

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA NAGANO FITNESS CENTER

Intan Kumalasari Utama¹, LCA. Robin Jonathan², Purwanti³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : ikumala63@gmail.com

Keywords:

*Service Quality,
Price, Facilities,
User Satisfaction.*

ABSTRACT

The purposes of this study are: 1.) To determine and analyze the effect of service quality on user satisfaction Nagano Fitness Center, 2.) To determine and analyze the effect of price on user satisfaction Nagano Fitness Center, 3.) To determine and analyze the effect of facilities on user satisfaction Nagano Fitness Center, 4.)

To determine and analyze the effect of service quality, price and facilities on the `satisfaction of Nagano Fitness Center. The theoretical basis used is marketing management, especially regarding service quality, price, facilities and user satisfaction.

This research was conducted in Samarinda. The samples taken were 80 respondents. Data collection by distributing questionnaires through Google Forms. The analytical tool used is multiple linear regression.

The results showed that 1.) Service quality variable had a significant positive effect on user satisfaction, 2.) Price variable had no significant positive effect on user satisfaction, 3.) Facility variable had a significant positive effect on user satisfaction, 4.) Service quality variable, price and facilities have a significant positive effect on user satisfaction.

PENDAHULUAN

Fitness merupakan aktivitas olahraga angkat beban yang melatih kebugaran tubuh, dan untuk memperkuat masa otot dan tulang. Dalam bahasa Inggris *fitness center* adalah *fitness* dan *center* yang didalam Bahasa Indonesia adalah pusat kebugaran.

Olahraga *fitness* terbukti dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh, sehingga dapat membakar lebih banyak kalori. Hal ini tentunya berdampak pada penurunan berat badan, hal ini terbukti dari banyaknya orang yang ingin menurunkan berat badan dan membentuk badan secara lebih proporsional memilih untuk berolahraga *fitness* agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Samarinda menjadi salah satu kota di Indonesia yang masyarakatnya memiliki

ketertarikan dalam berolahraga salah satunya adalah fitness, terlihat banyak nya tempat kebugaran yang tersedia di Samarinda. Perkembangan pusat kebugaran dikota Samarinda dan banyaknya berdiri beberapa *fitness center* berskala kecil maupun besar berbanding lurus

dengan berubahnya gaya hidup dan sudut pandang masyarakat akan hidup sehat dan pentingnya berolahraga, sehingga dapat terciptanya peluang untuk penyediaan sarana dan berdirinya *fitness center* untuk memberikan dampak dan pengaruh yang kuat untuk minat masyarakat dalam melakukan olahraga.

Nagano *Fitness Center* merupakan tempat pusat kebugaran berskala kecil yang terletak di Jl. K.H. Hairun Nafsi, Samarinda Seberang. Dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya seperti *Briliant Fitness Center*, *Master Gym* dan *Project Gym*, Nagano *Fitness Center* memiliki keunggulan dimana harga yang ditawarkan sangat terjangkau dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

Fitness center (pusat kebugaran) merupakan industri yang bergerak didalam bidang jasa yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur bagi setiap perusahaan. Perusahaan jasa seperti tempat *fitness* bisa dikatakan berhasil apabila jasa yang diberikan telah memenuhi harapan yang diinginkan oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting juga dalam mencapai tujuan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012:75) dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan *fitness* harus bisa memenuhi kualitas pelayanan yang baik dari segi keandalan (*Realibility*) Kemampuan untuk diandalkan dalam menunjukkan layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada pelanggannya, daya tanggap (*Responsivennes*) kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat, bukti fisik (*Tangible*) Pentingnya dimensi tangible ini akan menimbulkan citra yang baik bagi penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, dan jaminan (*Assurance*) perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, makin tinggi kepuasan pengguna Nagano *Fitness Center*.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu: 1.) Keterjangkauan harga Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek, 2.) Kesesuaian harga dengan kualitas Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka

melihat adanya perbedaan kualitas, 3.) Kesesuaian harga dengan manfaat konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

Selain kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas juga berperan penting dalam kepuasan konsumen terutama didalam bidang jasa seperti tempat pusat kebugaran. . Menurut Kotler (2014:58) : “Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen”. Makin baik fasilitas peralatan yang tersedia, maka semakin tinggi kepuasan pengguna Nagano *Fitness Center*.

Menurut Kotler (2014:150): ”Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Kualitas pelayanan memiliki peran penting juga dalam mencapai tujuan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

METODE

Alat analisis data yang digunakan dalam proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan dengan metode kusioner, dan penelitian kepustakaan. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya kemudian dianalisis. Tujuan dari menganalisis data adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi.

Jangkauan Penelitian

Pra-survei ini dilakukan pada pelanggan Nagano *Fitness Center* Samarinda Seberang tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2021.

