

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN FASILITAS DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENYEWA LAPANGAN DI  
SONIC BASKETBALL ACADEMY SAMARINDA**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, FACILITIES, AND PRICE  
ON CONSUMER DECISIONS TO RENT COURTS AT SONIC  
BASKETBALL ACADEMY SAMARINDA***

Oleh

Lie Imanuel

*Sonic Basketball Academy Samarinda*

Jalan Kartini No. 24–26, Samarinda

[lieimmanuel.lm@gmail.com](mailto:lieimmanuel.lm@gmail.com)

**Abstract**

Lie Imanuel, The Influence of Service Quality, Facilities, and Price on Consumer Decisions to Rent Courts at Sonic Basketball Academy Samarinda (Under the guidance of Marten Apuy and Marthinus Pasangka). The sample in this study consisted of 53 respondents, consisting of consumers who rent courts at Sonic Basketball Academy Samarinda. Data collection methods included observation, interviews, questionnaires, and documentation. The analytical tools used in this study were multiple linear regression analysis models, partial correlation coefficients, multiple correlation coefficients, coefficients of determination, and hypothesis testing using the t-test and F-test processed using the IBM SPSS version 25 program.

From the t-test results that Service Quality has a partial effect on Consumer Decisions to Rent a Court at Sonic Basketball Academy Samarinda. The Facilities have a partial effect on Consumer Decisions to Rent a Court at Sonic Basketball Academy Samarinda. And the Facilities have a partial effect on Consumer Decisions to Rent a Field at Sonic Basketball Academy Samarinda. From the results of the F test that Service Quality, Facilities and Price have a simultaneous effect on Consumer Decisions to Rent a Field at Sonic Basketball Academy Samarinda.

**Keywords :** *Service Quality, Facilities, Price, and Consumer Decisions to Rent a Field.*

**Abstrak**

Lie Imanuel, Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di Sonic Basketball Academy Samarinda (Di bawah bimbingan Marten Apuy dan Marthinus Pasangka). Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di Sonic Basketball Academy Samarinda?”. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 53 responden yang terdiri dari konsumen yang menyewa lapangan di Sonic Basketball Academy Samarinda. Metode pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi parsial, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, dan pengujian Hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F yang diolah menggunakan program IBM SPSS versi 25.

Dari hasil uji t Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di Sonic Basketball Academy Samarinda. Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di Sonic Basketball Academy Samarinda. Dan variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di Sonic Basketball Academy Samarinda. Dari hasil uji F variabel Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di Sonic Basketball Academy Samarinda.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, dan Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan.

## **1. PENDAHULUAN**

Olahraga bola basket saat ini menjadi salah satu olahraga yang sangat populer dan digemari oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua, baik laki-laki maupun perempuan. Bola basket merupakan olahraga beregu yang dimainkan oleh dua tim, masing-masing terdiri dari lima orang, dengan tujuan mencetak poin melalui memasukkan bola ke dalam keranjang lawan. Permainan ini dapat dilakukan di lapangan terbuka maupun tertutup, meskipun pertandingan profesional umumnya dilaksanakan di dalam ruangan. Selain itu, ukuran lapangan basket relatif tidak terlalu besar dibandingkan olahraga lain seperti sepak bola, sehingga lebih praktis untuk dimainkan. Popularitas bola basket tidak hanya terbatas di Amerika Serikat, tetapi juga berkembang di berbagai negara lain seperti Amerika Selatan, Eropa, Lithuania, dan Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya kompetisi bola basket yang diselenggarakan setiap tahun, seperti NBA, BBL, dan IBL. Tingginya minat masyarakat terhadap olahraga basket turut mendorong berkembangnya bisnis penyewaan lapangan basket. Kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga serta daya tarik permainan basket menjadikan peluang usaha ini semakin diminati.

Dalam bisnis penyewaan lapangan basket, konsumen mengharapkan fasilitas yang lengkap dan memadai, seperti kualitas lapangan yang baik, kenyamanan tempat, ketersediaan bola, Wi-Fi, toilet, serta layanan yang profesional. Namun, pada kenyataannya masih banyak penyedia jasa yang belum mampu memenuhi harapan konsumen, baik dari segi fasilitas maupun kualitas layanan, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, pemberian layanan yang berkualitas menjadi faktor penting agar konsumen merasa nyaman dan tidak beralih ke penyedia jasa lain. Selain kualitas layanan dan fasilitas, faktor harga yang terjangkau juga menjadi daya tarik utama bagi konsumen.

