

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA KOLAM
RENANG DELI MEDAN DENGAN KOLAM
RENANG UNIMED**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen*

IRMA YATIKA
1405160230



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 28 Maret 2018, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : IRMA YATIKA
NPM : 1405160230
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA KOLAM RENANG DELI MEDAN DENGAN KOLAM RENANG UNIMED

Dinyatakan : (B/A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(Dr. FAJAR PASARIBU, SE, M.Si)

Penguji II

(DELYANA RAHMAWANY PULUNGAN, SE, M.Si)

Pembimbing

(Dra. ROSWITA HAFNI, M.Si)

Panitia Ujian

(H. JANURI, SE, MM, M.Si)

Sekretaris

(ADE GUNAWAN, SE, M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : IRMA YATIKA
N.P.M : 1405160230
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA KOLAM
RENANG DELI MEDAN DENGAN KOLAM RENANG
UNIMED

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

Dra. ROSWITA HAFNI, M.Si

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : IRMA YATIKA
 N.P.M : 1405160230
 Program Studi : MANAJEMEN
 Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
 Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA KOLAM RENANG DELI MEDAN DENGAN KOLAM RENANG UNIMED

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
23/7/2018	- Acc proposal untuk dilanjutkan - Rancangan cover dan abstrak formal		
1/8/2018	- Acc kuesioner - Labar kuesioner sesuai format proposal		
12/3/2018	- Kumpulkan kuesioner - Uraikan data → format tabel, susun - kerjakan sesuai awal		
26/3/2018	- Bab IV → Sebar angket - Berdiskusi ke 20 angket - Diskusi respon → urai		
27/3/2018	- Bab IV → Uraikan data - Analisis data Bab IV - Diskusi hasil analisis - Uraikan hasil analisis - Bab V & VI → konsultasi Bab IV		
28/3/2018	- Acc skripsi, urai side page tinggi		

Medan, Maret 2018
 Diketahui /Disetujui
 Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing Skripsi

 Dra. ROSWITA HAFNI, M.Si

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : IRMA YATIKA
NPM : 1405160230
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/IESP/
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan.....20.

Pembuat Pernyataan



NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

ABSTRAK

Irma Yatika, NPM. 1405160230. Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan Dengan Kolam Renang Unimed.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi dan sangat ketat merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan. Kepuasan konsumen dapat diukur melalui pemberian nilai lebih kepada para pengguna jasa melalui produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dan terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed. Persaingan dalam jasa menuntut pengelola kolam renang untuk berusaha memomorsatukan kualitas pelayanan kolam renang bagi konsumen, seperti fasilitas pendukung dan harga tiket masuk. Atribut kolam renang bisa membuat masyarakat mengetahui dan membedakan kelebihan kolam renang yang satu dengan kolam renang yang lainnya.

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis komparatif yaitu suatu teknik dengan menggunakan uji rata-rata atau uji beda dengan perlakuan yang tidak sama.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen kolam renang yang melakukan kegiatan di kolam renang Deli Medan dan kolam renang Unimed. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan perhitungan Slovin maka jumlah sampel sebanyak 94 responden, dengan rincian 44 responden untuk pengguna jasa kolam renang Deli Medan dan 50 responden untuk pengguna jasa kolam renang Unimed. Teknik analisis data menggunakan uji statistic Independent Sample Test.

Berdasarkan dari hasil pengujian statistic Independent Sample Test ada perbedaan nilai rata-rata sebesar 48,40 kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed sebesar 42.76 dengan selisih nilai rata-rata sebesar 5,65 dan terdapat perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed dengan peroleh nilai sig $0,000 < \alpha = 0,5$ atau dengan persentase $0,0\% < \alpha = 5\%$.

Kata Kunci : Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan dengan Kolam renang Unimed.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang masih memberikan nikmat kesehatan dan keselamatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan Dengan Kolam Renang Unimed**”, guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Shalawat berangkai salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam jahilliyah menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan sampai sekarang ini dapat kita rasakan bersama.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan-kekurangan akibat keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima masukan berupa kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun dari para pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini dapat terealisasi dengan baik dengan adanya dukungan dari berbagai pihak, baik tenaga, ide-ide maupun pemikiran. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Teristimewa kepada kedua orang tua, Ayahanda Gunawan dan Ibunda Suheti tercinta yang telah mendidik dan memberikan dukungan moril dan material serta kasih sayang, motivasi dan doa yang diberikan selama ini.
2. Bapak Dr. Agussani MAP Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, S.E, M.M., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ade Gunawan S.E., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Hasrudy Tanjung S.E, M.Si selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Syarifuddin Hasibuan, S.E, M.Si selaku Sekretaris Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dra. Roswita Hafni, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang selama ini bersedia meluangkan waktu dan memberikan bantuannya kepada penulis sehingga dapat tersusunnya skripsi ini.
8. Bapak Hazmanan Khair, PhD selaku Dosen Pembanding proposal yang selama ini bersedia meluangkan waktu dan memberikan bantuannya kepada penulis sehingga dapat tersusunnya proposal ini.
9. Kepada Pemimpin dan seluruh staff karyawan PD. Pembangunan Kota Medan Unit Deli Swimming Pool (DSP).

10. Seluruh staff pengajar yang telah mendidik penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Kepada Adik-adik tersayang Agung Pranoto dan Fajar Wira Prabowo yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis selama ini.
12. Kepada sahabat-sahabat tersayang Lia Kiki Suryani, Desi Arisandi, Tengku Rini Izzati, Diana Firdaus, Selfy Ramadhani Nst, Ridho Firman Irwanda, Muhammad Syafii, Agung Suwargo, Ramadhan, Amirul, Ibnu, Muammar Siddiq dan Azri Adi Lubis yang telah membantu penulis memberikan ide-ide, motivasi, semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis dan berbagai pihak, penulis tidak dapat membalasnya kecuali doa dan puji syukur kehadiran Allah SWT penulis mengucapkan banyak terima kasih. Kiranya Allah SWT senantiasa selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya untuk kita semua. Amin Ya Rabbal Allamin.

Akhirnya penulis berharap semoga pengalaman dan pengetahuan yang penulis peroleh dalam menyelesaikan skripsi ini berguna bagi penulis, pembaca, dan semoga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, Maret 2018

Penulis

Irma Yatika
1405160130

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan dan Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Uraian Teori	10
1. Kepuasan Konsumen	10
a. Pengertian kepuasan Konsumen	10
b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	11
c. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	14
2. Pelayanan	18
a. Pengertian Pelayanan	18
b. Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan	19
c. Indikator Pelayanan	20

3. Fasilitas.....	21
a. Pengertian Fasilitas.....	21
b. Faktor- faktor yang Mempengaruhi fasilitas.....	22
c. Unsur-unsur Penting Penyediaan Fasilitas.....	24
4. Harga.....	26
a. Pengertian Harga.....	26
b. Peranan Utama Harga.....	27
c. Indikator harga.....	28
5. Jasa.....	29
a. Pengertian Jasa.....	29
b. Karakteristik Jasa.....	30
c. Perilaku Konsumen Jasa.....	31
6. Kolam Renang.....	32
B. Kerangka Konseptual.....	34
C. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan Penelitian.....	38
B. Defenisi Operasional.....	38
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
D. Populasi dan sampel.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	48

B. Hasil Penelitian.....	51
C. Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Tiket Masuk Kolam Renang Deli Medan.....	4
Tabel I.2	: Data Pengunjung Kolam Renang Deli Medan.....	5
Tabel I.3	: Keluhan Konsumen Kolam Renang Deli Medan.....	5
Tabel I.4	: Tiket Masuk Kolam Renang Unimed.....	6
Tabel I.5	: Data Pengunjung Kolam Renang Unimed.....	6
Tabel I.6	: Keluhan Konsumen Kolam Renang Unimed.....	7
Tabel III.1	: Defenisi Operasional dan Indikatornya.....	38
Tabel III.2	: Waktu Penelitian.....	41
Tabel III.3	: Skala Likert.....	43
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	54
Tabel IV.4	: Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan dan Unimed.....	56
Tabel IV.5	: Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan dan Unimed.....	57
Tabel IV.6	: Penyajian Data Kepuasan Pelayanan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan.....	58
Tabel IV.7	: Penyajian Data Kepuasan Pelayanan Pengguna Jasa Kolam Renang Unimed.....	63
Tabel IV.8	: Penyajian Data Kepuasan Fasilitas Pengguna Jasa	

	Kolam Renang Deli Medan.....	68
Tabel IV.9	: Penyajian Data Kepuasan Fasilitas Pengguna Jasa Kolam Renang Unimed.....	69
Tabel IV.10	: Penyajian Data Kepuasan Harga Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan.....	71
Tabel IV.11	: Penyajian Data Kepuasan Harga Pengguna Jasa Kolam Renang Unimed.....	73
Tabel VI.12	: Data Uji Komparatif (T-Tes) Variabel Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan Dengan Kolam Renang Unimed.....	74
Tabel VI.13	: Independent Samples Test.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Kerangka Konseptual	37
Gambar III.1 : Data Distribusi Kurva Normal.....	47
Gambar IV.1 : Distribusi Kurva Normal T	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas jasmani merupakan kebutuhan setiap manusia di dalam kehidupan agar kondisi fisik kesehatan tetap terjaga dan selalu bugar dan justru sekarang sebaliknya manusia akan lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja dengan mengesampingkan waktu aktivitas jasmani. Aktivitas jasmani jarang dilakukan dan hanya dilakukan pada waktu luang dan sesuai kehendak sendiri tanpa terjadwal. Aktivitas jasmani merupakan aktivitas untuk kesehatan dan sehat itu sangatlah mahal harganya dalam kehidupan manusia. Setiap manusia harus berusaha menjaga kesehatannya, salah satu cara untuk menjaga kesehatan agar tetap terjaga dengan baik harus menjaga kesehatan jasmani dan rohani dengan cara olahraga renang.

Kolam renang sekarang sudah banyak dikunjungi oleh masyarakat, namun dengan banyaknya minat terhadap kolam renang tersebut yang tentunya juga sebagai tempat olahraga dan juga tempat untuk rekreasi, pihak kolam renang pun tidak cepat tanggap untuk masalah fasilitas pada kolam renang tersebut. Ada beberapa fasilitas seharusnya diperbaiki oleh pengelola kolam renang tersebut seperti air kolam yang kotor, tidak ada sela-sela/paret kecil untuk pengaliran air dan pembuangan ludah, tempat bilas yang kurang memadai misalnya bau dan kotor, ruang ganti yang kurang layak, lantai keramik yang pecah-pecah membuat kaki luka dan kurangnya kebersihan lokasi. Dari semua itu seharusnya pihak pengelola kolam renang lebih memahami terhadap fasilitas-fasilitas yang ada di kolam

renang. Perbaikan fasilitas-fasilitas lainnya juga perlu diperhatikan seperti taman, ruang tunggu orang tua yang sedang melihat anak-anaknya atau kerabatnya yang sedang berenang.