Rincian Data

Rincian data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a.) Gambaran umum Nagano Fitness Center
- b.) Tanggapan Member dan pelanggan harian Nagano Fitness Center
- c.) Data Hasil Kusioner

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut :

(1.) Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dengan metode kusioner, yaitu dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Diberikan kepada responden secara langsung sehingga didapatkan keobjektifan data yang tepat. Data yang dikumpulkan adalah data tentang tanggapan pelanggan Nagano *Fitness Center*.

(2.) Penelitian Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu dengan membaca dan mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, tulisan ilmiah, literature yang bersangkutan dengan masalah- masalah yang akan dibahas, sehingga diperoleh landasan yang digunakan dalam pemecahan masalah tersebut.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:80) Populasi adalah wilayah yang generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Nagano *Fitness Center*.

Menurut Sugiyono (2018:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau mewakili populasi yang diteliti”.

Responden yang dipilih adalah para anggota yang mendaftar bulanan di Nagano *Fitness Center*, pengguna harian yang datang di Nagano *Fitness Center*, dan para pengguna yang sudah pernah datang ke Nagano *Fitness Center*, diambil data awal sebanyak 100 orang lalu diolah untuk menentukan sampel dengan menggunakan rumus Slovin.

Penentuan jumlah sampel, menurut Slovin dalam bukunya (Soegiarto, 2018:44) dalam menentukan sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui. Berikut adalah penjelasannya :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran besarnya sampel

N : Jumlah populasi

e : Persen kelonggaran yang dapat ditoleransi (5% = 0,05)

Sehingga perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 0,25}$$

$$n = 80$$

Hasil dari perhitungan sampel adalah 80, jadi setelah mendapatkan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 80 responden.

Alat Analisis Dan Pengujian Hipotesis

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji instrument penelitian.

1. Uji Instrumen Data

a.) Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2018:51) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kusioner yang telah diisi oleh responden. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan <0,05 atau 5% sehingga apabila nilai signifikansinya 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid.

b.) Uji Realibilitas

Imam Ghazali (2018:45) menyatakan bahwa, realibilitas adalah alat untuk mengukur

suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk yang akan diteliti. Butir kusioner dikatakan layak jika *Cronbach's alpha* >0,7 dan dikatakan tidak layak jika *Cronbach's alpha* <0,7.

2. Uji Asumsi Klasik

a.) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.

b.) Uji Linieritas

Alat yang digunakan dalam uji linieritas menggunakan *Lagrange Multiplier*. Menurut basuki dan Purnomo (2016:282) uji *Lagrange Multiplier* adalah uji yang dilakukan untuk menentukan model yang paling tepat diantara *common effect model* atau *random effect model* untuk mengestimasi data panel, dalam menentukan apakah model yang digunakan adalah *common effect model* atau *random effect model*. Adapun ketentuan untuk pengujian *Lagrange Multiplier* yaitu sebagai berikut :

1. Apabila nilai *cross section Breusch-pangan* $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common effect model*.
2. Apabila nilai *cross section Breusch-pangan* $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Random effect model*.

c.) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) pada pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas.

d.) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas

e.) Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107) autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. "Uji Durbin Wtason hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorelation*) dan mensyaratkan

adanya intercept (konstanta)”, Ghozali (2018:111).

Pengujian Hipotesis

Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:159) regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji T (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2013:178) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$).

- a. Hipotesis 1-3 diterima jika $t_h \geq t_t$ pada $\alpha 0,05$
- b. Hipotesis 1-3 ditolak jika $t_h \leq t_t$ pada $\alpha 0,05$

Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2013:177) uji statistik F digunakan untuk mengetahui semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$).

- a. Hipotesis ke 4 diterima jika $F_h \geq F_t$ pada $\alpha 0,05$
- b. Hipotesis ke 4 ditolak jika $F_h < F_t$ pada $\alpha 0,05$

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:177) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji *goodness-fit* atau kelayakan model. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.) Uji Intrumen

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Correlation	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,921	Valid
	2	0,883	Valid
	3	0,944	Valid
Harga (X2)	1	0,954	Valid
	2	0,942	Valid
	3	0,960	Valid
Fasilitas (X3)	1	0,964	Valid
	2	0,950	Valid
	3	0,927	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	1	0,802	Valid
	2	0,882	Valid
	3	0,855	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat dijelaskan bahwa dari keempat variabel diatas dan dari masing-masing pertanyaan semuanya valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel. r tabel yang diperoleh pada uji validitas sebesar 0,220.

b. Uji Realibilitas

Pengujian realibilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* (α). Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 , instrument dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r_{tabel} , atau kita bisa menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Realibilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,902	Valid
Harga (X2)	0,948	Valid
Fasilitas (X3)	0,941	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	0,790	Valid

Berdasarkan hasil uji realibilitas, dapat dijelaskan bahwa dari keempat variabel valid, karena *cronbach's alpha* > 0,6

2.) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,78104737
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.077
	Negative	-.057
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.121

Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar 0,121, karena nilai signifikansi > 0,05 maka nilai tersebut normal.

