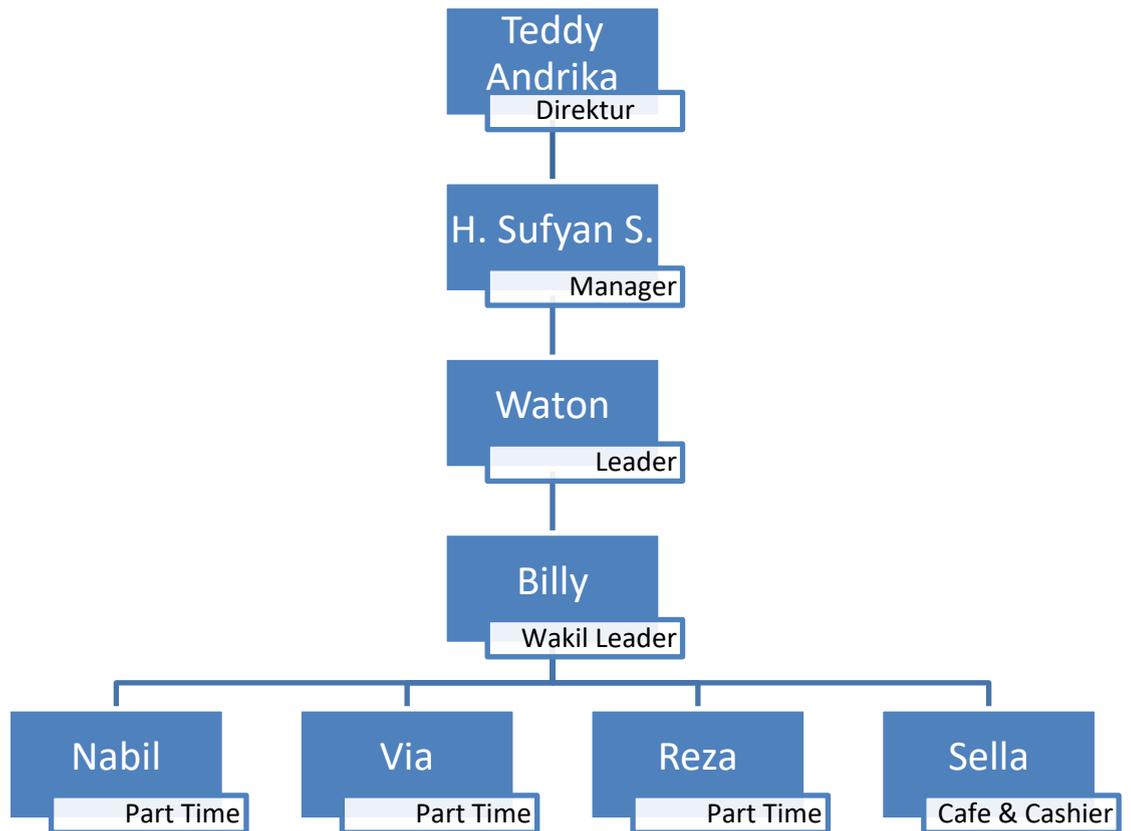
A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Profil Perusahaan

Babe Billiard Ungaran adalah sebuah tempat hiburan dan olahraga biliard yang berlokasi di Ungaran. Tempat ini menyediakan berbagai meja biliard dengan fasilitas yang nyaman untuk pemain amatir maupun profesional. Selain itu, Babe Billiard Ungaran juga menjadi tempat berkumpul bagi pecinta biliard untuk berlatih, bersaing dalam turnamen, atau sekadar bersantai bersama teman. Dengan suasana yang santai dan fasilitas yang memadai, tempat ini menjadi salah satu pilihan favorit bagi penggemar biliard di daerah Ungaran.

Usaha ini diawali kegemaran pemilik usaha yang bernama Teddy Andrika yang biasa dijuluki Babe terhadap permainan billiard sehingga tertarik untuk membuka tempat permainan billiard pada awal tahun 2022 beliau melakukan survey pasar mengenai pencarian peralatan billiard dan memutuskan untuk membeli meja billiard sebanyak 19 meja yang terdiri dari 9 meja VIP dan 10 meja regular, mencari tenaga kerja yang mempunyai skill dan paham akan billiard, kemudian juga melakukan survey pasar yang berkaitan dengan harga serta melakukan perizinan terkait dengan pendirian usaha.

2. Struktur Organisasi Babe Billiard Ungaran



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Babe Billiard Ungaran

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini, responden yang dijadikan sampel adalah pengunjung Babe Billiard Ungaran. Responden yang digunakan sebagai objek penelitian sebanyak 96 orang pengunjung yang datang langsung ke Babe Billiard Ungaran. Sebanyak 96 responden mengisi melalui

linkgoogle form yang telah dibuat oleh peneliti. Rentang pengambilan sampel penelitian ini mulai dari 16 Februari hingga 12 Maret 2025.

a. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Pria	78	81%
2	Wanita	18	19%
		96	100%

Sumber ; Data primer yang diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel 4.1 tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar pembeli yang menjadi responden berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 78 responden atau 81% dan responden yang berjenis kelamin Wanita sebanyak 18 responden atau 19%.

b. Usia responden

Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Usia reponden

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	15 - 22 tahun	42	44%
2.	23 - 30 tahun	49	51%
3.	31 - 38 tahun	5	5%
4.	lebih dari 39 tahun	0	0%
		96	100%

Sumber : sata priper yang diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar pembeli yang menjadi responden berusia diantara 23 – 30 tahun yaitu sebanyak 49 responden atau 51%, diikuti oleh responden yang berusia 15 – 22 tahun sebanyak 42 responden atau 44%, selanjutnya responden yang berusia 31 – 38 tahun sebanyak 5 responden atau 5% dan yang berusia lebih dari 39 tidak ada.

c. Pekerjaan responden

Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 3
Pekerjaan responden

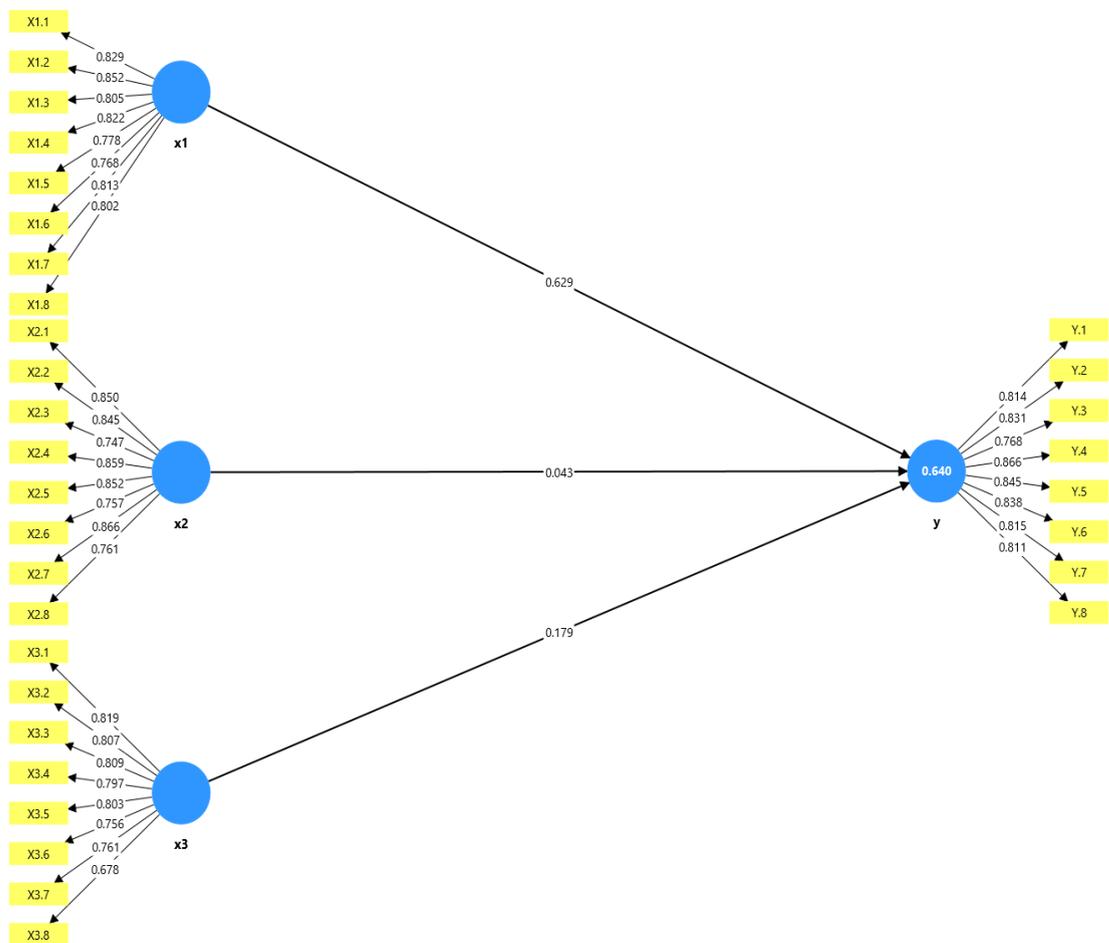
No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar / Mahasiswa	58	60%
2.	Pegawai Negeri	7	7%
3.	Wiraswasta / Pengusaha	23	24%
5.	Tidak Bekerja	8	8%
		96	100%

Sumber : Data primer yang diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa sebagian besar pembeli yang menjadi responden berstatus sebagai Pelajar / Mahasiswa yaitu sebanyak 58 responden atau 60%, diikuti oleh responden yang berkerja sebagai Wiraswasta / Pengusaha sebanyak 23 responden atau 24%, kemudian responden yang berstatus tidak bekerja sebanyak 8 responden atau 8%, dan yang terakhir yaitu responden yang bekerja sebagai pegawai negeri yaitu 7 responden atau 7%.