Selain fasilitas-fasilitas yang baik diperlukan juga pelayanan yang baik dan maksimal terhadap pengunjung, karena dengan pelayanan yang baik maka pengunjung akan merasa betah dan senang jika mereka diperlakukan istimewa, dengan pelayanan yang baik maka dengan sendirinya para pengunjung akan tetap menjadi pengunjung yang setia. Kolam renang harus meningkatkan pelayanan yang ada. Masalah pelayanan pada kolam renang yaitu ketepatan waktu yang kurang baik misalnya kolam renang buka pada jam 08.00 wib namun konsumen berkunjung pada jam 10.00 wib, tetapi masih ada petugas yang membersihkan atau merapikan kolam renang dan membuat para pengunjung kolam renang menunggu dan kurangnya keramah tamahan dalam melayani.

Pemilik kolam renang atau sebagai objek yang tunjuk harus menyeimbangkan harga dengan situasi keadaan yang ada pada kolam renang, karena harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dalam bentuk uang. Perusahaan kolam renang dalam menetapkan harga sebaiknya mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapai. Harga tiket masuk yang terjangkau pada kolam renang yang sesuai dengan keinginan pengunjung dan sesuai dengan fasilitas yang ada. Dengan harga yang terjangkau tidak akan memberatkan seseorang untuk berenang di kolam renang tersebut. Namun dengan harga tiket masuk yang hampir setiap tahun naik akan membuat para pengunjung dapat mengurangi niat untuk terus berkunjung. Dapat

dikatakan naik hampir setiap tahunnya karena bisa saja setiap tahun ada kenaikan harga untuk keperluan kolam renang misalnya obat air kolam, listrik dan lainnya.

Kolam renang yang baik secara pelayanan dan fasilitas tentu akan dipercaya oleh pengunjung kolam renang, terutama fasilitas yang baik dapat meminimalisir adanya kecelakaan yang terjadi di kolam renang. Tidak dapat dipungkiri tidak adanya kecelakaan yang terjadi di kolam renang karena kelalaian pihak kolam renang yang tidak merawat fasilitas kolam renang, seperti halnya keramik yang licin ini merupakan hal penting yang harus diperhatikan, karena tidak semua pengunjung berhati-hati pada saat berada di kolam renang. Tidak hanya itu, keadaan air pun harus baik, air tidak boleh kotor seperti terdapatnya daun-daun yang terdapat di air kolam sehingga mengakibatkan kurang nyamannya pengunjung saat berenang.

Salah satu yang mempengaruhi pengunjung untuk datang ke kolam renang adalah kepuasan pengunjung pada saat menggunakan layanan fasilitas kolam renang. Sedangkan kepuasan dan ketidakpuasan pengunjung terhadap pelayanan dan fasilitas kolam renang menjadi topik masalah yang akan dibahas. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu jasa kolam renang merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk menarik pasar (siswa, perguruan tinggi, masyarakat umum maupun instansi setempat), dengan tercapainya kepuasan konsumen dan banyaknya pelanggan diharapkan pihak pengelola kolam renang bisa memperbaiki segala fasilitas yang ada dan juga bisa membuat kolam renang menjadi kolam renang yang berstandart internasional.

Persaingan dalam jasa menuntut pengelola kolam renang untuk berusaha memomorsatukan kualitas pelayanan kolam renang bagi konsumen, seperti

fasilitas pendukung dan harga tiket masuk. Atribut kolam bisa membuat masyarakat mengetahui dan membedakan kelebihan kolam yang satu dengan kolam yang lainnya. Peneliti mengambil penelitian di kolam renang karena pelayanan, fasilitas dan harga, namun juga keberagaman pengunjung yang terdapat di kolam renang. Berdasarkan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan konsumen terhadap pelayanan, fasilitas dan harga yang ada pada kolam renang.

Berdasarkan hal ini dapat dikatakan bahwa sebuah usaha jasa kolam renang haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang baik, dimana pelayanan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha jasa kolam renang lainnya. Sehingga mampu bertahan dalam persaingan yang ketat. Sebuah perusahaan jasa kolam renang yang mempunyai keunggulan bersaing dapat terlihat pada kondisi banyaknya jumlah pengunjung. Harga tiket masuk kolam renang juga berbeda beda dari satu dengan yang lainnya.

Harga tiket masuk kolam renang Deli Medan baik anak-anak yang usianya diatas 3 (tiga) tahun dengan orang dewasa bayar dengan sama rata, beda lagi jika mendaftar member anggota renang dan itu sudah termasuk dengan biaya asuransi, tetapi bagi mahasiswa atau anak sekolah yang datang bersama guru mendapat potongan 10% yaitu :

Table I.1
Tiket Masuk Kolam Renang Deli Medan

Tiket Masuk	Harga
Hari biasa Senin s/d Jumat	Rp. 12.000
Hari Libur Sabtu s/d Minggu	Rp. 15.000
Member anggota renang	Rp. 160.000
1. Pendaftaran	1. Rp. 75.000
2. Iuran Perbulan	2. Rp. 85.000

Adapun data pengunjung bulanan tahun 2017 pada kolam renang Deli Medan sebagai berikut :

Table I.2
Data Pengunjung Kolam Renang Deli Medan

No	Bulan	Hari Biasa	Hari Libur
1	Januari	2.411 Orang	10.309 Orang
2	Februari	1.212 Orang	3.787 Orang
3	Maret	1.581 Orang	4.522 Orang
4	April	1.198 Orang	5.320 Orang
5	Mei	1.878 Orang	4.559 Orang
6	Juni	706 Orang	468 Orang
7	Juli	3.513 Orang	3.583 Orang
8	Agustus	1.109 Orang	3.138 Orang
9	September	1.017 Orang	5.004 Orang
10	Oktober	4.154 Orang	2.431 Orang
11	November	1.156 Orang	2.918 Orang
12	Desember	1.729 Orang	4.108 Orang

Terdapat juga keluhan-keluhan dari konsumen kolam renang Deli Medan pada saat di kolam renang tersebut, yaitu :

Tabel 1.3
Keluhan Konsumen Kolam Renang Deli Medan

No	Keluhan
1	Kurang keramah tamahan dalam melayani
2	Uang masuk terlalu mahal untuk anak sekolah yang tidak rombongan bersama guru disamakan dengan orang dewasa/masyarakat umum
3	Kamar mandi dan ruang ganti yang kotor dan bau, fasilitas dalam kamar mandi kurang lengkap dan kamar mandi dan ruang ganti seperti tidak terawatt
4	Tidak adanya sela-sela lubang/paret kecil untuk pengaliran air dan pembuangan ludah

Sedangkan harga tiket masuk kolam renang Unimed khususnya mahasiwa unimed, anak-anak berusia 2 (dua) tahun s/d dibawah 6 (enam) tahun, masyarakat umum, anak sekolah dan bagi yang mau mengikuti member renang, yaitu :

Tabel I.4
Tiket Masuk Kolam Renang Unimed

Tiket Masuk	Harga
Mahasiswa Unimed	Rp. 2.000
Masyarakat Umum	
1. Hari Biasa Senin s/d Kamis	1. Rp. 22.000
2. Hari Libur Jumat s/d Sabtu & Libur umum	2. Rp. 25.000
Anak-anak yang berusia 2 tahun s/d dibawah 6 tahun	Rp. 20.000
Anak sekolah	Rp. 10.000
Member Renang	
1. Member Perorangan	1. Rp. 275.000/bulan
2. Member Keluarga (Maksimum 4 orang)	2. Rp. 500.000/bulan

Dan adapun data pengunjung bulanan tahun 2017 pada kolam renang Unimed sebagai berikut :

Tabel I.5
Data Pengunjung Kolam Renang Unimed

No	Bulan	Hari Biasa	Hari Libur
1	Januari	3.011 Orang	13.602 Orang
2	Februari	1.112 Orang	3.087 Orang
3	Maret	1.281 Orang	3.522 Orang
4	April	2.198 Orang	5.820 Orang
5	Mei	2.378 Orang	3.959 Orang
6	Juni	1.006 Orang	968 Orang
7	Juli	2.813 Orang	3.283 Orang
8	Agustus	1.209 Orang	3.008 Orang
9	September	2.017 Orang	4.904 Orang
10	Oktober	3.754 Orang	4.531 Orang
11	November	1.456 Orang	2.818 Orang
12	Desember	2.429 Orang	4.408 Orang

Terdapat juga keluhan-keluhan dari konsumen kolam renang Unimed pada saat di kolam renang tersebut, yaitu :

Table 1.6
Keluhan Konsumen Kolam Renang Unimed

No	Keluhan
1	Tidak tersedianya jual makanan seperti nasi
2	Lantai keramik yang pecah-pecah menyebabkan kaki luka
3	Tempat yang begitu gersang

Dari kesimpulan data pengunjung kolam renang, pengunjung lebih banyak memilih menggunakan jasa kolam renang Unimed dibandingkan dengan kolam renang Deli Medan. Karena dengan pelayanan dan fasilitas yang mendukung akan membuat para pengunjung lebih tertarik menggunakan jasa kolam renang tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk membahas masalah ini dengan judul “Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan Dengan Kolam Renang Unimed”.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain yaitu :

1. Antara kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed memiliki perbedaan dalam pelayanan.
2. Adanya perbedaan fasilitas sehingga lebih ramai pengunjung pada kolam renang Unimed dibandingkan kolam renang Deli Medan.
3. Harga tiket masuk antara kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed yang tidak stabil.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih fokus maka perlu adanya pembatasan masalah. Fokus penelitian ini hanya terbatas pada kolam renang Deli Medan dan kolam renang Unimed dan variabel penelitian ini adalah kepuasan konsumen (studi komparatif) atas pengunjung.

2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
Apakah ada perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :
Untuk mengetahui perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar penulis bisa mendapatkan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah suatu wawasan dan pengetahuan yang luas serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat dibangku perkuliahan.

2. Bagi Kolam Renang Deli Medan

Dapat menjadi masukan yang berguna dan menjadi salah satu target utama untuk lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa untuk lebih baik lagi.

3. Bagi Kolam Renang Unimed

Dapat menjadi masukan yang berguna untuk lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa untuk lebih baik lagi.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi dan perbandingan penyusunan penelitian yang selanjutnya pada waktu yang akan datang.

5. Bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Penelitian ini dapat menambah referensi bagi pembaca dan pertimbangan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian sejenis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengetian Kepuasan Konsumen

Mernurut Philip Kotler dan Kevin Lane (2006) mengemukakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil yang dipikirkan terhadap yang diharapkan. Sebenarnya perasaan muncul ketika kita membandingkan antara yang kita harapkan dengan yang kita rasakan. Jadi, kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Jika yang dirasakan sama atau lebih dari yang diharapkan, konsumen kita katakana puas. Jika yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen kita mengatakan tidak puas. Pada dasarnya kepuasan konsumen inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran. Perusahaan berusaha keras memahami apa sesungguhnya harapan konsumen atas produknya. Semakin tepat pemasaran merumuskan harapan konsumen, semakin mudah pula memberikan kepuasan. Akan tetapi sebaliknya, bila rumusan kita tentang hrapan konsumen tidak jelas atau salah, bisa jadi kekecewaan yang akan dirasakan bagi yang merasa paham dengan harapan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Georgeus (2007, hal. 196) kepuasan konsumen adalah rangkuman berbagai intensitas respons efektif. Tipe

respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami pelanggan atau konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti tergantung pada konteks penelitiannya.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka bekerjasama dengan pemasok internal dan eksternal demi terciptanya kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya, Menurut Fandy Tjiptono (2004, hal. 78) yaitu :

- 1) Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- 4) Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan reputasi perusahaan di mata konsumen, dan
- 5) Laba yang diperoleh meningkat.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Farida Jasfar (2012, hal. 20) dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

- 1) Aspek barang dan jasa

Kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian konsumen terhadap fitur barang dan jasa.