b. Uji Linieritas

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.623	.79631

Berdasarkan hasil uji linieritas, dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,637 sehingga, nilai $X^2 = n \times R^2$ sebesar $80 \times 0,637 = 5,096$. Sedangkan X^2 tabel dengan df (0,05 : 80) sebesar 101,879, sehingga nilai X^2 tabel ($5,096 < 101,879$). Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan linier.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variebel Bebas	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,127	7.845	Non-multikolinieritas
Harga (X2)	0,257	3.895	Non-multikolinieritas
Fasilitas (X3)	0,166	6.021	Non-multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa semua nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 7,845, untuk variabel harga sebesar 3,895, dan untuk variabel fasilitas sebesar 6,021, dimana *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variebel Bebas	Nilai Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,397	Tidak Heteroskedastisitas
Harga (X2)	0,077	Tidak Heteroskedastisitas
Fasilitas (X3)	0,216	Tidak Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel menunjukkan nilai signifikansi yang lebih besar dari nilai sig. 0,05 maka, dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.798 ^a	.637	.623	.79631	2.041

Nilai Durbin – Watson yang dihasilkan dari model regresi adalah sebesar 2,041. Sedangkan tabel Durbin – Watson dengan nilai signifikansi 0,05 dan jumlah (n) = 80, serta k = 3(variabel independen) diperoleh nilai dl sebesar 1,560 dan du sebesar 1,715. Nilai 4-dl = 2,44 dan 4-du = 2,285. Syarat tidak terjadinya autokorelasi adalah $DU < D < 4-DU$ atau $1,715 < 2,041 < 2,285$.

Analisis Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Linier Berganda

	Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	d		
1	(Constant)	6.470	.733			8.821	.000
	kualitas pelayanan (X1)	.199	.142	.270		1.396	.167
	Harga (X2)	-.077	.096	-.110		-.807	.422
	Fasilitas (X3)	.436	.116	.635		3.747	.000

- Konstanta sebesar 6,470. Artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), fasilitas (X_3) nilainya 0, maka nilai kepuasan pengguna (Y) adalah 6,470.
- Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pengguna (Y) sebesar 27,0% dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Artinya kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
- Pengaruh variabel harga (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y) sebesar 11,0 % dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Artinya kepuasan pengguna dipengaruhi oleh harga.
- . Pengaruh variabel fasilitas (X_3) terhadap kepuasan pengguna (Y) sebesar 63,5% dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Artinya kepuasan pengguna dipengaruhi oleh fasilitas.

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	sd		
1	(Constant)	6.470	.733		8.821	.000
	X1	.199	.142	.270	1.396	.167
	X2	-.077	.096	-.110	-.807	.422
	X3	.436	.116	.635	3.747	.000

Uji parsial dilakukan untuk melihat berpengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan = $df - k$ ($df =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel keseluruhan), ($df - k$) atau $80 - 4 = 76$ dengan signifikansi hasil t_{tabel} sebesar 1,665.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.607	3	28.202	44.475	.000 ^b
	Residual	48.193	76	.634		
	Total	132.800	79			

Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, nilai $df_1 = k-1$ ($4-1$) dan df_2 jumlah sampel – jumlah variabel keseluruhan ($80 - 4 = 76$). Maka hasil nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,72.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.798 ^a	.637	.623	.796	

Berdasarkan tabel 10, diperoleh nilai R sebesar 0,798 yang berarti terjadi hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna, karena

nilainya mendekati 1, kemudian didapatkan koefisien determinasi (*R Square*) 0,637 yang artinya 63,7% proporsi perubahan variabel kepuasan pengguna ditentukan oleh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas.

Pembahasan

1. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel kualitas pelayanan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,396 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,665. Kemudian memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,167 lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Nagano *Fitness Center*.

2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel harga (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,807 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,665. Kemudian memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,422 lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Nagano *Fitness Center*.

3. Pengaruh Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel harga (X_3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,747 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,665. Kemudian memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna Nagano *Fitness Center*.

4. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil perhitungan pada tabel 5.16, diperoleh nilai $F_{hitung} = 44,475$ lebih besar dari nilai $F_{tabel} = 2,72$. Kemudian diperoleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada Nagano *Fitness Center*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna.
- b. Variabel Harga mempunyai pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna.
- c. Variabel Fasilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.
- d. Variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Saran

- a. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan jumlah variabel lain dalam penelitian sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih maksimal.
- b. Bagi perusahaan Nagano *Fitness Center* senantiasa dapat lebih meningkatkan strategi yang meliputi kualitas pelayanan, harga dan fasilitas sehingga dapat semakin tinggi kepuasan pengguna di Nagano *Fitness Center*.

REFERENCES

- Basuki, Tri Agus dan Nano Prawoto. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Dengan Aplikasi SPSS Dan Eviews*. Jakarta. Penerbit: Rajawali pers.
- Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Buku I. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soegiarto, Eddy. 2018. *Metodologi Penelitian dan Penulisan Ilmiah*. Jakarta. Penerbit: Indocamp.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.