2. Hasil Outer Model

Analisa outer model digunakan dalam menguji pengukuran yang layak untuk dijadikan pengukuran yang valid. Dalam analisa ini dapat dilihat dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji Validitas menggunakan convergent validity dan discriminat validity. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, Rho_A, dan Composite Reliability.



Gambar 4.2

Outer Model

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

a. Hasil Uji *Convergent Validity*

Convergent Validity dinilai berdasarkan korelasi antar skor item dari pernyataan setiap indikator serta konstruk. Nilai ini kemudian disebut dengan nilai uji outer loading. Jika hasil uji loading > 0.7 maka dianggap valid. Hasil nya disajikan pada tabel dan gambar berikut.

Tabel 4. 4
Hasil Outer Model

	Fasilitas	Kualitas pelayanan	Lokasi	Kepuasan Pelanggan
X1.1	0.829			
X1.2	0.852			
X1.3	0.805			
X1.4	0.822			
X1.5	0.778			
X1.6	0.768			
X1.7	0.813			
X1.8	0.802			
X2.1		0.850		
X2.2		0.845		
X2.3		0.747		
X2.4		0.859		
X2.5		0.852		
X2.6		0.757		
X2.7		0.866		
X2.8		0.761		
X3.1			0.819	
X3.2			0.807	
X3.3			0.809	
X3.4			0.797	
X3.5			0.803	
X3.6			0.756	
X3.7			0.761	
X3.8			0.678	
Y.1				0.814
Y.2				0.831
Y.3				0.768
Y.4				0.866
Y.5				0.845
Y.6				0.838
Y.7				0.815
Y.8				0.811

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Tabel 4.4 memperlihatkan bahwa tidak semua nilai indikator variabel diatas (0,7), oleh karenanya indikator variabel dengan nilai (< 0,7) perlu dihapus dari model yaitu indikator variable X3.8. Indikator-indikator tersebut diartikan memiliki tingkat validitas rendah. Sedangkan sebagian indikator lain dengan nilai outer loading diatas (0,7) diartikan memiliki nilai tinggi. Penghapusan para indikator dengan nilai rendah dimaksudkan untuk memperbaiki model sehingga tidak memberikan pengaruh pada pengujian selanjutnya. Berikut adalah tabel hasil outer loading setelah dilakukan penghapusan beberapa indikator tersebut dan dilakukan pengujian ulang:

Tabel 4. 5
Evaluasi Outer Loading

	Fasilitas	Kualitas pelayanan	Lokasi	Kepuasan Pelanggan
X1.1	0.829			
X1.2	0.852			
X1.3	0.805			
X1.4	0.822			
X1.5	0.778			
X1.6	0.768			
X1.7	0.813			
X1.8	0.802			
X2.1		0.850		
X2.2		0.845		
X2.3		0.747		
X2.4		0.859		
X2.5		0.852		
X2.6		0.757		
X2.7		0.866		
X2.8		0.761		
X3.1			0.802	
X3.2			0.795	
X3.3			0.827	
X3.4			0.809	
X3.5			0.817	

	Fasilitas	Kualitas pelayanan	Lokasi	Kepuasan Pelanggan
X3.6			0.770	
X3.7			0.779	
Y.1				0.814
Y.2				0.831
Y.3				0.768
Y.4				0.866
Y.5				0.845
Y.6				0.838
Y.7				0.815
Y.8				0.811

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 ditunjukkan bahwa setelah dilakukan pengujian ulang terhadap model baru, didapatkan nilai *outer loading* masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,7. Sehingga data tersebut dinyatakan memenuhi standar validitas. Selain melihat nilai *outer loading*, dalam uji validitas juga dapat melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut ini merupakan tabel AVE untuk menguji validitas instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE	Ket.
Fasilitas (X1)	0,655	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	0,670	Valid
Lokasi (X2)	0,640	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0,679	Valid

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Pada tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa semua indikator pada tiap variabel dapat dinyatakan valid atau memenuhi standar validasi dengan nilai AVE diatas 0,5 (> 0,5).

b. Hasil Uji *Discriminant Validity*

Uji *validitas discriminant* memiliki tujuan untuk menguji tingkat perbedaan konstruk laten dengan konstruk lainnya, hal tersebut dapat dilihat pada nilai *Fornell Larckel Criterion*. Berikut merupakan tabel validitas melalui *fornell larckel criterion* :

Tabel 4. 7
Uji Fornell – Larcker

	X1	X2	X3	Y
X1	0.809			
X2	0.818	0.818		
X3	0.708	0.653	0.800	
Y	0.789	0.673	0.628	0.824

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Berdasarkan hasil uji fornell-larcker pada tabel diatas diketahui bahwa hasil uji fornell-larcker dapat menyakinkan validitas diskriminasi bahwa nilai dari akar AVE dari setiap konstruk nilanya lebih besar daripada nilai korelasi antara variabel laten dengan keseluruhan dari variabel laten lainnya

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel pada tabel Fornell-Larcker Variabel Y mempunyai akar AVE yakni sebesar 0.824, X1 mempunyai akar AVE yakni sebesar 0.809, sedangkan variable X2 memiliki akar AVE yakni 0.818, sementara pada variabel X3 memiliki akar AVE sebesar 0.800. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi standar uji validitas diskriminan.

c. Composite Reliability

Pengujian composite reliability digunakan untuk menguji realibilitas instrumen di dalam suatu model penelitian. Konstruk dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik atau tinggi, jika di seluruh variabel nilai composite reliability ataupun cronbach alpha $\geq 0,7$.

Tabel 4. 8
Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

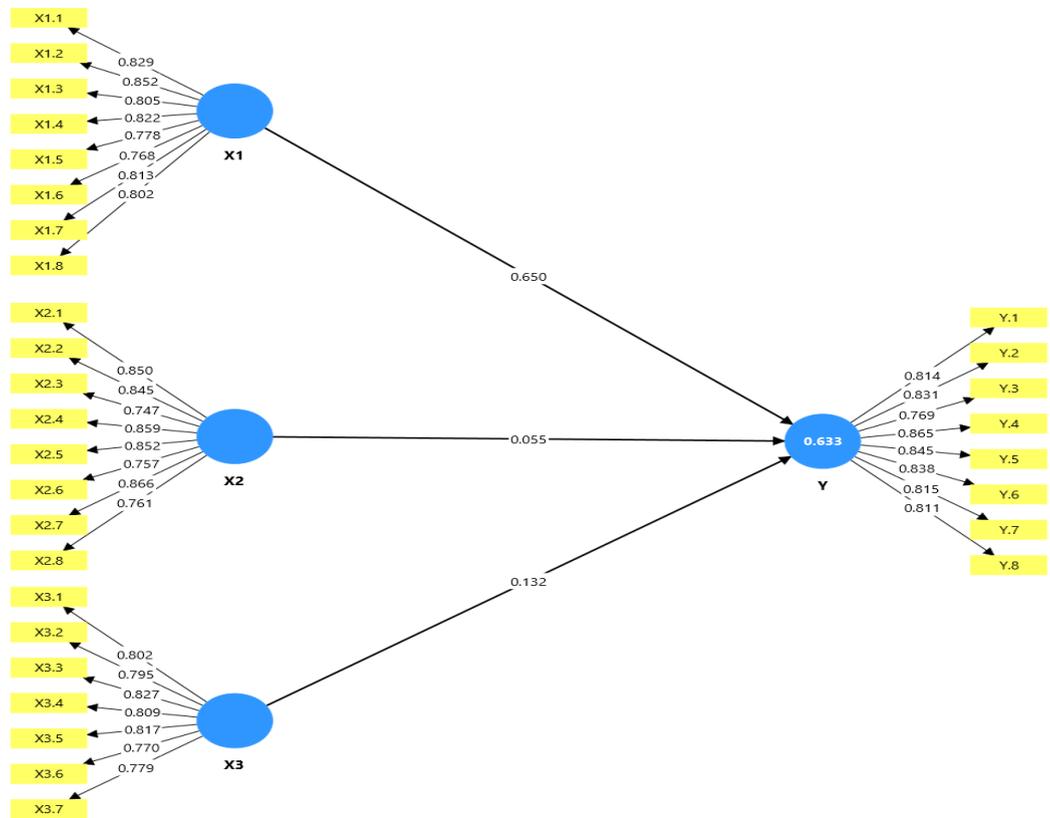
Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Ket.
Fasilitas (X1)	0.926	0.925	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.936	0.929	Reliabel
Lokasi (X3)	0.906	0.906	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.932	0.933	Reliabel

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Tabel 4.8 memperlihatkan indikator pada tiap variabel telah memenuhi syarat uji reliabilitas dengan nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ sehingga dapat dikatakan reliabel.

3. Hasil Inner Model

Inner Model Partial Least Square analysis dapat dilihat melalui nilai *R-Square* dan uji *path coefficient*.



Gambar 4.3
Inner Model (Hasil Evaluasi Model Struktural)

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

a. Model fit (uji kecocokan model)

Pengujian ini digunakan untuk mengevaluasi kecocokan model atau mengukur kelayakan model dalam penelitian. Pada uji kecocokan model dapat dilihat dari nilai SMRM model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria uji model fit jika nilai $SMRM < 0.10$ dan model dinyatakan perfect fit jika nilai $SRMR < 0.08$. Berikut adalah hasil dari pengujian model fit.