2) Aspek emosi konsumen

Emosi atau perasaan dari konsumen dapat mempengaruhi persepsinya mengenai tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa. Emosi ini berkaitan dengan suasana hati. Pada saat seorang konsumen sedang mengalami suasana hati yang gembira, emosinya akan mempengaruhi persepsi yang positif terhadap kualitas suatu jasa yang dikonsumsi. Sebaliknya jika seorang konsumen sedang mengalami suasana hati yang buruk, emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa yang sedang dimanfaatkan olehnya walaupun penyampaian jasa tersebut tidak ada kesalahan sedikit pun.

3) Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa

Konsumen kadang dikagetkan oleh sebuah hasil suatu jasa dimana bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan. Biasanya konsumen cenderung untuk mencari penyebabnya. Kegiatan pelanggan dalam mencari penyebab suatu kesuksesan atau kegagalan jasa inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa.

4) Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan

Konsumen akan bertanya-tanya pada diri mereka sendiri, “Apakah saya sudah dilayani secara adil dibandingkan konsumen lain? Apakah konsumen lain mendapatkan perlakuan yang lebih baik, harga yang lebih murah atau kualitas jasa yang lebih baik? Apakah saya membayar harga yang layak untuk jasa yang saya dapatkan?”

Apakah saya diperlakukan secara baik dan sebanding dengan biaya dan usaha yang saya keluarkan?" Pemikiran mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi konsumen pada tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa tersebut.

5) Konsumen lain, keluarga dan rekan kerja

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh orang lain. Sebagai contoh, kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah fenomena yang dinamis dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan. Kemudian, apakah ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan anggota keluarga terhadap perjalanan dipengaruhi oleh cerita yang diceritakan kembali di antara keluarga dan memori mengenai suatu peristiwa.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak akan puas. Selanjutnya apabila konsumen merasa tidak puas biasanya konsumen melakukan tindakan yang berbeda-beda yaitu diam saja dan ada yang protes. tiga kategori protes konsumen terhadap ketidakpuasan yaitu :

1) Respon suara

Meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya.

2) Respon pribadi

Konsumen memperingati/memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan

3) Respon pihak ketiga

Konsumen meminta ganti rugi secara hukum, menyebarluaskan lewat media masa dan mendatangi lembaga konsumen secara langsung dan lain lain.

c. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan, karena dengan pengukuran tersebut dapat memberikan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2005) ada beberapa metode yang dipergunakan perusahaan untuk melakukan serta mengukur kepuasan konsumen yaitu :

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan serta mempermudah konsumennya dalam memberikan saran, keluhan dan pendapat terhadap produknya, untuk itu perusahaan memberikan kotak saran yang biasanya ada ditempat-tempat strategis.

2) Survei kepuasan konsumen

Untuk penelitian tentang kepuasan konsumen, perusahaan menggunakan metode survei melalui pos, wawancara langsung maupun telepon.

Untuk mengukur kepuasan konsumen dengan metode ini biasanya dapat dilakukan melalui :

a) Langsung melaporkan kepuasannya

Pengukuran kepuasan konsumen dapat dilaksanakan secara langsung melalui pertanyaan mengenai produk atau jasa yang sudah dibeli atau dipakai oleh konsumen.

b) Mendapatkan ketidakpuasan

Melakukan pertanyaan dua hal sekaligus yakni seberapa besar harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan seberapa besar kinerja yang telah mereka dapatkan.

c) Analisis masalah

Konsumen yang menjadi responden diharapkan untuk mengatakan dua hal penting yakni masalah yang dihadapi yang berhubungan dengan penawaran dari perusahaan dan saran perbaikan.

d) Analisis kinerja penting

Konsumen diminta untuk membuat rating (daftar urutan) terpenting pada produk atau jasa yang ditawarkan setelah itu pelanggan membuat rating seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing bagian.

3) Belanja siluman

Untuk mendapat gambaran pada metode ini dilakukan dengan memperkerjakan beberapa orang untuk bersikap sebagai pembeli potensial setelah itu melaporkan hasil yang ditemukan tentang kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing dari pengalaman mereka pada saat membeli produk tersebut.

4) Analisis pelanggan yang hilang

Dalam hal ini perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti serta beralih ke perusahaan pesaingnya dengan harapan perusahaan dapat memperoleh informasi dan mengambil kebijakan dalam waktu yang akan datang dengan tujuan dapat meningkatkan dan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Dalam metode pengukuran tingkat kepuasan konsumen erat hubungannya dengan produk atau jasa. Hal ini sangat bermanfaat bagi pimpinan bisnis yakni :

- 1) Pimpinan bisnis dapat mengetahui bagaimana caranya untuk melaksanakan proses bisnis yang dijalankan.
- 2) Pimpinan bisnis setiap saat harus membuat perubahan untuk perbaiki serta pada akhirnya konsumen akan merasa puas terutama pada hal yang dianggap penting oleh konsumen.
- 3) Pimpinan bisnis harus dapat melihat apakah perubahan yang sudah dilakukan akan membuat perbaikan pada masa yang akan datang.

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004 hal. 101) ada beberapa indikator kepuasan konsumen yaitu:

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang terkait, meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk atau jasa.
- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat.

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Tjiptono (2006) pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sehingga Menurut Tjiptono (2007) dapat diartikan pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan /inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen maka pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka pelayanan tersebut dipersepsikan buruk.

Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan konsumen Fandy Tjiptono (2009, hal. 59). Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2004) terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu :

- 1) Pelayanan yang diharapkan
- 2) Pelayanan yang dirasakan

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Nasution (2008, hal. 47) secara garis besar terdapat dua jenis pelayanan yaitu :

- 1) Pelayanan internal yaitu berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia, faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan internal :
 - a) Pola manajemen umum organisasi/perusahaan
 - b) Penyediaan fasilitas pendukung
 - c) Pengembangan sumber daya manusia
 - d) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
 - e) Pola insentif
- 2) Pelayanan eksternal yaitu mengenai pelayanan kepada pelanggan eksternal, kita boleh berpendapat bahwa pelayanan ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain :

- a) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa :
 - 1) Pola pelayanan dan tat cara pembentukan jasa tertentu
 - 2) Pola pelayanan distribusi jasa
 - 3) Pola pelayanan penjualan jasa
 - 4) Pola pelayanan dalam penyampaian jasa
- b) Yang berkaitan dengan penyediaan barang :
 - 1) Pola pelayanan dan pembuatan barang berkualitas atau penyediaan barang berkualitas
 - 2) Pola pelayanan pendistribusian barang
 - 3) Pola pelayanan penjualan barang
 - 4) Pola pelayanan purna jual

c. Indikator Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011) mengatakan bahwa dalam kasus pemasaran jasa, dimensi pelayanan yang sering dijadikan acuan adalah:

- 1) Reabilitas (Kehandalan), yaitu kemampuan memeberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Contohnya dokter mampu mendiagnosis penyakit dengan akurat.
- 2) Responsivitas (Daya tanggap), yaitu keinginan dan kesedian para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap. Contohnya system reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
- 3) Assurance (Asuransi), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat tidak percaya yang dimiliki para karyawan,

bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan. Contohnya mekanik dibengkel yang berpengetahuan dan berpengalaman luas.

- 4) Emphaty (Empati), meliputi kemudahan dalam menjalani hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah penyakit, keluhan dan sejenisnya. Sebelumnya dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.
- 5) Tangibles (Bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. Contohnya fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan dan ruang tunggu yang representative.

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi sipenerima layanan tersebut dan pelayanan yang memberikan kepada konsumen tersebut dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu ataupun kualitasnya pada masa yang akan datang.

3. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan dapat terpenuhi selama berenang dikolam renang. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas ,

kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas yang harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan pengunjung pada kolam renang tersebut.

Fasilitas dalam penelitian ini adalah sarana yang disediakan oleh kolam renang. Pada dasarnya fasilitas ini merupakan faktor yang menentukan pilihan seseorang untuk berenang pada kolam renang tersebut.

Menurut Tjiptono (2009) fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor keputusan pembelian dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas

Menurut Tjiptono (2006) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa

persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimana pelanggan. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut:

1) Sifat dan tujuan organisasi

Sifat atau jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat atau 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 financial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah dan lain-lain.

3) Fleksibilitas

Fleksibel desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa datang.

4) Faktor estesis

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menari akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat.

5) Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6) Biaya kontruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya kontruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangun yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energy ruangan yang berkaitan dengan perubahan suhu.

c. Unsur-unsur Penting Penyediaan Fasilitas

Konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak akan meninggalkan perusahaan dan menjadi konsumen dari pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan pendapatan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam penyediaan fasilitas dalam usaha jasa menurut Tjiptono (2011, hal. 46) yaitu :

- 1) Pertimbangan/perencanaan special yaitu aspek-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 yaitu unsure 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 yaitu berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna barang para pelanggan, yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan, peralatan tulis dan lain-lain.
- 4) Tata cahaya dan warna yaitu 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 yaitu aspek penting dan saling terkait dalam unsure ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu seperti foto, gambar berwarna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi.
- 6) Unsur pendukung yaitu keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

4. Harga

a. Pengertian harga

Pengertian harga dalam penelitian ini kemampuan seseorang untuk mendapatkan suatu produk/barang dengan alat tukar sejumlah uang. Sehingga setiap orang jika melakukan pembelian suatu produk pasti mempunyai pendapat yang berbeda tentang harga. Hal ini dibuat dari kemampuan daya beli seseorang berbeda-beda.

Menurut Fandy Tjiptono & Gregorius Candra (2012, hal. 315) Harga adalah sebagai jumlah uang dan aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Menurut Alma (2007, hal. 169) harga atau price adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dalam uang. Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau satuan moneter atau satuan aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa, Menurut Tjiptono (2014, hal. 193). Harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

b. Peranan Utama Harga

Menurut Tjiptono (2008, hal. 152) Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi atau peranan informasi.

- 1) Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharap berdasarkan daya belinya.
- 2) Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas.

Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan, Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius (2012, hal. 319) yaitu :

- 1) Bagi perekonomian yaitu harga produk mempengaruhi upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regular dasar dalam system perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-

faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal dan kewirausahaan.

- 2) Bagi konsumen yaitu mayoritas konsumen agak sensitive terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi, layanan, nilai dan kualitas). Selain itu persepsi konsumen terhadap kualitas seringkali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus harga jual yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi.
- 3) Bagi perusahaan yaitu dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Singkat kata perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

c. Indikator Harga

Menurut Fure (2013, hal. 273) Indikator harga yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kompetitif harga
- 3) Kesesuaian harga dengan fasilitas
- 4) Kesesuaian harga dengan pelayanan

Menurut Rosvita Dua Lembaga (2010) dari buku Fandy Tjiptono (2008, hal. 151) indikator harga yaitu:

- 1) Manfaat harga
- 2) Perbandingan dengan produk alternative
- 3) Kesesuaian dengan keuangan pribadi

Harga sangat menentukan keputusan pembelian untuk membeli suatu produk barang/jasa apabila harga terlalu tinggi konsumen akan beralih kepada produk lain yang sejenis dengan harga yang lebih murah. Tetapi kadang konsumen menilai suatu produk berkualitas atau tidaknya melalui harganya.

