

ABSTRAK

Perkembangan zaman akibat masuknya teknologi semakin memberikan kemudahan beraktifitas. Kemudahan segala sesuatu menjadi semakin cepat sehingga orang memiliki lebih banyak waktu. Sehingga menjadikan seluruh bisnis ini berevolusi karena digital untuk saat ini semakin pasarnya secara lebih cepat dan dekat. Hal ini juga terjadi dalam bisnis futsal yang terdapat di daerah Jember yakni Zona Futsal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data melalui pembagian kuesioner. Analisis yang digunakan yakni analisis data instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t) serta analisis koefisien determinasi. Hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa bukti fisik (0,2229), keandalan (0,219), jaminan (0,528) empati (0,277) dan daya tanggap (0,220) yang artinya semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa bukti fisik (0,000), keandalan (0,044), jaminan (0,000) empati (0,029) dan daya tanggap (0,034) artinya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : bukti fisik, keandalan, jaminan, empati, daya tanggap, kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The development of the era due to the influx of technology increasingly provides ease of activity. The ease of things is getting faster so people have more time. So that makes this whole business evolved because digital for now semkain market faster and closer. This is also the case in the futsal business in jember area, namely Zona Futsal. This study aims to find out the effect of quality of service on customer satisfaction. Samples used in this study as many as 100 respondents with purposive sampling method with data collection techniques through the distribution of questionnaires. The analysis used is instrument data analysis (validity test and reliability test), classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroskedastisity test,), multiple linear regression analysis, hypothesis test (t test) and coefficient of determination analysis. The result of multiple linear regression analysis is known that physical evidence (0.2229), reliability (0.219), assurance (0.528) empathy (0.277) and responsiveness (0.220) which means that all service quality variables have a positive effect on consumer satisfaction. Based on the results of the t test it is known that physical evidence (0.000), reliability (0.044), guarantee (0.000) empathy (0.029) and responsiveness (0.034) mean that it partially affects consumer satisfaction. So it can be concluded that physical evidence, reliability, assurance, empathy and responsiveness have a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords : *tangible, reliability, assurance, empathy, responsiveness, consumer satisfaction*