Tabel 4. 9
Hasil Uji model *fit*

	Model Saturated	Model Estimasi	Keterangan
SRMR	0.061	0.061	Cocok
d_ ULS	1.872	1.872	Cocok
d_ G	1.405	1.405	Cocok
Chi-Square	654.273	654.273	Cocok
NFI	0.760	0.760	Cocok

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Berdasarkan data tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa nilai SRMR adalah 0,061, yang menunjukkan kesesuaian model penelitian karena nilainya lebih kecil dari 0,10 kriteria yang digunakan untuk menilai kecocokan model dan model dinyatakan perfect karena <0.08.

b. Uji *Path Coefficient*

Uji *path coefficient* digunakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefficient* dimana tingkat signifikansi dan kekuatan hubungan tersebut dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficient* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negative

Tabel 4. 10
Path Coefficient

Variaebl	Original sample (O)	T statistics	P values
Fasilitas → Kepuasan Pelanggan	0.650	4.372	0.000
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0.055	0.352	0.724
Lokasi → Kepuasan Pelanggan	0.132	1.065	0.287

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa terdapat tiga nilai *path coefficient* yaitu pada variabel x1 terhadap variabel y 0,650, variabel x2 terhadap y 0,55 dan variabel x3 terhadap y 0,132 dimana semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif. T statistic: menunjukkan nilai statistik uji t, yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. P value: menunjukkan tingkat signifikansi (p-value). Jika nilai ini kurang dari 0,05, maka hubungan dianggap signifikan secara statistik.

Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan, koefisien jalur: 0,650, t-statistik: 4,373, p-value: 0,000 interpretasinya yaitu fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, koefisien jalur: 0,055, t-statistik: 0,352 p-value: 0,724 interpretasinya yaitu kualitas pelayanan tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi terhadap kepuasan pelanggan, koefisien jalur: 0,132, t-statistik: 0,065 p-value: 0,287 interpretasinya yaitu lokasi tidak

ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Uji Koefisien Determinasi (*R-square*)

Nilai *R-Squares* digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantive. Nilai *R-square* sendiri 0,25 hingga 0,49 = lemah, 0,50 hingga 0,74 = sedang (moderat), >0,75 = kuat (Hamid & Anwar, 2019). Semakin besar nilai ini menunjukkan bahwa predictor model semakin baik dalam menjelaskan *variance*.

Tabel 4. 11
Nilai R-square

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pelanggan	0.633	0.621

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai *R-Square* variabel Kepuasan Pelanggan sebesar (0,633), hal tersebut membuktikan bahwa kekuatan variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi dapat dijelaskan melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 63,3% (kategori moderate).

d. Uji Predictive Relevance (*Q square*)

Predictive Relevance digunakan untuk mengukur kemampuan prediktif model struktural terhadap konstruk endogen. Nilai *Predictive Relevance* dihasilkan dari analisis *PLSpredict*. Jika nilai $Q^2 > 0$, ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif untuk konstruk endogen. Sebaliknya, $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model

tersebut tidak memiliki relevansi prediktif.

Tabel 4. 12
Nilai Q square

	Q square	RMSE	MAE
Kepuasan Pelanggan	0.550	0.726	0.472

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa nilai *Q Square* variabel Kepuasan Pelanggan sebesar (0,550). Oleh karena $Q^2 = 0,550 > 0$, maka disimpulkan bahwa model mempunyai *Predictitive Relevance*.

Dalam analisis PLS-SEM, nilai Q^2 digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam memprediksi data yang tidak digunakan dalam proses estimasi. Nilai Q^2 sebesar 0,550 termasuk dalam kategori besar (di atas 0,50), sehingga dapat dikatakan bahwa model ini mampu secara akurat memprediksi variabel laten endogen Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, hasil ini mendukung validitas prediktif model struktural yang digunakan dalam penelitian.

4. Uji Hipotesis (*bootstrapping*)

Untuk mengetahui hasil hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan perhitungan PLS teknik *bootstrapping*. Dari perhitungan tersebut akan memperlihatkan hasil nilai *P-Value* setiap jalur atau hubungan. Hipotesis ini menggunakan pengujian *2-tailed* (dua arah). Hipotesis dapat dinyatakan diterima jika nilai *T-Statistic* lebih besar dari (1,96) dan nilai *P-Value* lebih kecil dari (0,05). Tabel dibawah ini merupakan uji hipotesis melalui uji *path coefficient* dan ditunjukkan nilai

P-Value :

Tabel 4. 13
Hasil analisis jalur

Hipotesis Penelitian	Hubungan	T-Statistic	P-Value	Ket.
H1	Fasilitas → Kepuasan Pelanggan	4.372	0.000	Berpengaruh Signifikan
H2	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0.352	0.724	Tidak Berpengaruh
H3	Lokasi → Kepuasan Pelanggan	0.065	0.287	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Pada hasil uji hipotesis pada tabel diatas dapat dijelaskan pada model dibawah ini yakni :

a. Hipotesis 1 (H1)

Ho1 :Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ha1 :Diduga ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut diperoleh nilai t hitung variabel Fasilitas (X1) sebesar $4,372 > t$ tabel 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang artinya variabel fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (Ha1) dalam penelitian ini diterima dan Ho1 ditolak.

b. Hipotesis 2 (H2)

Ho2 : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ha2 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut diperoleh nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $0,352 < t \text{ tabel } 1,96$ dan nilai p-value sebesar $0,724$ lebih besar dari $0,05$ ($0,724 > 0,05$) yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) atau dapat dikatakan hipotesis kedua (Ha2) dalam penelitian ini ditolak dan Ho2 diterima.

c. Hipotesis 3 (H3)

Ho3 : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Ha3 : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran.

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut diperoleh nilai t hitung variabel Lokasi (X3) sebesar $0,065 < t \text{ tabel } 1,96$ dan nilai p-value sebesar $0,287$ lebih besar dari $0,05$ ($0,287 > 0,05$) yang artinya variabel Lokasi (X3) tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) atau dapat dikatakan hipotesis ketiga (Ha3) dalam penelitian ini

ditolak dan Ho3 diterima

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibantu dengan pengolahan data *smartPLS* 4.1 dapat diketahui bahwa terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu variabel kualitas pelayanan (X2) dan lokasi (X3). Sedangkan satu variabel lainnya yaitu fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pada hasil uji *outer model* dapat dilihat dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Hasil uji *Convergent Validity* Tabel 4.4 memperlihatkan bahwa tidak semua nilai indikator variabel diatas (0,7), oleh karenanya indikator variabel dengan nilai ($< 0,7$) perlu dihapus dari model yaitu indikator variable X3.8. Indikator-indikator tersebut diartikan memiliki tingkat validitas rendah. Sedangkan sebagian indikator lain dengan nilai *outer loading* diatas (0,7) diartikan memiliki nilai tinggi. Berdasarkan tabel 4.5 ditunjukkan bahwa setelah dilakukan pengujian ulang terhadap model baru, didapatkan nilai *outer loading* masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,7. Pada tabel 4.6 ditunjukkan bahwa semua indikator pada setiap variabel dapat dinyatakan valid atau memenuhi standar validasi dengan nilai AVE diatas 0,5 ($> 0,5$). Hasil uji *discriminant validity* dapat dilihat dari *Fornell Larckel Criterion* yaitu mendapatkan hasil uji *fornell-larcker* dapat menyakinkan validitas diskriminasi bahwa nilai dari akar AVE dari setiap konstruk nilainya lebih besar daripada nilai korelasi

antara variabel laten dengan keseluruhan dari variabel laten lainnya. Pada uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* mendapatkan hasil diatas 0,7 semua yang artinya reliable.

Pada hasil uji inner model dapat dilihat menggunakan uji model *fit*, uji *path coefficient*, uji *R square* dan *Q square*. Hasil model *fit* nilai SRMR adalah 0,061, yang menunjukkan kesesuaian model penelitian karena nilainya lebih kecil dari 0,10 kriteria yang digunakan untuk menilai kecocokan model dan model dinyatakan perfect karena <0.08 . pada hasil *path coefficient* terdapat tiga nilai *path coefficient* yaitu pada variabel X1 terhadap variabel Y 0,650, variabel X2 terhadap Y 0,55 dan variabel X3 terhadap Y 0,132 dimana semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif. Model Uji *Path Coefficient* digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel independen dan dependen Dalam teknik ini, nilai t-statistic dihitung untuk setiap koefisien jalur dan dibandingkan dengan nilai kritis untuk menentukan apakah pengaruh tersebut signifikan secara statistic (Sekaran & Bougie 2016). Hasil uji *R square* nilai *R-Square* variabel Kepuasan Pelanggan sebesar (0,633), hal tersebut membuktikan bahwa kekuatan variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi dapat dijelaskan melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 63,3% (kategori moderate). Nilai R- square sendiri 0,25 hingga 0,49 = lemah, 0,50 hingga 0,74 = sedang (moderat), $>0,75$ = kuat (Hamid & Anwar, 2019).