5. Jasa

a. Pengertian Jasa

Dalam ilmu ekonomi jasa atau layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Menurut Kotler (2009, hal. 42) menjelaskan bahwa jasa adalah sesuatu tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang secara fisik tidak berwujud dan tidak memberikan pemilikan sesuatu. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.

Ruang lingkup pemasaran tidak hanya mencakup pada penghasilan produk yang berwujud, tetapi juga produk tidak berwujud seperti jasa. Industri jasa beraneka ragam seperti pada hotel, jasa boga, penyewaan ruangan untuk kantor dan sebagainya. Banyak ahli pemasaran yang mengemukakan definisi jasa, dimana masing-masing berdasarkan

pada sudut pandanganya. Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011, hal. 17) jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Defenisi lainnya dari jasa berorientasi pada aspek proses dan aktivitas dikemukakan oleh Gronross (2000) dalam Tjiptono (2006) bahwa jasa adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas yang biasanya terjadi pada interaksi antara konsumen dan karyawan jasa atau sumber fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen.

b. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2009, hal. 45) menyatakan bahwa terdapat empat karakteristik jasa yang berdampak pada desain pemasaran jasa yaitu:

1) Tidak berwujud

Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa dibeli.

2) Tidak terpisahkan

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, jika seseorang memberikan pelayanan maka penyediaannya merupakan bagian dari jasa.

3) Bervariasi

Karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan, jasa sangat bervariasi.

4) Tidak Tahan Lama

Jasa tidak bisa disimpan, sifat jasa mudah lenyap tidak menjadi masalah bila permintaan tetap.

Menurut Griffin dalam Lupiyoadi (2005) menyatakan karakteristik jasa terdiri dari :

1) Tidak berwujud

Jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

2) Ketidakstabilan

Jasa tidak mengenal persediaan atau menyimpan dari produk yang telah dihasilkan.

3) Penyesuaian

Jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan konsumen, sebagaimana jasa asuransi dan kesehatan.

c. Perilaku Konsumen Jasa

Tujuan utama pemasar adalah melayani dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Menurut Dharmmesta dan Handoko (2008) Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku dari konsumen akhir, individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen tersebut yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa-jasa ekonomis.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat dilihat bahwa perilaku konsumen berkaitan erat dengan proses pengambilan keputusan untuk menggunakan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka. Selama utilitas marjinal yang diperoleh dari pembelian produk masih lebih besar atau sama dengan biaya yang dikorbankan, konsumen akan cenderung membeli produk yang ditawarkan.

6. Kolam Renang

Kolam renang adalah suatu konstruksi buatan yang dirancang untuk diisi dengan air dan digunakan untuk berenang, menyelam atau aktivitas air lainnya. Kolam renang pribadi adalah simbol status bagi pemiliknya, karena membutuhkan banyak tempat dan biaya perawatan yang besar. Kolam renang umum biasanya adalah bagian dari pusat kebugaran jasmani atau taman rekreasi dengan fasilitas-fasilitas lainnya meliputi sauna, lapangan olahraga

(squash, tenis, dll) dan rumah makan/kantin. Untuk menjernihkan dan mendesinfeksi air biasanya digunakan kaporit. (<http://Wikipedia.com>)

Kolam renang adalah satu tempat pemandian yang diperuntukan bagi keperluan umum, untuk keperluan rekreasi dan olahraga renang.

Sedangkan menurut peraturan MenKes RI dan Keputusan Direktur Jend PPM dan PLP tentang persyaratan kesehatan kolam renang dan pemandian umum tahun 1992, kolam renang adalah suatu usaha bagi umum yang menyediakan tempat untuk berenang, berekreasi, berolahraga serta jasa pelayanan lainnya, menggunakan air bersih yang telah diolah.

Renang merupakan salah satu gerakan yang dilakukan didalam air. Berenang dapat dilakukan oleh siapa saja dari berbagai usia dan kalangan masyarakat. Berbagai tujuan dalam berenang yaitu sebagai sarana olahraga, rekreasi ataupun mencari ikan, mutiara atau hewan air lainnya. Olahraga renang untuk perlombaan atau rekreasi dilakukan dikolam renang. Berenang merupakan olahraga yang sangat baik bagi kesehatan tubuh karena hampir semua otot dan persendian bergerak ketika berenang. Olahraga renang dapat dilakukan oleh siapa saja baik putra maupun putri. Berenang membutuhkan beberapa sarana dan prasarana, hal ini untuk menghindari resiko cedera ataupun tenggelam ketika berada dalam air, Seperti pakaian renang, papa pelampung, alat bantu bernafas dan lainnya. Selain itu kolam renang yang baik ialah kolam renang yang disesuaikan sesuai dengan kebutuhannya. Kedalaman maupun dangkalnya suatu kolam renang dapat ditentukan dengan siapa saja pengunjung yang akan berenang ditempat kolam tersebut seperti untuk sarana bermain anak berekreasi kedalamannya pasti disesuaikan. Kolam renang juga

harus memberikan fasilitas yaitu adanya kolam bagi dewasa dan juga nak-anak, menyediakan berbagai sarana bermain anak yaitu perosotan, air mancur dan lainnya.

B. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian-penelitian tedahulu, diantaranya sebagai berikut :

1. Peneliti terdahulu dilakukan oleh Umiyati dan Suyoto dengan judul Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan Minimarket Indomaret dan Alfamart Di Wilayah Dukuhwaluh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan kepuasan konsumen antara minimarket indomaret dan alfamart di wilayah Dukuhwaluh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung 16,210 dengan probabilitas signifikasi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya terdapat perbedaan signifikasi kepuasan konsumen antara minimarket indomaret dan alfamart di wilayah Dukuhwaluh. Kepuasan yang diperoleh konsumen minimarket indomaret berbeda dengan kepuasan yang diperoleh minimarket alfamart.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini keduanya membahas tentang kepuasan konsumen atas pelayanan, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan metode penelitiannya. Peneliti ini menggunakan uji beda antara pengunjung yang memiliki latar belakang berbeda.

2. Penelitian lain yang relavan adalah penelitian yang dilakukan oleh Sartika Moha dan Sjendry Loindong (2016) yang berjudul “Analisis Kualitas

Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. Populasi adalah para tamu yang menginap. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Metode penelitian asosiatif dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen Hotel Yuta sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen seperti memperhatikan kualitas pelayanan yang lebih baik, dan memberikan fasilitas yang terjangkau agar konsumen akan kembali menginap.

Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan metode penelitian dan alat analisis yang digunakan.

3. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hanifiyatun Samhah (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen OOST Kafe Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga merupakan salah satu faktor penting untuk mencapai kepuasan konsumen di Oost kafe, sehingga pengembangan kualitas layanan serta membuat patokan harga yang mampu bersaing merupakan hal yang penting untuk diperhatikan demi mempertahankan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan pada persaingan global. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, namun

pengaruh paling besar berasal dari kualitas layanan dan harga, terbukti oleh penelitian ini melalui media kuesioner yang melibatkan 100 orang dari seluruh jumlah pengunjung yang datang ke Oost kafe pada periode April – agustus 2016, didapat nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,756 artinya bahwa kualitas layanan dan harga mempengaruhi 75,6% kepuasan konsumen bernilai 0,091 dan korelasi harga terhadap kepuasan konsumen bernilai 0,466. Nilai korelasi harga terhadap kepuasan konsumen adalah yang terbesar, sehingga terlebih dahulu disarankan bagi perusahaan untuk menetapkan harga yang menarik dan bersaing kemudian memenuhi aspek-aspek yang dapat meningkatkan kualitas layanan.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan metode penelitian dan alat analisis yang digunakan.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menyusun kerangka konseptual untuk mempermudah dalam menyusun proposal ini. Selain itu dengan adanya kerangka konseptual yang penulis buat, penelitian ini akan lebih mudah dan terarah sehingga akan berkaitan antar satu dengan yang lain. Oleh karena itu peneliti ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dan kolam renang Unimed. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka konseptual seperti yang tersaji dalam gambar tersebut :



Gambar II.1 Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang akan diuji kebenarannya, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Adanya perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode data kuantitatif . Data kuantitatif yaitu data-data yang berwujud angka-angka tertentu, yang dapat dioperasikan secara matematis dengan menganalisis data komparatif yaitu analisis data untuk membandingkan permasalahan suatu objek dengan objek lainnya.

B. Definisi Operasional

Defenisi operasional merupakan suatu petunjuk bagaimana variabel diukur untuk mengetahui baik buruknya suatu penelitian dan juga mempermudah pemahaman dan membahas penelitian nantinya. Defenisi operasional sebagai berikut :

Table III.1
Defenisi Operasional dan Indikator nya

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa , sangat besar	- Kesesuaian harapan - Minat berkunjung kembali - Kesiediaan merekomendasikan

		kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.	
2	Pelayanan	Menurut (Tjiptono, 2006) pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. sehingga dapat diartikan pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).	<p>Tangibles (berwujud)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penampilan petugas dalam melayani - Kenyamanan tempat - Kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan - Penggunaan alat bantu dalam pelayanan <p>Realibility(kehandalan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kecermatan petugas dalam melayani - Memiliki standar pelaynan yang jelas - Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan <p>Responsivess (ketanggapan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Petugas melakukan pelayanan dengan cepat - Semua keluhan direspon oleh petugas <p>Assurance (jaminan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Petugas memberikan jaminan tepat waktu

			<ul style="list-style-type: none"> - Petugas memberikan legalitas - Petugas memberikan jaminan kepastian biaya <p>Emphaty (empati)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mendahulukan kepentingan - Petugas melayani dengan sikap sopan santun - Petugas melayani dan menghargai
3	Fasilitas	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan dapat terpenuhi selama berenang dikolam renang (Sulastiyono, 2006).	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan, kebersihan, kerapian fasilitas - Kondisi dan fungsi fasilitas - Kemudahan menggunakan fasilitas
4	Harga	Harga (price) dapat diartikan sebagai jumlah uang atau satuan moneter atau satuan aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang	<ul style="list-style-type: none"> - Keterjangkauan harga - Kompetitif harga - Kesesuaian harga dengan fasilitas

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Azuar Juliandi, dkk (2015, hal, 51) menyatakan bahwa populasi adalah totalitas dari keseluruhan unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian. Penelitian ini menetapkan target populasi yaitu seluruh konsumen kolam renang yang melakukan kegiatan di kolam renang Deli Medan perharinya rata-rata 80 orang pengunjung dan kolam renang Unimed perharinya rata-rata 100 orang pengunjung.