Pada hasil uji *Q square* menunjukkan bahwa nilai *Q Square* variabel Kepuasan Pelanggan sebesar (0,550). Oleh karena $Q^2 = 0,550 > 0$, dapat disimpulkan bahwa variabel laten endogen reflektif, yaitu Kepuasan pelanggan, memiliki nilai Q^2 sebesar 0,550. Nilai ini lebih besar dari nol, yang menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif terhadap variabel tersebut. Dalam analisis PLS-SEM, nilai Q^2 digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam memprediksi data yang tidak digunakan dalam proses estimasi. Nilai Q^2 sebesar 0,550 termasuk dalam kategori besar (diatas 0,50), sehingga dapat dikatakan bahwa model ini mampu secara akurat memprediksi variabel laten endogen kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil ini mendukung validitas prediktif model struktural yang digunakan dalam penelitian.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa variabel Fasilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Babe Billiard Ungaran. Hasil penelitian menunjukkan nilai *t* hitung variabel Fasilitas (X1) sebesar $4,372 > t$ tabel 1,96 dan nilai *p*-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang artinya variabel fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babe Billiard Ungaran. Kotler et al., dalam jurnal putri et al., (2023) mengemukakan bahwa fasilitas (*facility*) adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk

mendukung kenyamanan konsumen. Dengan menyediakan dan merawat fasilitas yang berkualitas, manajemen dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan rekomendasi positif dari pelanggan. Investasi dalam fasilitas yang memadai dan berkualitas tinggi menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepuasan dan daya saing bisnis dalam industri biliard. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan dan Soliha 2022) dan (Kurniawan et al., 2022) dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) Babe Billiard Ungaran. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $0,352 < t$ tabel $1,96$ dan nilai p -value sebesar $0,724$ lebih besar dari $0,05$ ($0,724 > 0,05$) yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Kotler et al., (2021) mengemukakan kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babe Billiard Ungaran. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh prioritas pelanggan yang lebih besar terhadap fasilitas, pola interaksi yang terbatas

dengan staf, serta ekspektasi yang rendah terhadap pelayanan. Jika manajemen ingin meningkatkan kepuasan pelanggan, fokus utama yang perlu diperhatikan adalah peningkatan dan pemeliharaan fasilitas serta faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan. Hal ini didukung dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sholikah 2020) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa variabel Lokasi (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) Babe Billiard Ungaran. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung variabel Lokasi (X3) sebesar $0,065 < t \text{ tabel } 1,96$ dan nilai p-value sebesar $0,287$ lebih besar dari $0,05$ ($0,287 > 0,05$) yang artinya variabel Lokasi (X3) tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Tjiptono dalam jurnal Biantoro dan Rayman (2021) lokasi merupakan posisi geografis sebuah obyek yang diukur berdasarkan nilai strategisnya. Lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Babe Billiard Ungaran. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh faktor lokasi yang sudah cukup memadai bagi pelanggan, minimnya hambatan dalam mengakses tempat tersebut, serta dominasi faktor lain seperti fasilitas dan harga dalam membentuk kepuasan pelanggan. Jika manajemen ingin meningkatkan kepuasan pelanggan, fokus utama yang perlu diperhatikan adalah peningkatan kualitas fasilitas dan pengalaman bermain dibandingkan

aspek lokasi. Hal ini di dukung dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Siregar et al., 2022) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian, nilai R square untuk model yang menjelaskan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,633 (atau 63,3%) dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,621. Ini berarti bahwa variabel-variabel independen yang diteliti (Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi) dapat menjelaskan sekitar 63,3% dari variabilitas dalam Kepuasan Pelanggan. Nilai ini dikategorikan sebagai kuat karena berada di atas 0,50 dan mendekati 0,75, yang menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan moderat hingga tinggi dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Babe Biliard Ungaran, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Babe Billiard Ungaran. Nilai t hitung variabel Fasilitas (X1) sebesar $4,372 > t$ tabel $1,96$ dan nilai p -value sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang artinya variabel fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Fasilitas (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) Babe Billiard Ungaran.
2. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Babe Billiard Ungaran. Nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $0,352 < t$ tabel $1,96$ dan nilai p -value sebesar $0,724$ lebih besar Dari $0,05$ ($0,724 > 0,05$) yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Maka H_{o2} diterima dan H_{a2} ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas pelayanan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) Babe Billiard Ungaran.

3. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa Lokasi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Babe Billiard Ungaran. nilai t hitung variabel Lokasi (X3) sebesar $0,065 < t \text{ tabel } 1,96$ dan nilai p-value sebesar $0,287 > 0,05$ yang artinya variabel Lokasi (X3) tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Maka H_03 diterima dan H_a3 ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Lokasi (X3) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) Babe Billiard Ungaran.
4. *R square* (Koefisien Determinasi)
Nilai koefisien determinasi (*R square*) hasil hitung adalah sebesar 0,633. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Lokasi (X3) dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 63,3% dimana sisanya yaitu sebesar 36,7 % didapat dari $(100\% - 63,3\%)$ dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang berhasil disimpulkan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Babe Billard Ungaran diharapkan dapat konsisten dalam memberikan fasilitas yang baik agar dapat bersaing dengan kompotitor lainnya sehingga semakin banyak pelanggan yang datang dan menjadi pelanggan tetap. Dalam upaya saran peneliti untuk Babe Billiard Ungaran yaitu manajemen

sebaiknya fokus pada peningkatan dan pemeliharaan fasilitas dengan cara Melakukan perawatan rutin terhadap meja biliard, stik, dan bola agar tetap dalam kondisi prima. Meningkatkan kenyamanan ruangan dengan pencahayaan yang baik, ventilasi yang optimal, serta kebersihan lingkungan. Menyediakan fasilitas tambahan seperti sofa yang nyaman, area istirahat, serta hiburan pendukung seperti musik atau televisi.

2. Saran dari peneliti untuk variabel kualitas pelayanan yaitu Meskipun kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetap penting bagi manajemen untuk memastikan pengalaman pelanggan yang baik, misalnya dengan Meningkatkan sistem *self-service* bagi pelanggan agar mereka lebih leluasa dalam menggunakan fasilitas tanpa bergantung pada layanan staf. Mengadakan program loyalitas atau promo bagi pelanggan tetap, seperti diskon khusus atau turnamen biliard untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan.
3. Saran dari peneliti untuk variabel Lokasi yaitu Meskipun lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, manajemen tetap dapat memaksimalkan potensinya dengan Memperkuat strategi pemasaran digital melalui media sosial untuk menarik lebih banyak pelanggan dari luar area sekitar. Menjalinkan kerja sama dengan komunitas billiard atau kelompok hobi untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Memastikan akses ke lokasi tetap nyaman dengan menyediakan informasi rute terbaik atau bekerja sama dengan layanan transportasi online.

4. Diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai acuan atau bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang sama dengan mengembangkan variabel-variabel bebas lainnya seperti kualitas pelayanan, promosi, dan motivasi konsumen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terlepas dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan memilih objek yang lebih beragam dan cakupan penelitian yang lebih luas, diharapkan hasil penelitian akan menjadi lebih beragam dan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji & Sumitro (2020). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Teknologi terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 01-11.
- Alawiyah dan Tuti. (2019). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Toko Ladys Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Alwi & Mulyono (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 227-243.
- Amelia, (2019). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Warung Sidak Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1-10.
- Andaresta,. (2020). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Citra Merk, Promosi dan Harga Terhadap keputusan pembelian pada Produk Mi Instan Merek Indomie di Yogyakarta. *Repository STIE YKPN*, 1-28.
- Apriliani et al,. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Emas*, 3(3), 217-230.
- Assauri (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Azwar, (2003). *Reabilitas dan Validitas*, (Edisi III). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu, Irawan, & Swastha Dh. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Biantoro, R. (2021). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(1), 40-49.
- Binaraesa, Hidayat & Lestariningsih,. (2021). Store atmosphere memoderasi pengaruh kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen Moonk cartil & cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61-68.
- Cahyani et al., (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi, dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Pantai Bandengan Jepara. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 132-141.
- Cahyo, Alex Septian Tri, Lusiana Tulhusnah, and Triska Dewi Prमितasari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe And Resto Azalea." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 1.6 (2022): 1234-1248.
- Fathussyakir, M., Meutia, M., & Heriani, H. (2022). Pengaruh Kompensasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Guru SMK Kota Bima Dengan Motivasi Sebagai Intervening. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2).
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Jakarta: Grafindo.

- Harfika, & Abdullah, (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(01).
- Hasibuan, (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Askara.
- Istanti, Negoro, & Noviardari. (2020). Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan dan Pembelian Berulang pada Penjualan Produk Gamis Afifathin. *Ekonomika*45, 8(1), 1-10.
- Jesica Febriana (2023). Pengaruh cita rasa, promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian martabak favorit di Ungaran (Doctoral dissertation, UPT. Perpustakaan Undaris).
- Kalisa, Bakaruddin & Nofirda (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan lingkungan kerja terhadap kepuasan pelanggan rudy salon kota pekanbaru. *Jurnal ilmiah mahasiswa merdeka emba*, 3(2), 1012-1026.
- Karundeng., Tamengkel & Punuindoong (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511-517.
- Kasinem, (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bukit Serele Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Keller, Kevin L, & Kotler,. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Keller,. (2013). Principles Of Marketing, Global Edition 14 Edition. Pearson Education.
- Khalid,. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan (Studi kasus pada penghuni rumah kos 33 jati padang pasar minggu jakarta selatan). *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 18-32.
- Kotler et al.,(2021). Marketing management: an Asian perspective.
- Kotler, & Keller. (2013). Principles Of Marketing, Global Edition. 14 Edition. Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Gary Amstrong. (2013). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12). Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip, & Gary Amstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Gary Armstrong. (2019). Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12. *Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, & Gary Armstrong. (2019). Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12. *Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2021). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 17). Jakarta: Erlangga.
- Kotler., & Amstrong, (2018). Principles of Marketing (15th ed.) Pearson.