2. Sampel

Azuar Juliandi, dkk (2015, hal, 51) menyatakan bahwa sampel adalah wakil-wakil dari populasi dari jumlah yang ada dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* yaitu dengan cara mencari objek yang akan diteliti. Objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data sesuai untuk diteliti dan dijadikan sebagai sampel penelitian. Maka penelitian menetapkan sampel sesuai dengan populasi yang dilakukan seleksi/uji. Untuk menentukan sampel penulis menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2002, hal 59) yaitu

dimana rumus Slovin adalah :
$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi pengambilan sampel, misalnya 10% atau 0,01.

Berdasarkan perhitungan Slovin diatas maka, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 44 orang pengunjung pada kolam renang Deli Medan dan 50 orang pengunjung pada kolam renang Unimed.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan secara primer dengan cara wawancara dan angket (Kuesioner).

1. Wawancara adalah dialog langsung antara peneliti dengan responden penelitian. wawancara dapat dilakukan apabila jumlah responden hanya sedikit.
2. Angket (Kuesioner) adalah pertanyaan/ Pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti. Angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyak.

Adapun angket dalam penelitian ini menggunakan skala likert dalam bentuk checklist, yang terdiri dari lima opsi pertanyaan/ pernyataan yaitu :

Tabel III.3
Skala Likert

Pertanyaan/Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Azuar Juliandi, dkk (2015, hal 69)

Untuk mengetahui hasil angket yang valid dan reliabel dilakukan pengujian berikut :

1. Uji Validitas

Untuk menguji apakah instrument yang dipakai cukup layak digunakan sehingga mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukurannya maka dilakukan uji validitas. Menurut Umar (2004) untuk melakukan uji validitas instrument dengan melakukan uji coba pengukur pada sejumlah responden, responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Jumlah responden untuk uji coba disarankan minimal 30 orang, agar distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.

Berikut rumus dasar yang digunakan untuk menguji validitas yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

n = Sample penelitian/Jumlah responden

x = Skor tiap pertanyaan

y = Skor total

Kriteria pengujiannya :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{table}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Berdasarkan tabulasi data (lampiran), maka berikut akan dilakukan pengujian validitas terhadap butir-butir pertanyaan. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan software SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Reabilitas berarti adanya ketepatan data yang didapat dari waktu ke waktu. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Keterangan :

- r = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pernyataan
- $\Sigma \sigma b^2$ = Jumlah varians butir
- $\sigma 1^2$ = Varians Total

Kriteria pengujiannya :

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas yaitu Alpha > 0,6 maka kuesioner dinyatakan reliable.
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas yaitu Alpha < 0,6 maka kuesioner dinyatakan tidak reliable.

F. Teknis Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis komparatif yaitu suatu teknik dengan menggunakan uji rata-rata atau uji beda dengan perlakuan yang tidak sama.

1. Hipotesis :

$H_0 : \mu_A = \mu_B$ (Tidak ada perbedaan rata-rata kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed)

$H_a : \mu_A \neq \mu_B$ (Ada perbedaan rata-rata kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed)

2. Uji statistik yang digunakan adalah uji t :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\bar{X}_A - \bar{X}_B}{\sqrt{\frac{S_A^2}{n_A} + \frac{S_B^2}{n_B}}} \quad \text{atau} \quad t_{\text{hitung}} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{s \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

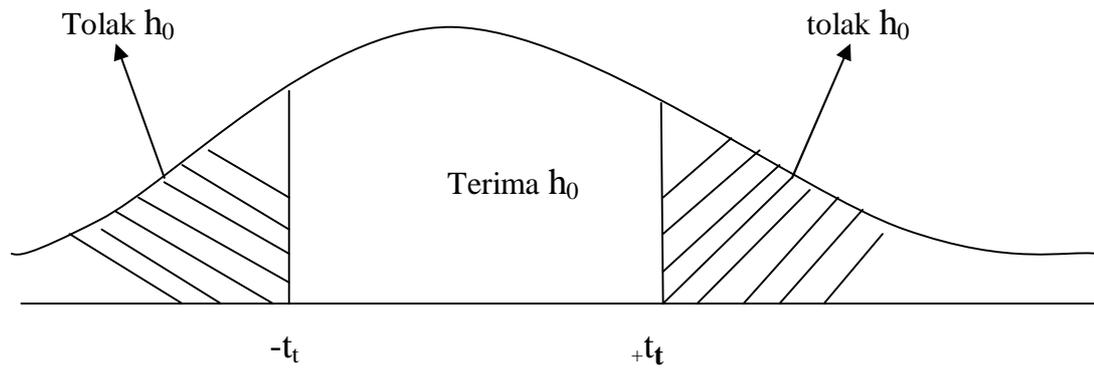
Keterangan :

- \bar{X}_A = rata-rata kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan
- \bar{X}_B = rata-rata kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed
- S_A = standar deviasi kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan
- S_B = standar deviasi di kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed
- n_A = jumlah sampel kolam renang Deli Medan
- n_B = jumlah sampel kolam renang Unimed

Dibandingkan dengan $t_{\text{tabel}} = \pm t (\alpha/2, n_A+n_B-2$ dengan derajat kesalahan $\alpha = 5\%$)

3. Kriteria uji

Terima H_0 , jika $-t_t \leq t \leq \pm t_t$ hal lain tolak h_0 dengan kurva distribusi normal.



Gambar III.1 Data Distribusi Kurva Normal

4. Kesimpulan

Terima atau tolak H_0

Karena penelitian mengelola data dengan menggunakan software maka dikatakan signifikan, jika nilai sig < dari kesalahan $\alpha = 5\%$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Kolam Renang Deli Medan

Kolam renang Deli Medan merupakan salah satu kolam renang tertua di kota Medan yang dimiliki Pemerintah Daerah Tingkat II Medan. Pada tahun 1971 kolam renang Deli Medan mulai dibangun diatas tanah seluas 4.851 m² yang dipergunakan sebagai sarana publik untuk melakukan aktivitas kebugaran meliputi olahraga air: seperti renang, loncat indah, selam dan lainnya khususnya menyangkut renang. Kolam renang Deli Medan terletak di lokasi yang strategis, karena letaknya ditengah kota dan mudah dijangkau transportasi yaitu di jalan Sutomo no. 4 Medan. Pada tahun 1971 sampai dengan tahun 1992, pengelolaan kolam renang Deli Medan dibawah Manajemen Pemerintah Daerah Tingkat II Medan. Pada tahun 1992 sampai dengan sekarang, pengelolaan kolam renang Deli Medan sepenuhnya diserahkan kepada Perusahaan Daerah Pembangunan Kota Medan sebagai sarana untuk mensosialisasikan dan juga memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat khususnya dalam olahraga renang.

Kolam renang Deli Medan memiliki fasilitas dan sarana yang dikelola dengan baik, seperti tersedianya kolam renang untuk anak-anak dan dewasa dengan mutu air yang higienis yang dibuktikan oleh Departemen Kesehatan RI, areal parkir yang cukup memadai, kantin, ruang pemanasan, kamar mandi untuk orang dewasa, dan loker tempat penyimpanan barang-barang dan sebagainya.

Dalam menjalankan strategi pemasaran jasa kolam renang, manajemen kolam renang Deli Medan yaitu Perusahaan Daerah Pembangunan Kota Medan menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah. Selain itu, pemberian stiker-stiker, spanduk juga membantu dalam mempublikasikan kolam renang Deli Medan kepada masyarakat umum.

Visi Misi Kolam Renang Deli Medan

Visi

Menjadi Tempat wisata kolam renang yang berkualitas tinggi yang penuh dengan keindahan alam yang asri dan eksotis yang bertujuan untuk menghibur para konsumen yang memiliki hoby berenang atau hoby berekreasi ke pemandian.

Misi

- a. Mengantarkan konsumen kepada tingkat kepuasan.
- b. Memberikan pelayanan yang bijaksana dan jujur.
- c. Menjunjung tinggi tingkat kebersihan lingkungan.

2. Kolam Renang Unimed

Kolam renang Unimed atau Swimming Club Chain (SCC) Unimed merupakan salah satu fasilitas olahraga yang terkenal, baik di kalangan mahasiswa maupun masyarakat sekitar Medan. Tak heran jika pada akhir pekan atau waktu libur, kolam renang ini selalu dipenuhi pengunjung. Tarif masuk kolam renang Unimed dibedakan atas dua kategori. Mahasiswa Unimed akan dikenakan tarif sebesar Rp2.000, sedangkan pengunjung di luar mahasiswa atau sivitas akademika Unimed dikenakan tarif sebesar Rp22.000 per orangnya. Waktu buka mulai dari 07.30 hingga 19.00 WIB.

Kolam renang Unimed merupakan kolam renang terbesar di Kota Medan. Unimed adalah satu-satunya kampus di Sumatera Utara yang mempunyai kolam renang. Luasnya setara dengan luas kolam renang yang digunakan untuk olimpiade, yakni 50 m x 25 m. Selain menjadi fasilitas umum untuk berenang dan melakukan kegiatan bermain air, kolam renang Unimed juga sering menjadi tempat penyelenggaraan kompetisi renang.

Salah satu kegiatan lomba renang yang sering diadakan setiap tahunnya adalah kejuaraan renang antarpelajar SD, SLTP dan SLTA se-Kota Medan. Kegiatan ini rutin digelar sejak tahun 2010 oleh Amphibi Swimming Club (ASC). ASC merupakan salah satu perkumpulan perenang yang ada di Kota Medan. Berenang bisa menjadi salah satu kegiatan yang kamu andalkan untuk mengobati kebosanan dengan kegiatan di kampus. Apalagi jika kamu adalah salah satu mahasiswa Unimed. Kamu bisa menikmati fasilitas ini sesuka hatimu dengan tarif yang murah.

Visi Misi Kolam Renang Unimed

Visi

- a. Sesuai dengan slogan kami “Swimming Club Chain” kami selalu mengutamakan mutu untuk jaminan pekerjaan konstruksi dan struktur.
- b. Selalu berkembang untuk mewujudkan konstruksi kolam renang yang handal sehingga membuahkan kepercayaan masyarakat.
- c. Pengembangan pembangunan disegala bidang khususnya dalam divisi spesialis kolam renang.

- d. Dikerjakan oleh tenaga ahli yang sudah berpengalaman dibidangnya khususnya kolam renang dengan pertanggungjawaban yang penuh kepada klien.

Misi

- a. Mengerjakan pembangunan yang berorientasi pada desain dan konstruksi kolam renang serta untuk mengembangkan usaha konstruksi lainnya yang telah dikuasai oleh tenaga ahli kami.
- b. Memberikan pengabdian kepada pemerintah maupun swasta dalam dunia pembangunan untuk menyalurkan hoby masyarakat.
- c. Membangun dengan harga yang kompetitif namun tetap mengedepankan mutu dan kualitas.
- d. Merubah pola pikir masyarakat tentang kepemilikan kolam renang adalah suatu yang mahal dan tidak mungkin tercipta.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dideskripsikan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menganalisis data komparatif. Penelitian ini menggunakan instrument dalam bentuk angket sebanyak 40 item pernyataan yang terdiri dari 25 item pernyataan untuk variabel Pelayanan (X_1), 5 item pernyataan untuk variabel Fasilitas (X_2), 5 item pernyataan untuk variabel Harga (X_3) dan 5 item untuk pernyataan variabel Kepuasan Konsumen (Y). angket penelitian ini disebar dan diberikan kepada 94 orang pengunjung kolam renang yang dibagi menjadi 44

orang untuk pengunjung kolam renang Deli Medan dan 50 orang pengunjung untuk kolam renang Unimed.