- Kurniawan & Soliha (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348-358.
- Kurniawan, Brian, & Mulyono (2022). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di museum macan, jakarta. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 5(2), 38-43.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Jogjakarta: Gadjah Mada University Press.
- Loo, (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68-78.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Marchelline, Koeswiryono, Suadnyana, & Susanta, I. W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Makanan Terhadap Kepuasan Tamu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 3(4), 540-552.
- Maulyan et al., (2022). Pengaruh service excellent terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan: theoretical review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8-17.
- May et al., (2024). Pengaruh Promosi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Honda IDK. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 262-270.
- Metcalf, Morris, & Park,. (2020). Mathematical models to guide pandemic response. *Science*, 369(6502), 368-369. Pearson Education.
- Mirz (2023) Di Masa Pandemi Tren Bermain biliar Jadi Pilihan Masyarakat, Penjualan Meja biliar Juga meningkat, SINDOnews Sports. Available at: <https://sports.sindonews.com/read/420238/51/di-masa-pandemi-tren-bermain-biliar-jadi-pilihan-masyarakat-penjualan-meja-biliar-juga-meningkat-1620288303> (Di akses: 30 Oktober 2024).
- Nasution & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 142-155).
- Pramono et al ., (2021). Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KUSUMA COOKIES Beji, Boyolangu, Tulungagung).
- Prayitno (2022). Strategi Pemilihan Lokasi Usaha dengan Pendekatan MOORA. *Expert J. Manaj. Sist. Inf. dan Teknol*, 12(1), 28-33.
- Putri, & Saputra. (2023). Pengaruh citra merek, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pixy two way cake di kota batam. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(2), 60-71.
- Putri, Nurain & Ahdhianto (2021). Pengembangan E-Modul Menggunakan Software Flip PDF Profesional Materi Pecahan Kelas V Sekolah

- Dasar. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, Dan Pengelolaan Pendidikan*, 1(9), 746-753.
- Ramadhania (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Mbrio Billiard Di Kota Padang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(1), 35-41.
- Ramadhania. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Mbrio Billiard Di Kota Padang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(1), 35-41.
- Rayanto, & Sugianto. (2020). Penelitian Pengembangan Model Addie Dan R2d2: Teori & Praktek. Pasuruan: Lembaga Academic & Research Institute.
- Risya, (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan islamic branding terhadap loyalitas konsumen dengan minat beli sebagai variabel mediasi (Studi Pada Konsumen Candy Lady Store Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Septiawan (2023). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada cakrawala di kerobokan kelod* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Sholikah et al., (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 41-48.
- Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhardi et al., (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31-41.
- Suherman & Hongdiyanto (2020, August 3). Pengaruh Promosi, Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *PERFORMA*, 5, 1-9.

- Sumowo, & Saidah, (2023). Pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Stasiun Cafe Balung Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 47-51.
- Sunyoto (2012). Konsep Dasar Riset Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Syahfitri et al., (2023). Analysis of The Influence of Price, Quality of Service, Facilities and Location on Customer Satisfaction at Cafe Dapur Kampung, Marbau District. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(3), 476-483.
- Tanjung (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bongkar Muat Pada Pt Global Logistik Internasional Belawan. *Jurnal Widya*, 5(2), 1893-1907.
- Tjiptono, Fandy. (2019) Strategi Pemasaran, edisi 11. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). Service, Quality dan Satisfaction. Edisi 4. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2017). Pemasaran Strategik. Edisi 3. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Saudara responden
Di Babe Billiard Ungaran

Dengan hormat,

Sebelumnya perkenalkan saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran akan mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul “PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BABE BILLIARD UNGARAN”

Guna keperluan penelitian tersebut, saya mohon kesediaan Saudara berkenan meluangkan waktu untuk mengisi atau menjawab kuesioner (daftar pertanyaan yang saya ajukan).

Jawaban Saudara akan saya jamin kerahasiaannya, oleh karena itu jawaban yang terbaik adalah jawaban yang benar-benar menggambarkan kondisi keadaan yang sebenarnya sehingga tidak harus mencantumkan nama dalam pengisian kuesioner ini.

Demikian atas ketersediaan dan kerjasama dari Saudara dalam membantu kelancaran penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Deny Setya Nugraha

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BABE BILLIARD UNGARAN

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

- | | | | |
|------------------|---|------------------------|------------------------|
| 1. Nama | : | | |
| 2. Jenis Kelamin | : | a. Pria | b. Wanita |
| 3. Usia | : | a. 17-22 tahun | c. 31-38 tahun |
| | | b. 23-30 tahun | d. lebih dari 39 tahun |
| 4. Pekerjaan | : | a. Pelajar / mahasiswa | c. wiraswasta |
| | | b. Pegawai negeri | d. Tidak bekerja |

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESUINER

Beri jawaban dari pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda (✓) pada salah satu jawaban yang telah anda pilih.

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju mendapatkan skor / nilai 5
S : Setuju mendapatkan skor / nilai 4
KS : Kurang Setuju mendapatkan skor / nilai 3
TS : Tidak Setuju mendapatkan skor / nilai 2
STS : Sangat Tidak Setuju mendapatkan skor / nilai 1

C. DAFTAR PERTANYAAN

Berilah salah satu jawaban terhadap pertanyaan berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberikan tanda (✓) pada salah satu pilihan.

a. Instrumen Fasilitas

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Desain ruangan di Babe Billiard Ungaran memberikan kesan estetis yang menarik					
2.	Penempatan meja billiard di ruangan sudah diatur dengan baik sehingga tidak mengganggu pemain lain.					
3.	Perlengkapan billiard di Babe Billiard Ungaran (meja, tongkat, bola) tersedia dan baik.					
4.	Pencahayaannya di Babe Billiard Ungaran mendukung suasana bermain yang optimal					
5.	Aturan main dan jadwal di Babe Billiard sangat jelas ditampilkan.					
6.	Tata letak fasilitas di Babe Billiard dirancang secara harmonis dan memudahkan navigasi.					
7.	Ruang tunggu di Babe Billiard memiliki kapasitas yang memadai dan perabotan yang sesuai.					
8.	Tanda atau simbol di fasilitas Babe Billiard mudah dibaca dan dipahami.					

b. Instrumen Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Karyawan Babe Billiard Ungaran selalu berpenampikan rapi dan bersih.					
2.	Karyawan Babe Billiard Ungaran membantu ketika pelanggan mengalami kesulitan.					
3.	Karyawan Babe Billiard Ungaran memberikan solusi dan tanggapan ketika pelanggan ada permasalahan					
4.	Karyawan Babe Billiard Ungaran melayani pelanggan dengan profesional					
5.	Karyawan Babe Billiard Ungaran memberikan perhatian dan akrab dengan pelanggan.					
6.	Pelanggan merasa puas dengan konsistensi kualitas layanan yang diberikan oleh Babe Billiard Ungaran.					
7.	Pelayanan Babe Billiard diberikan tanpa membuat pelanggan merasa menunggu terlalu lama.					
8.	Karyawan Babe Billiard memahami masalah yang dihadapi oleh pelanggan.					

c. Instrumen Lokasi

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Akses menuju lokasi Babe billiard Ungaran mudah dijangkau sarana transportasi					
2.	Banyak orang yang lalu lalang disekitar Babe Billiard Ungaran membuat tempat ini menarik untuk dikunjungi.					
3.	Babe Billiard Ungaran berada didaerah yang memiliki lalu lintas lancar dan tidak macet.					
4.	Babe Billiard Ungaran mempunyai tempat parkir yang luas sehingga kendaraan roda dua dan roda empat mendapatkan tempat parkir yang aman dan nyaman					
5.	Babe Billiard Ungaran berada dilingkungan yang aman (tidak rawan kriminal)					
6.	Lalu lintas di sekitar Babe Billiard tidak terlalu padat sehingga nyaman untuk dikunjungi.					
7.	Saya merasa aman memarkir kendaraan di Babe Billiard.					
8.	Lokasi Babe Billiard Ungaran mudah ditemukan.					

d. Instrumen Kepuasan pelanggan

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Pelanggan merasakan puas setelah bermain Billiard di Babe Billiard Ungran					
2.	Pelayanan Babe Billiard Ungaran sangat memuaskan terhadap pelanggan yang datang.					
3.	Harga yang diberikan Babe Billiard oleh konsumen sesuai dengan benefit yang didapatkan					
4.	Potongan harga yang diberikan Babe Billiard Ungaran dapat meningkatkan kepuasan pelanggan					
5.	Babe Billiard Ungaran membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.					
6.	Kinerja meja billiard Babe Billiard sangat baik, dan sesuai dengan harapan saya.					
7.	Promosi dan diskon yang diberikan oleh Babe Billiard memberikan keuntungan bagi saya.					
8.	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan oleh Babe Billiard.					

LAMPIRAN 2
IDENTITAS RESPONDEN

NO	Timestamp	Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan
1	16/02/2025 01:17	Jodi Nugroho Setiawan	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
2	16/02/2025 08:26	Murozakul Akhsan	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
3	16/02/2025 09:17	zarina putri	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
4	16/02/2025 16:03	Hendriawan nuril h	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
5	16/02/2025 17:38	Linggar	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
6	16/02/2025 17:44	Eka Nur Laila	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
7	16/02/2025 17:47	Devi Putri Maharani	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
8	16/02/2025 17:47	Nurul Putri Mariska	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
9	16/02/2025 17:50	Yulia	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
10	16/02/2025 17:57	Sudarsono	laki-laki	17-22 tahun	tidak bekerja
11	16/02/2025 17:58	Crysnandha	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
12	16/02/2025 18:01	Fitra	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
13	16/02/2025 18:05	Intan Sobrina	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
14	16/02/2025 18:10	Nisfil Amelia Ramadhani	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa

NO	Timestamp	Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan
15	16/02/2025 18:12	Methania Rey Febrian	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
16	16/02/2025 18:28	Dian	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
17	16/02/2025 19:43	Edward collen	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
18	16/02/2025 19:44	Erina Fadilasari	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
19	16/02/2025 20:27	Nurul Aisyah	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
20	16/02/2025 21:15	Fahrudin mahardika	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
21	16/02/2025 22:21	Prada Setiaji	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
22	17/02/2025 12:25	Tyara Maharani	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
23	17/02/2025 12:51	Aditya Tri Zaqi	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
24	17/02/2025 12:53	Nur Arifin	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
25	17/02/2025 14:26	singgih pangestu	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
26	17/02/2025 14:49	Alifa	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
27	17/02/2025 15:44	Siti Nur Aminah	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
28	17/02/2025 16:22	Aditya Fulvian	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
29	17/02/2025 17:11	Hilal Arhan mumtaz	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
30	17/02/2025 17:13	Denii	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta

NO	Timestamp	Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan
31	17/02/2025 17:15	Azka Ribby H	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
32	17/02/2025 18:26	Purnomo abdi	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
33	17/02/2025 20:56	Faisal	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
34	17/02/2025 21:00	Aswan Akris	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
35	17/02/2025 21:18	Ari saputra	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
36	18/02/2025 00:36	alfin	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
37	18/02/2025 12:20	Della Pramudiya	Perempuan	23-30 tahun	pegawai negeri
38	18/02/2025 13:44	Muhamad Lutfi Chavis	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
39	19/02/2025 10:06	Risqi	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
40	20/02/2025 12:50	Pratika Yuni Iswanti	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
41	22/02/2025 21:38	Muhammad Agung Laksono	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
42	08/03/2025 19:22	Febrian	laki-laki	31-38	pegawai negeri
43	09/03/2025 11:21	Muhammad Hafizh Septiyanto	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
44	10/03/2025 02:01	Marcel	laki-laki	23-30 tahun	tidak bekerja
45	10/03/2025 02:03	Eko patrio	laki-laki	31-38	pegawai negeri

NO	Timestamp	Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan
46	10/03/2025 02:06	Vito aceng	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
47	10/03/2025 02:23	Bobi setiawan	laki-laki	31-38	tidak bekerja
48	10/03/2025 02:26	Prabu siliwangi	laki-laki	23-30 tahun	pegawai negeri
49	10/03/2025 02:27	Bintang	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
50	10/03/2025 02:29	Aji	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
51	10/03/2025 02:30	Indah	Perempuan	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
52	10/03/2025 02:32	Gepeng	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
53	10/03/2025 02:33	Pratama	laki-laki	31-38	wiraswasta
54	10/03/2025 02:34	Supriono	laki-laki	31-38	pegawai negeri
55	10/03/2025 02:36	Axelll	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
56	10/03/2025 02:39	Revan	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
57	11/03/2025 13:33	Diky Arya	laki-laki	17-22 tahun	wiraswasta
58	11/03/2025 13:35	Ibnu Agil	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
59	11/03/2025 13:37	Aldi Ilham	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
60	11/03/2025 13:39	Rizal Ariyanto	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
61	11/03/2025 13:41	Habib Almuzaki	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
62	11/03/2025 13:43	Fatkun Niam	laki-laki	17-22 tahun	wiraswasta

NO	Timestamp	Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan
63	11/03/2025 13:49	Rama Fahrizal	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
64	11/03/2025 13:52	Fardan Ari	laki-laki	23-30 tahun	pegawai negeri
65	11/03/2025 13:54	Eki Aristianto	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
66	11/03/2025 13:58	Muhammad Ghofar	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
67	11/03/2025 14:27	Tobi	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
68	11/03/2025 15:06	Sofiyah	Perempuan	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
69	11/03/2025 16:27	Ponidi	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
70	11/03/2025 16:28	Rozi	laki-laki	23-30 tahun	tidak bekerja
71	11/03/2025 16:30	Muhammad Fattah	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
72	11/03/2025 16:31	Ganta	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
73	11/03/2025 16:32	Alwi	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
74	11/03/2025 16:34	galang	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
75	11/03/2025 16:34	Fadil Jaidi	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
76	11/03/2025 16:35	Suga	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
77	11/03/2025 16:36	Taehyung	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
78	11/03/2025 16:37	Jimin	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa

NO	Timestamp	Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan
79	11/03/2025 19:56	Rahsay saykelano	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
80	11/03/2025 19:58	Yudi	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
81	11/03/2025 20:00	Setia tama	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
82	11/03/2025 20:02	Selamet arifin	laki-laki	23-30 tahun	pelajar/mahasiswa
83	11/03/2025 20:03	Riyan bonjol	laki-laki	23-30 tahun	tidak bekerja
84	11/03/2025 20:04	Gufron	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
85	11/03/2025 20:05	Aldy mbendot	laki-laki	23-30 tahun	pegawai negeri
86	11/03/2025 20:06	Indra amirudin	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
87	11/03/2025 20:08	Khouril rizky	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
88	11/03/2025 20:09	Abi manyu	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
89	11/03/2025 20:10	Roni badur	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
90	11/03/2025 20:12	Dowi irawan	laki-laki	23-30 tahun	wiraswasta
91	11/03/2025 20:13	Heri dake	laki-laki	23-30 tahun	tidak bekerja
92	12/03/2025 02:28	Rendi	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
93	12/03/2025 02:28	Iqbal pratama	laki-laki	23-30 tahun	tidak bekerja
94	12/03/2025 02:29	Muh Alif lam	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa

NO	Timestamp	Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan
95	12/03/2025 02:29	Gavi revano	laki-laki	17-22 tahun	pelajar/mahasiswa
96	12/03/2025 02:30	Rizky ridho	laki-laki	23-30 tahun	tidak bekerja

LAMPIRAN 3

TABULASI 96 RESPONDEN

Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 96 Responden

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

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
35	4	4	3	3	5	5	4	5
36	4	4	3	4	3	4	4	3
37	5	4	5	4	5	5	5	4
38	5	4	3	5	4	3	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	3	3	4	3	4
41	3	4	4	3	4	4	4	4
42	5	4	5	4	4	5	4	4
43	4	4	5	4	3	4	4	4
44	2	1	2	1	2	1	2	1
45	1	2	2	1	2	1	2	2
46	2	1	3	2	1	2	2	1
47	4	5	4	5	4	5	4	5
48	5	4	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	4	5	4	5	4	5	4
51	3	5	5	3	4	5	4	5
52	5	5	5	5	4	4	4	5
53	4	5	4	4	5	5	5	4
54	5	4	5	4	5	4	5	4
55	4	4	5	4	5	5	4	4
56	4	5	4	4	5	4	4	1
57	5	5	5	3	3	3	4	5
58	4	4	4	4	5	5	5	5
59	4	4	5	5	4	4	4	5
60	4	4	5	5	5	5	5	5
61	4	5	5	5	5	5	4	4
62	4	5	4	5	5	5	3	3
63	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	5	5	5	5	4	5	5
65	5	5	5	4	4	4	4	5
66	5	5	5	5	4	5	5	5
67	4	4	3	4	4	3	5	5
68	4	4	5	4	4	4	4	4
69	4	4	4	3	3	5	5	3
70	4	5	3	3	4	4	3	4
71	5	3	3	4	3	3	4	3
72	5	4	5	4	3	3	4	3

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
73	4	5	4	4	5	3	3	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	4	4	4	4	3	4	4
76	5	4	3	4	5	4	3	4
77	5	5	4	4	3	3	3	4
78	5	4	3	5	4	4	5	
79	5	5	5	4	4	4	4	4
80	1	1	2	1	1	1	1	1
81	4	4	4	4	4	4	4	5
82	5	4	4	5	4	5	4	4
83	4	5	5	4	5	5	4	5
84	4	4	4	3	4	4	4	4
85	4	5	4	5	5	5	4	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	4	5	4	4	4
88	5	5	5	5	5	4	5	5
89	5	5	5	4	5	5	5	5
90	4	4	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	4	4	5	4	5	5	4
93	4	4	4	5	5	5	5	5
94	4	4	5	5	5	5	5	5
95	5	5	4	5	5	4	5	5
96	4	4	4	4	5	5	5	5

Tabulasi Data Variabel Fasilitas (X1) 96 Responden

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
1	5	5	5	4	5	4	5	5
2	3	3	4	2	4	3	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5
6	4	4	4	4	3	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	5	5	5	5
10	4	4	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	5	5	4	4	4	4	4
13	4	5	4	5	4	5	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	5	4	5	3	4	4	5
17	3	4	3	5	3	4	3	5
18	5	4	4	5	4	4	4	5
19	4	4	5	4	4	3	4	5
20	4	5	4	5	4	5	5	5
21	3	3	1	4	4	3	3	3
22	4	4	4	4	4	4	5	5
23	4	4	4	3	3	5	3	5
24	4	4	3	4	4	4	3	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	4	5	3	4	3
27	5	4	4	5	5	4	4	4
28	4	4	3	4	4	3	3	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	5	4	4	4	5	4
31	4	4	3	3	3	5	4	4
32	3	3	3	3	4	3	3	3
33	5	5	5	4	4	2	3	3
34	4	3	5	4	3	4	4	3
35	4	4	4	4	3	4	4	3
36	3	4	4	4	4	4	3	4
37	4	4	4	4	4	5	5	5