Hasil data angket penelitian yang disebarakan kemudian diberikan nilai dengan metode *skala likert* dan kemudian ditabulasi, dan diolah dengan menggunakan program SPSS, selanjutnya data penelitian dideskripsikan melalui data primer berupa angket yang telah diuji dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan disimpulkan berdasarkan karakteristik identitas pengguna jasa sesuai tabel berikut :

a. Karakteristik Pengguna Jasa Kolam Renang Deli dan Unimed

Dalam menyebarkan angket yang penulis lakukan terhadap 94 pengguna jasa, tentu memiliki perbedaan karakteristik baik itu secara jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan dari pengguna jasa yang dijadikan sampel dalam penelitian. Data identitas pengguna jasa tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Kolam Renang Deli Medan		Kolam Renang Unimed	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Wanita	15 orang	34	19 orang	38
Laki-Laki	29 orang	66	31 orang	62
Total	44 orang	100	50 orang	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (diolah), 2018

Dari tabel IV.1 menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik data jenis kelamin, mayoritas pengguna jasa pada pengunjung kolam renang Deli Medan dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 29 orang (66%) dan minoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang (34%). Sedangkan pada pengunjung kolam renang Unimed mayoritas berjenis kelamin

laki-laki yaitu sebanyak 31 orang (62%) dan selebihnya berjenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang (38%).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karakteristik identitas pengguna jasa berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini mayoritas pengguna jasa yang menggunakan jasa kolam renang Deli Medan lebih didominasi oleh pengunjung dengan jenis kelamin laki-laki dan untuk pengunjung kolam renang Unimed dalam penelitian ini juga didominasi pada jenis kelamin laki-laki.

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Kolam renang Deli Medan		Kolam Renang Unimed	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
12-30 tahun	35 orang	79	37 orang	74
30 tahun ke atas	9 orang	21	13 orang	26
Total	44orang	100	50 orang	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (diolah), 2018

Dari tabel IV.2 menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik usia pengguna jasa, mayoritas pengguna jasa pada pengunjung kolam renang Deli Medan memiliki usia pada kelompok umur 12-30 tahun sebanyak 35 orang (79%) dan kelompok usia 30 tahun ke atas sebanyak 9 orang (21%) Sedangkan untuk pengunjung kolam renang Unimed mayoritas pengguna jasa memiliki usia pada kelompok umur 12-30 tahun sebanyak 37 orang (74%) dan selebihnya pada kelompok usia 30 tahun ke atas sebanyak 13 orang (26%).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik usia pengguna jasa yang dilakukan dalam penelitian ini, mayoritas pengguna jasa pada pengunjung kolam renang Deli Medan dan kolam renang Unimed

berada pada kelompok usia 12-30 tahun dan diikuti dengan pengguna jasa kelompok usia 30 tahun ke atas.

Tabel IV-3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Kolam Renang Deli Medan		Kolam Renang Unimed	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
SMP-SMA	22 orang	50	14 orang	28
D1-D3-S1	15 orang	34	25 orang	50
Umum	7 orang	16	11 orang	22
Total	44 orang	100	50 orang	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (diolah), 2018

Dari tabel IV.3 menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan pengguna jasa, mayoritas pada pengunjung kolam renang Deli Medan memiliki pendidikan SMP-SMA sebanyak 22 orang (50%), pada tingkat D1-D3-S1 sebanyak 15 orang (34%) dan sisanya pada masyarakat umum sebanyak 7 orang (16%). Sedangkan untuk pengunjung kolam renang Unimed pengguna jasa memiliki tingkat pendidikan SMP-SMA sebanyak 14 orang (28%), pada tingkat D1-D3-S1 sebanyak 25 orang (50%) dan sisanya pada masyarakat umum sebanyak 11 orang (22%).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan pengguna jasa yang dilakukan dalam penelitian ini mayoritas pengguna jasa yang menjadi pengunjung kolam renang Deli Medan dan kolam renang Unimed memiliki tingkat pendidikan pada jenjang SMP-SMA dan D1-D3-S1 dan yang menjadi minoritas adalah masyarakat umum.

b. Pengujian Validitas dan Realibilitas

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas instrumen adalah program computer Statistical Program For Social Science

(SPSS) yang diuji dari validitas dan realibilitas dari 40 daftar pernyataan (Questioner) yang dijawab dan dikembalikan pengguna jasa. Penulis menginput nilai-nilainya untuk bahan pengujian.

Untuk mengetahui kelayakan dan tingkat kepercayaan instrumen dari angket/questioner yang digunakan dalam penelitian ini maka digunakan uji validitas dan realibilitas yaitu untuk penelitian cukup layak digunakan dan dapat dipercaya sehingga mampu menghasilkan data yang akurat dengan tujuan ukurnya.

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu koestioner. Suatu koestioner dikatakan valid jika pernyataan pada koestioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koestioner tersebut. Pengujian validitas tiap butir pernyataan digunakan analisis item yaitu dengan mengkorelasi tiap butir pernyataan dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir pernyataan.

Nilai korelasi item instrumennya akan dibandingkan dengan r_{tabel} dengan kriteria dikatakan valid jika nilai $r \leq r_{tabel}$ dan tidak valid jika $r \geq r_{tabel}$ atau dengan derajat keseluruhan $\alpha = 5\%$.

validitas seluruhnya lebih kecil dari nilai probabilitas Sig 0,05 dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti adanya ketepatan data yang didapat dari waktu ke waktu. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik.

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang
Deli Medan dan Unimed

Variabel	Indikator	Cronbach's Alpha	Hasil
Pengguna Jasa	Pelayanan	0,995	Reliabel
	Fasilitas	1,038	Reliabel
	Harga	0,834	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (data diolah), Tahun 2018.

Berdasarkan table IV.5 di atas tersebut dapat disimpulkan bahwa item indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing. Diketahui nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 sehingga variabel dikatakan reliabel.

c. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel dalam penelitian ini meliputi analisis kepuasan pengguna jasa meliputi pelayanan, fasilitas, harga dan kepuasan konsumen pada kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed. Deskripsi dari pernyataan akan menampilkan opsi jawaban dengan penilaian skala likert yaitu semua pernyataan yang dijawab oleh pengguna jasa mendapatkan bobot nilai.

1) Deskripsi Variabel Pelayanan

Berikut dibawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dari penelitian variabel pelayanan yang dirangkum dan ditabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

Tabel IV.6
Penyajian Data Kepuasan Pelayanan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan

No	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	20	24	55	11	25	0	0	0	0	44	100
2	5	11	29	66	9	20	1	2	0	0	44	100
3	7	16	32	73	4	9	1	2	0	0	44	100
4	7	16	31	70	6	14	0	0	0	0	44	100
5	18	41	22	50	2	5	2	5	0	0	44	100
6	5	11	26	59	9	20	2	5	2	5	44	100
7	6	14	26	59	8	18	4	9	0	0	44	100
8	10	23	22	50	10	23	2	5	0	0	44	100
9	3	7	26	59	13	30	2	5	0	0	44	100
10	16	36	25	57	2	5	1	2	0	0	44	100
11	7	16	17	39	13	30	7	16	0	0	44	100
12	25	57	16	36	3	7	0	0	0	0	44	100
13	10	23	24	55	10	23	0	0	0	0	44	100
14	1	2	31	70	12	27	0	0	0	0	44	100
15	9	20	30	68	5	11	0	0	0	0	44	100
16	4	9	33	75	7	16	0	0	0	0	44	100
17	1	2	31	70	12	27	0	0	0	0	44	100
18	9	20	30	68	5	11	0	0	0	0	44	100
19	15	34	28	64	1	2	0	0	0	0	44	100
20	0	0	32	73	12	27	0	0	0	0	44	100
21	3	7	33	75	8	18	0	0	0	0	44	100
22	6	14	33	75	5	11	0	0	0	0	44	100
23	0	0	32	73	12	27	0	0	0	0	44	100
24	29	66	15	34	0	0	0	0	0	0	44	100
25	11	25	31	70	2	5	0	0	0	0	44	100
26	13	30	27	61	3	7	1	2	0	0	44	100
27	4	9	21	48	16	36	3	7	0	0	44	100

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS diolah (2018)

Berdasarkan tabulasi data jawaban pengguna jasa pada tabel VI.6 diatas dapat diuraian sebagai berikut :

1. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan penampilan petugas kolam renang dalam melayani mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 24 pengguna jasa (55%).

2. Jawaban pengguna jasa tentang kenyamanan tempat yang diberikan petugas, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 29 pengguna jasa (66%).
3. Jawaban pengguna jasa tentang kedisiplinan petugas kolam renang dalam melakukan pelayanan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 32 pengguna jasa (73%).
4. Jawaban pengguna jasa tentang penggunaan alat bantu dalam pelayanan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 31 pengguna jasa (70%).
5. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang selalu menjaga kebersihan kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
6. Jawaban pengguna jasa tentang kecermatan petugas kolam renang dalam melayani, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (59%).
7. Jawaban pengguna jasa tentang memiliki standar pelayanan yang jelas, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (59%).
8. Jawaban pengguna jasa tentang keahlian petugas kolam renang dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (59%).

9. Jawaban pengguna jasa tentang keahlian petugas kolam renang dalam melayani pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
10. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang selalu menjaga kebersihan kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
11. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang cepat tanggap dalam melayani keluhan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
12. Jawaban pengguna jasa tentang semua keluhan pengunjung direspon oleh petugas kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
13. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
14. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang wajib cepat tanggap dengan apa yang dibutuhkan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
15. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas memberikan jaminan tepat waktu, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).

16. Jawaban pengguna jasa tentang petugas memberikan legalitas, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
17. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang memberikan jaminan kepastian biaya, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
18. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
19. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan jaminan yang diberikan kolam renang sesuai yang diharapkan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
20. Jawaban pengguna jasa tentang mendahulukan kepentingan para pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
21. Jawaban pengguna jasa tentang petugas melayani pengunjung dengan sikap sopan santun, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
22. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang selalu menjaga kebersihan kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).

23. Jawaban pengguna jasa tentang petugas melayani dan menghargai pengunjung yang berkunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
24. Jawaban pengguna jasa tentang petugas harus ramah kepada pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
25. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan selalu memberikan saran saat berenang agar tidak terjadi kecelakaan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
26. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan merasa puas menggunakan jasa kolam renang mengenai penampilan petugas dalam melayani dan saya akan berkunjung kembali, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 30 pengguna jasa (60%).
27. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan kenyamanan menggunakan jasa kolam renang dan membuat saya ingin menggunakannya kembali, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 28 pengguna jasa (56%).

Berdasarkan distribusi jawaban pengguna jasa tentang variabel pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa dari dua puluh lima instrument angket yang digunakan dalam penelitian ini yang memperoleh nilai tertinggi yaitu pada item pernyataan ketiga yaitu kedisiplinan petugas kolam renang dalam melakukan pelayanan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 32 pengguna jasa (73%).

Tabel IV.7
Penyajian Data Kepuasan Pelayanan Pengguna Jasa Kolam Renang Unimed

No	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	26	24	48	10	20	1	2	2	4	50	100
2	16	32	26	52	5	10	3	6	0	0	50	100
3	11	22	33	66	3	6	1	2	2	4	50	100
4	9	18	25	50	11	22	3	6	2	4	50	100
5	10	20	24	48	4	8	7	14	5	10	50	100
6	16	32	28	56	3	6	2	4	1	2	50	100
7	6	12	28	56	11	22	5	10	0	0	50	100
8	5	10	27	54	11	22	7	14	0	0	50	100
9	3	6	31	62	11	22	4	8	1	2	50	100
10	18	36	21	42	8	16	3	6	0	0	50	100
11	30	60	16	32	3	6	1	2	0	0	50	100
12	8	16	28	56	10	20	2	4	2	4	50	100
13	8	16	29	58	9	18	4	8	0	0	50	100
14	10	20	27	54	11	22	2	4	0	0	50	100
15	5	10	30	60	13	26	2	4	0	0	50	100
16	17	34	30	60	2	4	1	2	0	0	50	100
17	7	14	22	44	14	28	7	14	0	0	50	100
18	8	16	20	40	10	20	10	20	2	4	50	100
19	4	8	20	40	17	34	8	16	1	2	50	100
20	7	14	23	46	17	34	3	6	0	0	50	100
21	10	20	32	64	7	14	1	2	0	0	50	100
22	21	42	24	48	3	6	2	4	0	0	50	100
23	8	16	37	74	3	6	2	4	0	0	50	100
24	10	20	28	56	10	20	2	4	0	0	50	100
25	20	40	22	44	7	14	1	2	0	0	50	100
26	13	26	30	60	6	12	1	2	0	0	50	100
27	17	34	28	56	3	6	2	4	0	0	50	100

Sumber :Hasil pengolahan data SPSS diolah (2018)

Berdasarkan tabulasi data jawaban pengguna jasa pada tabel IV.7 diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan penampilan petugas kolam renang dalam melayani, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 24 pengguna jasa (55%).

2. Jawaban pengguna jasa tentang kenyamanan tempat yang diberikan petugas, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 29 pengguna jasa (66%).
3. Jawaban pengguna jasa tentang kedisiplinan petugas kolam renang dalam melakukan pelayanan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 32 pengguna jasa (73%).
4. Jawaban pengguna jasa tentang penggunaan alat bantu dalam pelayanan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 31 pengguna jasa (70%).
5. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang selalu menjaga kebersihan kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
6. Jawaban pengguna jasa tentang kecermatan petugas kolam renang dalam melayani, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (59%).
7. Jawaban pengguna jasa tentang memiliki standar pelayanan yang jelas, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (59%).
8. Jawaban pengguna jasa tentang keahlian petugas kolam renang dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (59%).

9. Jawaban pengguna jasa tentang keahlian petugas kolam renang dalam melayani pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
10. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang selalu menjaga kebersihan kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
11. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang cepat tanggap dalam melayani keluhan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
12. Jawaban pengguna jasa tentang semua keluhan pengunjung direspon oleh petugas kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
13. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang menunjukkan kesungguhan dalam melayani keluhan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
14. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang wajib cepat tanggap dengan apa yang dibutuhkan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
15. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas memberikan jaminan tepat waktu, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).

16. Jawaban pengguna jasa tentang petugas memberikan lagalitas, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
17. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang memberikan jaminan kepastian biaya, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
18. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
19. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan jaminan yang diberikan kolam renang sesuai yang diharapkan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
20. Jawaban pengguna jasa tentang mendahulukan kepentingan para pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
21. Jawaban pengguna jasa tentang petugas melayani pengunjung dengan sikap sopan santun, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
22. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan petugas kolam renang selalu menjaga kebersihan kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).

23. Jawaban pengguna jasa tentang petugas melayani dan menghargai pengunjung yang berkunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
24. Jawaban pengguna jasa tentang petugas harus ramah kepada pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
25. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan selalu memberikan saran saat berenang agar tidak terjadi kecelakaan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju masing-masing sebanyak 22 pengguna jasa (50%).
26. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan merasa puas menggunakan jasa kolam renang mengenai penampilan petugas dalam melayani dan saya akan berkunjung kembali, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 30 pengguna jasa (60%).
27. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan kenyamanan menggunakan jasa kolam renang dan membuat saya ingin menggunakannya kembali, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 28 pengguna jasa (56%).

Berdasarkan distribusi jawaban pengguna jasa tentang variabel pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa dari dua puluh lima instrument angket yang digunakan dalam penelitian ini yang memperoleh nilai tertinggi yaitu pada item pernyataan ketiga yaitu kedisiplinan petugas kolam renang dalam melakukan pelayanan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 32 responden (73%).

2) Deskripsi Variabel Fasilitas

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel fasilitas yang dirangkum dalam table frekuensi adalah sebagai berikut :

Tabel IV.8
Penyajian Data Kepuasan Fasilitas Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan

No	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	30	27	61	3	7	1	2	0	0	44	100
2	4	9	21	48	16	36	3	7	0	0	44	100
3	6	14	17	39	10	23	9	20	2	5	44	100
4	1	2	21	48	15	34	7	16	0	0	44	100
5	10	23	18	41	14	32	2	5	0	0	44	100
6	6	14	17	39	10	23	9	20	2	5	44	100
7	10	23	18	41	14	32	2	5	0	0	44	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (diolah) 2018

Berdasarkan tabulasi data jawaban pengguna jasa pada tabel VI.8 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas kolam renang yang bagus, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 27 pengguna jasa (61%).
2. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan kondisi dan fungsi fasilitas yang bermanfaat, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 21 pengguna jasa (48%).
3. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan memberikan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 17 pengguna jasa (39%).
4. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan fasilitas yang diberikan tidak membahayakan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 21 pengguna jasa (48%).

5. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan merasa puas menggunakan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab sangat puas dan puas masing-masing sebanyak 18 pengguna jasa (41%).
6. Jawaban konsumen tentang kenyamanan menggunakan fasilitas yang diberikan, mayoritas konsumen menjawab sangat puas 6 orang dan puas sebanyak 17 orang (39%).
7. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan merasa puas disaat yang dibutuhkan terpenuhi, mayoritas pengguna jasa menjawab sangat puas 10 orang dan puas 18 orang (41%).

Berdasarkan distribusi jawaban pengguna jasa tentang variabel fasilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa dari lima instrument angket yang digunakan dalam penelitian ini yang memperoleh nilai tertinggi yaitu pada item pernyataan pertama yaitu kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas kolam renang yang bagus, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 27 pengguna jasa (61%).

Tabel IV.9
Penyajian Data Kepuasan Fasilitas Pengguna Jasa Kolam Renang Unimed

No	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	26	30	60	6	12	1	2	0	0	50	100
2	17	34	28	56	3	6	2	4	0	0	50	100
3	8	16	37	74	3	6	2	4	0	0	50	100
4	7	14	31	62	10	20	2	4	0	0	50	100
5	26	52	18	36	6	12	0	0	0	0	50	100
6	8	16	37	74	3	6	2	4	0	0	50	100
7	26	52	18	36	6	12	0	0	0	0	50	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (diolah) 2018

Berdasarkan tabulasi data jawaban pengguna jasa pada tabel VI.9 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas kolam renang yang bagus, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 30 pengguna jasa (60%).
2. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan kondisi dan fungsi fasilitas yang bermanfaat, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 28 pengguna jasa (56%).
3. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan memberikan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 37 pengguna jasa (74%).
4. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan fasilitas yang diberikan tidak membahayakan pengunjung, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 31 pengguna jasa (62%).
5. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan merasa puas menggunakan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab sangat setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (52%).
6. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan kepuasan kondisi dan fasilitas yang saya dapat dari jasa kolam renang membuat saya bersedia merekomendasikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 37 pengguna jasa (74%).
7. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan saya merasa puas disaat semua yang saya butuhkan terpenuhi, mayoritas pengguna jasa

menjawab sangat setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (52%).

Berdasarkan distribusi jawaban pengguna jasa tentang variabel fasilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa dari lima instrument angket yang digunakan dalam penelitian ini yang memperoleh nilai tertinggi yaitu pada item pernyataan ketiga yaitu memberikan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 37 pengguna jasa (74%).

3) Deskripsi Variabel Harga

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel harga yang dirangkum dalam tabel frekuensi adalah sebagai berikut :

Tabel IV.10
Penyajian Data Kepuasan Harga Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan

No	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	30	27	61	3	7	1	2	0	0	44	100
2	4	9	21	48	16	36	3	7	0	0	44	100
3	6	14	17	39	10	23	9	20	2	5	44	100
4	1	2	21	48	15	34	7	16	0	0	44	100
5	10	23	18	41	14	32	2	5	0	0	44	100
6	1	2	21	48	15	34	7	16	0	0	44	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (diolah), 2018

Berdasarkan tabulasi data jawaban pengguna jasa pada tabel VI.10 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk kolam renang yang murah atau harga yang terjangkau, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 27 pengguna jasa (61%).

2. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk sesuai dengan pelayanan yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 21 pengguna jasa (48%).
3. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 17 pengguna jasa (39%).
4. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk kolam renang yang ditawarkan kompetitif dengan harga tiket masuk kolam renang lainnya, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 21 pengguna jasa (48%).
5. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk sesuai dengan manfaat yang didapatkan pada kolam renang, mayoritas pengguna jasa menjawab sangat puas dan puas masing-masing sebanyak 18 pengguna jasa (41%).
6. Jawaban konsumen tentang kepuasan harga tiket masuk yang murah, mayoritas konsumen menjawab sangat puas 1 orang dan puas sebanyak 21 orang (48%).

Berdasarkan distribusi jawaban pengguna jasa tentang variabel harga di atas, dapat disimpulkan bahwa dari lima instrument angket yang digunakan dalam penelitian ini yang memperoleh nilai tertinggi yaitu pada item pernyataan pertama yaitu harga tiket masuk kolam renang yang murah atau harga yang terjangkau, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 27 pengguna jasa (61%).

Tabel IV.11
Penyajian Data Kepuasan Harga Pengguna Jasa Kolam Renang Unimed

No	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	26	30	60	6	12	1	2	0	0	50	100
2	17	34	28	56	3	6	2	4	0	0	50	100
3	8	16	37	74	3	6	2	4	0	0	50	100
4	7	14	31	62	10	20	2	4	0	0	50	100
5	26	52	18	36	6	12	0	0	0	0	50	100
6	7	14	31	62	10	20	2	4	0	0	50	100

Berdasarkan tabulasi data jawaban pengguna jasa pada tabel VI.11 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk kolam renang yang murah atau harga yang terjangkau, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 30 pengguna jasa (60%).
2. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk sesuai dengan pelayanan yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 28 pengguna jasa (56%).
3. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 37 pengguna jasa (74%).
4. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk kolam renang yang ditawarkan kompetitif dengan harga tiket masuk kolam renang lainnya, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 31 pengguna jasa (62%).
5. Jawaban pengguna jasa tentang pernyataan harga tiket masuk sesuai dengan manfaat yang didapatkan pada kolam renang, mayoritas

pengguna jasa menjawab sangat setuju masing-masing sebanyak 26 pengguna jasa (52%).