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
38	4	5	5	4	5	5	4	4
39	4	4	4	5	4	3	4	5
40	4	4	4	3	4	4	3	3
41	4	3	4	4	3	4	3	3
42	5	4	5	4	5	4	5	3
43	4	5	4	5	4	5	4	5
44	1	2	2	1	2	2	2	1
45	2	1	2	2	1	2	1	2
46	2	1	2	1	2	1	2	3
47	1	2	2	1	3	1	2	1
48	5	4	5	4	4	5	4	5
49	4	5	5	4	5	5	5	5
50	5	4	4	5	4	5	4	4
51	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	5	5	4	5	5	5	4
53	5	5	5	5	5	5	4	5
54	5	5	4	4	5	4	5	5
55	3	3	3	2	3	3	4	4
56	5	5	4	5	4	5	5	4
57	3	4	4	5	5	5	4	5
58	5	5	4	5	4	4	4	5
59	4	3	4	5	4	5	5	5
60	3	3	3	4	5	4	5	5
61	5	5	5	5	4	4	4	4
62	4	4	4	5	5	5	4	5
63	5	5	5	5	5	4	5	5
64	4	5	5	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	4	4
66	5	4	4	4	5	4	4	4
67	3	4	4	3	4	3	4	3
68	4	5	5	5	5	4	4	4
69	4	3	5	3	4	5	3	4
70	3	5	4	4	3	5	3	4
71	3	3	4	4	3	5	3	3
72	3	5	4	3	5	4	3	4
73	4	4	4	3	3	5	5	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	3	5	4	3	5	3	3

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
76	3	5	4	3	4	5	4	4
77	5	3	4	4	5	4	4	3
78	5	4	4	5	4	4	3	4
79	5	5	5	4	4	4	4	4
80	1	1	1	2	2	2	2	1
81	5	5	5	4	4	5	4	5
82	5	5	5	5	5	4	4	4
83	5	5	4	4	5	5	4	5
84	5	5	4	5	4	5	5	4
85	4	5	5	4	5	5	5	5
86	4	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	4	5	4	4
89	5	5	4	5	4	5	4	5
90	4	4	4	5	5	5	5	5
91	4	4	5	5	4	5	5	5
92	4	4	4	4	4	5	5	5
93	5	5	5	4	5	4	5	5
94	4	5	5	5	4	4	5	4
95	5	4	5	5	4	5	4	5
96	4	4	5	5	5	5	4	5

Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X2) 96 Responden

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	4	4	5	4	5	4	5	5
2	4	4	1	3	4	4	5	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	4
6	4	5	4	4	4	3	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	5	5	5	4	4	5	4
10	4	5	4	4	5	4	4	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	4	5	4	5	4	5	4
13	4	5	4	5	4	5	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	4	5	4	5	4	5	4
16	4	5	4	3	3	5	4	3
17	4	5	3	5	4	3	4	5
18	5	5	4	4	5	4	5	4
19	4	4	3	4	3	3	4	4
20	4	5	4	5	5	5	5	5
21	2	3	3	3	3	3	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	5	5	4	3	4	4	3
24	4	4	4	4	4	4	4	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	3	4	4	4	5	4
27	5	5	4	5	4	4	5	4
28	5	4	4	4	3	4	4	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	3	4	4	5	4	2	4
31	4	4	3	4	4	4	4	3
32	3	3	3	3	3	4	3	3
33	4	4	5	4	5	4	5	3
34	3	5	5	4	4	3	5	4
35	4	4	4	4	3	5	5	4
36	4	4	3	4	3	5	4	5
37	4	5	4	5	5	4	5	5

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
38	4	5	4	5	5	4	5	5
39	3	4	3	4	4	4	4	4
40	4	4	3	4	3	4	4	4
41	4	4	4	3	4	3	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	3
43	4	4	4	5	4	5	5	4
44	1	2	1	2	1	2	1	3
45	1	1	2	1	1	2	1	2
46	2	1	2	2	2	1	2	3
47	2	1	2	1	1	2	1	1
48	1	2	1	2	2	2	1	1
49	5	4	5	4	5	4	4	5
50	4	4	5	4	5	5	5	4
51	4	5	5	5	4	5	4	4
52	5	4	5	5	4	5	5	4
53	4	4	4	4	3	5	5	5
54	4	4	4	5	5	4	5	5
55	4	5	4	5	5	4	4	4
56	5	4	4	5	5	4	5	4
57	5	4	4	4	5	5	3	3
58	5	5	4	5	4	5	5	5
59	5	4	4	5	4	5	4	5
60	5	5	4	4	4	4	5	4
61	4	4	4	4	5	4	4	5
62	5	5	4	4	5	4	5	5
63	5	4	4	5	5	4	4	5
64	5	5	5	4	5	5	5	5
65	4	4	4	5	5	4	4	4
66	4	4	4	4	4	5	4	4
67	3	4	4	3	3	4	4	4
68	4	4	4	4	4	5	4	4
69	3	5	4	3	4	3	4	3
70	3	4	5	4	3	4	3	4
71	5	4	3	4	3	4	4	3
72	5	3	4	3	4	5	3	4
73	5	5	5	5	4	4	3	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	3	4	4	3	3	4	3	4

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
76	4	4	5	5	4	3	4	3
77	3	4	5	5	4	3	3	4
78	3	4	5	5	4	3	4	4
79	4	4	4	3	3	3	3	3
80	2	2	2	1	2	3	2	3
81	4	5	3	4	4	4	5	4
82	4	4	4	4	5	5	4	5
83	4	5	5	4	5	4	5	5
84	4	4	5	4	5	4	5	5
85	4	4	4	4	4	3	4	4
86	4	4	5	5	4	5	5	5
87	4	4	4	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	3	4	4	4
89	5	5	4	5	5	5	5	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	4	4	5	5	4	5	4
92	4	4	5	4	5	5	4	5
93	5	5	4	5	5	4	5	4
94	4	5	5	4	4	4	5	5
95	4	5	5	5	4	4	5	4
96	5	5	4	4	5	5	4	5

Tabulasi Data Variabel Lokasi (X3) 96 Responden

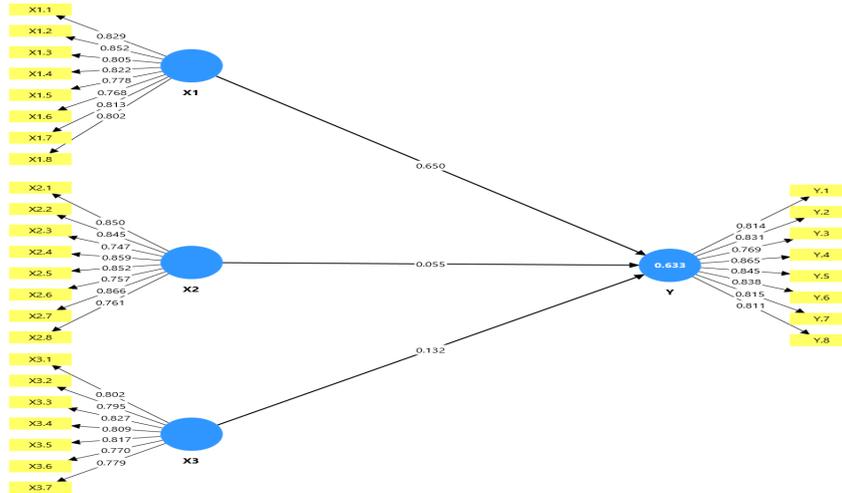
NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
1	5	4	5	5	5	4	5	4
2	3	3	3	4	4	4	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	4	4
6	3	3	3	4	4	4	4	3
7	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	5	4	4	4	5	5	5
10	5	5	4	4	5	4	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	4	5	5	4	5	5	5
13	4	5	4	5	4	5	4	5
14	5	4	4	5	5	5	5	5
15	4	5	4	5	4	5	4	5
16	5	4	5	5	4	4	4	5
17	5	4	5	4	5	5	5	4
18	4	5	4	5	4	4	5	4
19	4	4	3	4	4	3	4	5
20	5	5	4	5	5	4	5	5
21	2	2	3	3	3	3	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4
23	2	2	4	3	4	3	4	3
24	3	3	4	4	4	4	4	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	4	4	5	5	5
27	4	5	5	4	5	4	4	4
28	3	3	5	5	4	5	3	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	2	2	4	5	5	5	4	2
31	4	3	3	5	5	3	3	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	4	3	5	3	5	5
34	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	5	3	4	3	3
36	4	5	4	3	4	4	4	3
37	5	5	4	4	5	5	4	5

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
38	4	4	4	4	4	4	3	5
39	5	4	4	5	4	4	4	3
40	3	3	4	4	2	4	3	3
41	3	4	3	4	4	3	4	4
42	3	3	4	5	5	4	5	3
43	3	4	5	5	5	5	5	3
44	1	2	3	3	3	3	2	1
45	1	2	1	2	2	2	2	2
46	1	2	2	2	2	1	2	2
47	1	1	1	1	1	1	1	5
48	5	4	5	5	5	4	5	5
49	1	2	3	4	5	5	4	5
50	1	2	2	2	4	5	5	1
51	2	3	4	4	5	5	5	5
52	4	4	3	4	3	4	4	5
53	5	4	4	4	5	5	5	4
54	2	3	1	2	2	2	4	2
55	4	4	4	3	4	4	5	5
56	2	4	4	4	5	5	5	4
57	5	4	4	4	5	3	5	4
58	5	4	4	5	4	4	5	4
59	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	4	5	4	5
61	4	4	5	5	3	3	3	4
62	5	5	4	5	5	4	5	5
63	5	5	4	4	4	4	4	5
64	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	4	4	4	5	4	4
66	5	4	4	5	5	4	5	4
67	3	4	4	3	3	4	3	5
68	5	4	4	4	4	4	4	5
69	3	3	4	3	3	4	3	4
70	5	3	4	3	4	3	5	3
71	4	4	3	5	4	3	4	4
72	5	3	3	4	5	3	4	5
73	3	4	4	3	4	5	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	3	5	5	4	4	3	3

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
76	4	3	4	4	5	4	3	4
77	4	4	4	4	4	3	3	3
78	4	5	4	3	5	4	3	5
79	4	4	4	4	4	5	5	4
80	1	1	2	1	2	2	2	1
81	3	3	3	3	3	3	4	3
82	4	4	4	5	5	5	5	5
83	3	3	3	3	4	3	4	3
84	2	2	3	3	4	4	3	3
85	3	4	4	3	3	3	4	2
86	4	4	4	4	4	4	4	3
87	3	4	4	4	4	4	4	3
88	3	4	4	4	4	4	4	3
89	3	4	4	3	4	3	3	3
90	3	4	4	4	4	4	4	3
91	3	4	4	4	4	4	3	3
92	4	5	5	4	5	4	4	5
93	4	4	4	4	4	5	4	4
94	5	4	4	5	5	5	4	4
95	3	4	4	4	4	4	4	3
96	3	4	4	4	5	4	4	3

LAMPIRAN 4

HASIL PENGOLAHAN SMARTPLS 4.1



1. Outer Loading

Outer loadings

- [Matrix](#)
- [List](#)

	X1	X2	X3	Y
X1.1	0.829			
X1.2	0.852			
X1.3	0.805			
X1.4	0.822			
X1.5	0.778			
X1.6	0.768			
X1.7	0.813			
X1.8	0.802			
X2.1		0.850		
X2.2		0.845		
X2.3		0.747		
X2.4		0.859		
X2.5		0.852		
X2.6		0.757		
X2.7		0.866		
X2.8		0.761		
X3.1			0.802	
X3.2			0.795	
X3.3			0.827	
X3.4			0.809	
X3.5			0.817	
X3.6			0.770	
X3.7			0.779	
Y.1				0.814
Y.2				0.831
Y.3				0.769
Y.4				0.865
Y.5				0.845
Y.6				0.838
Y.7				0.815
Y.8				0.811

2. Fornell Larckel Criterion

	X1	X2	X3	Y
X1	0.809			
X2	0.818	0.818		
X3	0.708	0.653	0.800	
Y	0.789	0.673	0.628	0.824

3. AVE, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha

Construct reliability and validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.925	0.926	0.938	0.655
X2	0.929	0.936	0.942	0.670
X3	0.906	0.906	0.926	0.640
Y	0.932	0.933	0.944	0.679

4. Model fit

Model fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.061	0.061
d_ULS	1.872	1.872
d_G	1.405	1.405
Chi-square	654.273	654.273
NFI	0.760	0.760

5. Path coefficients

Path coefficients

- [Matrix](#)
- [List](#)

	X1	X2	X3	Y
X1				0.650
X2				0.055
X3				0.132
Y				

	Path coefficients
X1 -> Y	0.650
X2 -> Y	0.055
X3 -> Y	0.132

6. R square

R-square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.633	0.621

7. Q square

	Q ² predict	RMSE	MAE
Y	0.550	0.726	0.472

8. Hipotesis (*bootstrapping*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.650	0.618	0.149	4.372	0.000
X2 -> Y	0.055	0.099	0.156	0.352	0.724
X3 -> Y	0.132	0.125	0.124	1.065	0.287

Biodata Peneliti

A. Data Pribadi

1. Nama : Deny Setya Nugraha
2. Tempat & Tanggal Lahir : Pati, 25 Januari 2002
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Alamat Asal : Ds. Jetak Kec. Pucakwangi Kab. Pati
5. Telepon & HP : 085228191065
6. E-mail : denysetyanugraha@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

- MI Miftahul Huda Truguno 2008-2014
- MTs N 1 Pati 2014-2017
- SMA N 1 Jakenan 2017-2020

C. Pengalaman Organisasi

- BEM Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi.

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini dibuat dengan benardandapat dipertanggungjawabkan.



UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jumat tanggal, 25 April 2025 berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 012/A.III/6/I/2023 tanggal 24 Januari 2023 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi :

1. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c

Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
2. Nama lengkap : Fajar Suryatama, S.Sos., SE., MBA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk..I/III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbing skripsi :

Nama : Deny Setya Nugraha
NIM : 21510035
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Babe Billiard Ungaran

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
01	Penunjukan Dosen Pembimbing	16/10/2024	ACC judul
02	Penyusunan Proposal Skripsi	22/10/2024 s.d 02/01/2025	Bab I,II,III
03	Instrumen penelitian	07/02/2025	Uji Instrument
04	Ijin Pelaksanaan Penelitian	11/02/2025	Ijin penelitian
05	Pengumpulan Data	20/02/2025	Tabulasi data
06	Analisis Data	28/02/2025 s.d 13/03/2025	Olah data
07	Penyusunan Laporan/Skripsi	12/03/2025 s.d 17/03/2025	Bab IV, Bab V

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Penguji Pendamping 1

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN 0606056901

Penguji Pendamping 2

Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., M.M.
NIDN 0622047503

Mengetahui
Dekan,

M. Arif Rakhman, SE., M.E.
NIDN 0614068702



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jumat tanggal, 25 April 2025 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 125/A.I/5/IV/2025 tanggal 22 April 2025 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Pitaloka Dharma Ayu, SE., MBA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk. I/III/b
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Fajar Suryatama, S.Sos., SE., MM
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda Tk.,I/III/b
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Deny Setya Nugraha
NIM : 21510035
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Babe Billiard Ungaran

NILAI HASIL UJIAN : Angka = 85,66 Equivalent = A

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Penguji

Pitaloka Dharma Ayu, S.E., M.B.A
NIDN 0617028803

Penguji Pendamping 1

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN 0606056901

Penguji Pendamping 2

Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., M.M
NIDN 0622047503

Mengetahui
Dekan,

M. Arif Rakhman, SE., M.E.
NIDN 0614068702



YAYASAN UNDAIRIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULMU ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514

Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA KELULUSAN

Pada hari ini Jumat tanggal 25 April 2025 telah melaksanakan ujian skripsi terhadap mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDAIRIS Ungaran :

Nama : Deny Setya Nugraha
Tempat/Tanggal Lahir : Pati, 25 Januari 2002
NIM : 21510035
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Babe Billiard Ungaran

Dinyatakan : **LULUS / ~~TIDAK LULUS~~**

Dengan Nilai : 257
Dengan Angka : 85.66
Huruf Mutu : A

Catatan : Waktu Penyelesaian Revisi Maksimal **1 Minggu** Setelah Pelaksanaan Ujian, Pada Tanggal **03 Mei 2025**.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji

Pitaloka Dharma Ayu, S.E., M.B.A
NIDN.0617028803

Penguji Pendamping 1

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN.0606056901

Penguji Pendamping 2

Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., M.M
NIDN.0622047503

Mengetahui
Dekan,

M. Arif Rakhman, SE., M.E.
NIDN.0614068702



**KARTU BIMBINGAN PENULISAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNDARIS
PRODI MANAJEMEN**

Nama Mahasiswa : Deny Setya Nugraha
 NIM : 21510035
 Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 Pembimbing Utama : Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
 Pembimbing Pendamping : Fajar Suryatama, S.Sos., SE., MM.
 Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bude Billiard Ungaran

No	Tanggal Konsultasi	Keterangan Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	16-10-2024	ACC judul	[Signature]
2	16-10-2024	ACC judul	[Signature]
3	22-10-2024	revisi bab I	[Signature]
4	22-10-2024	lanjut bab II	[Signature]
5	23-10-2024	revisi bab I	[Signature]
6	29-10-2024	revisi Bab I Bawa Bab 2	[Signature]
7	14-11-2024	lanjut bab III	[Signature]
8	15-11-2024	Kab 5 Bab 2. ACC.	[Signature]
9	3/12/2024	Bab II ACC	[Signature]
10	10/12/24	bilangan Uraian	[Signature]
11	11/12/24	revisi Kesimpulan	[Signature]
12	17/12/24	sempurna proposal	[Signature]
13		revisi: tabel analisis data (komparasi)	[Signature]
14			
15	18/01/24	revisi bab I, Bawa	[Signature]
16		que	
17	29-12-24	revisi bab 3 dan revisi	[Signature]
18		dan ditambah pengantar	
19	27-12-24	revisi que	[Signature]
20	2-1-25	ACC proposal	[Signature]
21	9-1-2025	lanjut bab 4 dan ke pembimbing	[Signature]
22	15-3-2025	revisi bab IV	[Signature]
23	18-3-2025	revisi bab IV & V	[Signature]
24	21-3-2025	revisi IV & V	[Signature]
25	16-4-2025	ACC	[Signature]
26	17-4-2025	revisi Bab dan bab	[Signature]
27			
28			
29			
30		Telah Disetujui Dosen Penguji Proposal	

Mengetahui
Ketua Program Studi

[Signature]

Pitaloka Dharma Ayu, S.E., M.BA
NIDN.0617028803