6. Jawaban pengguna jasa tentang harga tiket masuk yang murah, membuat saya akan tetap menggunakan jasa kolam renang dan tidak berpindah ke jasa yang lainnya, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 31 pengguna jasa (62%).

Berdasarkan distribusi jawaban pengguna jasa tentang variabel harga di atas, dapat disimpulkan bahwa dari lima instrument angket yang digunakan dalam penelitian ini yang memperoleh nilai tertinggi yaitu pada item pernyataan ketiga yaitu harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan, mayoritas pengguna jasa menjawab setuju sebanyak 37 pengguna jasa (74%).

2. Analisis Komparatif Data Penelitian

Analisis komperatif data dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data yang berasal dari data-data yang telah dideskripsikan dari data sebelumnya berdasarkan istrumen penelitian yang sudah divalidkan dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Data yang dianalisis dimulai dari asumsi-asumsi yang digunakan untuk suatu statistik tertentu dengan melakukan pengujian hipotesis untuk pengambilan kesimpulan, yang dirangkum dalam uji data pada tabel di bawah ini :

Tabel IV.12
Data Uji Komparatif (T-Tes) Variabel Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan dengan Kolam Renang Unimed

Group Statistics					
Kepuasan	Pengguna jasa	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kolam Deli Medan	1,00	44	48,4091	5,25763	,79262
Kolam Unimed	2,00	50	42,7600	4,38718	,62044

Berdasarkan data tabel IV.12 tabel *Group Statistics* bertujuan memaparkan nilai-nilai statistik deskriptif untuk variabel kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed, menunjukkan bahwa nilai rata-rata yang dihasilkan dari variabel kepuasan pengguna kolam renang Deli Medan dengan nilai rata-rata sebesar 48,40 dengan standar deviasi sebesar 5,25 sedangkan untuk pengguna jasa kolam renang Unimed dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 42,76 dan standar deviasi sebesar 4,38. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan memiliki perbedaan dengan nilai mean lebih tinggi bila dibandingkan dengan kelompok kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed dengan selisih nilai rata-rata sebesar 5,65 sehingga dengan demikian H_0 dalam penelitian ini ditolak dan H_a diterima yang memiliki arti bahwa Ada perbedaan rata-rata kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed.

Selanjutnya untuk mengetahui nilai komparatif dari kepuasam pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed dapat dilihat dari hasil pengujian independent sample test dapat pada tabel di bawah ini :

Tabel IV.13

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Kolam Deli Medan	1,145	,287	5,677	92	,000	5,64909	,99501	3,67292	7,62527
Kolam Unimed			5,612	84,123	,000	5,64909	1,00657	3,64745	7,65073

Berdasarkan data tabel di atas, dengan demikian diuraikan pengujian sebagai berikut :

1. Hipotesis :

$H_0 : \mu_A = \mu_B$ (Tidak ada perbedaan rata-rata kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed)

$H_a : \mu_A \neq \mu_B$ (Ada perbedaan rata-rata kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam Renang Unimed)

2. Uji Statistik :

$$t_{hitung} = \frac{\bar{X}_A - \bar{X}_B}{\sqrt{\frac{S_A^2}{N_A} + \frac{S_B^2}{N_B}}}$$

$$t_{hitung} = \frac{48,40 - 42,76}{\sqrt{\frac{5,25763}{44} + \frac{4,38718}{50}}}$$

$$t_{hitung} = 5,677$$

dengan ketentuan $t_{tabel} \pm (df) n-2$ atau $94-2 = 92$

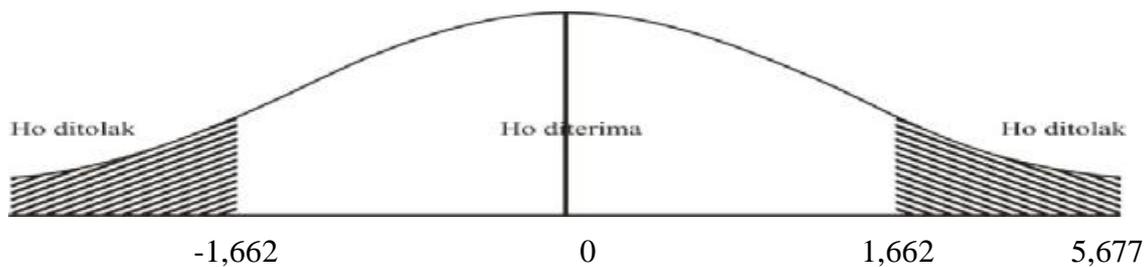
$$t_{tabel} = 1,662$$

3. Kriteria uji :

Terima H_0 apabila : $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq + t_{tabel}$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : $-1,662 < 5,677 > 1,662$

Hasil kriteria pengujian hipotesis di atas ternyata tidak sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, dengan demikian maka H_0 ditolak. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat dalam kurva distribusi normal sebagai berikut :



Gambar IV.1
Distribusi Kurva Normal T

Dikatakan signifikan jika nilai perolehan $\text{sig } 0,000 < \alpha = 0,05$ atau dengan persentase $0,0\% < \alpha = 5\%$ maka dapat dikategorikan signifikan.

4. Kesimpulan

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yaitu terdapat perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed.

C. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan dijabarkan melalui hipotesis dari penelitian berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut :

Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Kolam Renang Deli Medan dengan Kolam Renang Unimed

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil yang dipikirkan terhadap yang diharapkan. Sebenarnya perasaan muncul ketika kita membandingkan antara yang kita harapkan dengan yang kita rasakan. Jadi, kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Jika yang dirasakan sama atau lebih dari yang diharapkan, konsumen kita katakan puas. Jika yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen kita mengatakan tidak puas. Pada dasarnya kepuasan konsumen inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran.

Pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sehingga dapat diartikan pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan dapat terpenuhi selama berenang dikolam renang. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas , kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas yang harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Harga atau price adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dalam uang. Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau satuan moneter atau satuan aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed dengan perolehan nilai T_{hitung} (*Equal Variance Assumed*) adalah 5,677, selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan nilai T_{tabel} . Karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,677 > 1,662$) dan nilai signifikansi $< 5\%$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed.

Perbedaan terdapat pada kolam renang yaitu mengenai pelayanan, fasilitas dan harga. Pada kolam renang Deli Medan pelayanan yang diberikan

kurang ramah tamah dalam melayani pengunjung, fasilitas yang diberikan kurang memadai seperti kamar mandi yang kotor, tidak lengkapnya fasilitas dalam kamar mandi dan harga yang terjangkau atau murah membuat para pengunjung berminat untuk berkunjung kekolam renang tersebut. Sedangkan kolam renang Unimed pelayanan yang diberikan sangat bagus sesuai dengan keinginan, fasilitas yang diberikan tidak jauh beda dengan kolam renang Deli Medan hanya saja lebih memadai kolam renang Unimed dan harga juga masih terjangkau, jadi tidak memberatkan para pengunjung yang ingin berenang dikolam renang tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umiyati dan Suyoto dengan judul Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan Minimarket Indomaret dan Alfamart Di Wilayah Dukuhwaluh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan kepuasan konsumen antara minimarket indomaret dan alfamart di wilayah Dukuhwaluh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung 16,210 dengan probabilitas signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya terdapat perbedaan signifikansi kepuasan konsumen antara minimarket indomaret dan alfamart di wilayah Dukuhwaluh. Kepuasan yang diperoleh konsumen minimarket indomaret berbeda dengan kepuasan yang diperoleh minimarket alfamart.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini keduanya membahas tentang kepuasan konsumen atas pelayanan, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan metode penelitiannya. Peneliti ini menggunakan uji beda antara pengunjung yang memiliki latar belakang berbeda.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kolam renang Unimed dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan kepuasan pengguna jasa kolam renang Deli Medan dengan kepuasan pengguna jasa kolam renang Unimed dengan peroleh nilai sig $0,000 < \alpha = 0,05$ atau dengan persentase $0,0\% < \alpha = 5\%$.
2. Kepuasan pengguna jasa masalah pelayanan kolam renang Deli Medan mengenai kedisiplinan petugas kolam renang dalam melakukan pelayanan sedangkan kolam renang Unimed sama juga kedisiplinan petugas kolam renang dalam melakukan pelayanan.
3. Kepuasan pengguna jasa masalah fasilitas mengenai kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas kolam renang yang bagus sedangkan kolam renang Unimed memberi kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang diberikan.
4. Kepuasan pengguna jasa masalah harga mengenai harga tiket masuk kolam renang yang murah atau harga yang terjangkau sedangkan kolam renang Unimed harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa kolam renang dapat diberikan saran sebagai berikut :

Kolam Renang Deli Medan

1. Seharusnya penyedia kolam renang lebih meningkatkan pelayanan untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen.
2. Fasilitas yang ada di kolam renang sebaiknya lebih ditingkatkan agar konsumen tercukupin dalam penggunaan fasilitas yang ada di kolam renang.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak dengan karakteristik yang lebih beragam dari berbagai sector sehingga hasilnya lebih baik lagi.

Kolam Renang Deli Medan

1. Fasilitas yang ada di kolam renang sebaiknya lebih ditingkatkan agar konsumen tercukupin dalam penggunaan fasilitas yang ada di kolam renang.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak dengan karakteristik yang lebih beragam dari berbagai sector sehingga hasilnya lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffudin Sonang Sitohang. 2016. *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan*.
- Azuar Juliandi dkk. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Umsu Press. Medan.
- Dian Hadian. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. STIE Cipasung Tasikmalaya.
- Dharmmesta dan Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Edisi Ketujuh*, Semarang : Badan Penerbit Universitas DiPonegoro. Tim Penyusun (2009), *Pedoman Penulisan Skripsi*, Medan, FEB-UMSU.
- Edy Hryanto. 2013. *Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Pemasaran Strategik*. Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik, Edisi kedua*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Farida Jasfar. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Indeks: Jakarta.
- Rinda Widijayanti dan Setiyo Budiadi. *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kolam Renang Obyek Wisata Pacet Mini Park*. Universitas Negeri Surabaya.
- Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wahyu Kartika Aji. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada pasien klinik As Syifa di Kab Bekasi)*.
- Yunus Budiyanto. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Diri

Nama : Irma Yatika
Tempat/Tanggal Lahir : Blok Songo, 20 Maret 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Dusun Sumberjo Pasar 1
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Gunawan
Nama Ibu : Suheti

Pendidikan Terakhir

1. Yayasan Prasiddha Warga Raga Mas Taman Kanak-Kanak Swasta PT. Asia Forestama Raya Kota Pinang, Labuhan Batu Sumatera Utara.
2. SD Negeri 117877 Dusun Sumberjo Pasar 1, Desa Asam Jawa, Kecamatan Torgamba, Labuhan Batu Sumatera Utara.
3. SMP Negeri 1 Torgamba, Labuhan Batu Sumatera Utara.
4. SMA Swasta Panglima Polem RantauPrapat, Labuhan Batu Sumatera Utara.
5. Terdaftar sebagai Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Medan, Maret 2018

Penulis

Irma Yatika