Sonic Basketball Academy Samarinda merupakan salah satu penyedia jasa sewa lapangan basket yang berlokasi di Jalan Kartini No. 24–26, Samarinda. Tempat ini tidak hanya menyediakan lapangan basket, tetapi juga fasilitas pendukung seperti kantin, area yang luas, serta program akademi basket. Kehadiran basket academy bertujuan untuk membantu masyarakat yang ingin belajar dan mengembangkan kemampuan bermain bola basket, sehingga dapat bermain dengan lebih mudah dan terarah.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah kualitas layanan, fasilitas, dan harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan di *Sonic Basketball Academy Samarinda*?. Serta tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisa kualitas layanan, fasilitas, dan harga yang mempengaruhi keputusan konsumen menyewa lapangan di *Sonic Basketball Academy Samarinda*.

## **2. TINJAUAN TEORITIS**

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Philip Kotler, dalam Ramli dan Hardianti (2023:93) bahwa “Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol yang disusun untuk sesuai dengan tujuan dan visi perusahaan”.

Menurut Swastha, dalam Pebi et al. (2023:6) bahwa “Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan perusahaan.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Lovelock, dalam Muspiha (2023:11) bahwa “Kualitas layanan adalah hasil dari evaluasi dimana pelanggan membandingkan evaluasi mereka terhadap layanan dan hasilnya dengan apa yang mereka bayangkan”. Sedangkan menurut Hardiansyah, dalam Muspiha (2023:11) bahwa “Kualitas layanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik dari itu berapa barang jasa dari satu kepada pihak lain”.

## Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan. Menurut Kotler, dalam Suwito (2022:25) bahwa “Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen”.

## Harga

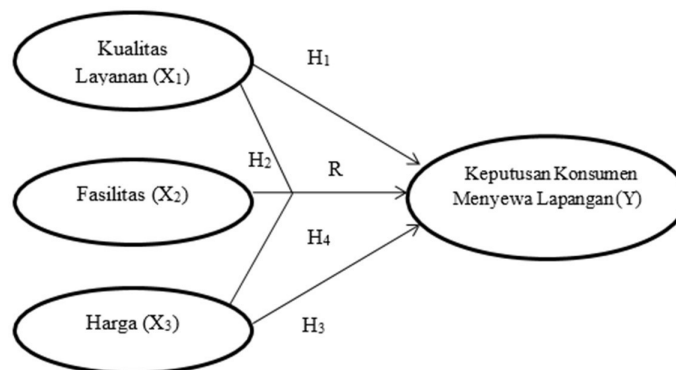
Menurut Alfred Marshall, dalam Musfirah Majid dan Herna Rizaldi (2024:93) pengertian “Harga merupakan titik keseimbangan antara utilitas (kepuasan) yang diberikan oleh barang atau jasa kepada konsumen dan biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen”. Harga adalah nilai yang tercermin dari hasil interaksi yang kompleks antara berbagai faktor ekonomi, seperti permintaan, penawaran, biaya produksi, kondisi pasar, dan variabel lainnya. Harga memegang peran utama dalam proses alokasi sumber daya, mengirimkan sinyal ekonomi, serta membentuk perilaku konsumen dan produsen dalam konteks ekonomi yang selalu berubah.

## Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan

Menurut Indrasari (2019:70) “Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual”. Sedangkan menurut Peter dan Olson, dalam Indrasari (2019:70) “Keputusan Pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya”.

## Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian definisi dari variabel-variabel di atas, maka dapat dibentuk suatu kerangka pemikiran dari penelitian ini, berikut disajikan bagan dari kerangka pemikiran tersebut :



Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran

## Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas layanan diduga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan di Sonic Basketball Academy Samarinda.

H2: Fasilitas diduga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan di Sonic Basketball Academy Samarinda.

H3: Harga diduga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan di Sonic Basketball Academy Samarinda.

H4: Kualitas layanan dan fasilitas diduga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa lapangan di Sonic Basketball Academy Samarinda.

### 3. METODE PENELITIAN

#### Populasi

Populasi yang peneliti tetapkan adalah konsumen menyewa lapangan di *Sonic Basketball Academy* Samarinda dari tanggal 1 April 2025 sampai dengan 30 Juni 2025, yaitu sebanyak 114 orang.

#### Sampel

Teknik pengambilan sampel akan peneliti gunakan dengan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin, karena pendekatan rumus Slovin dinilai mudah dan praktis dalam penggunaannya. Berdasarkan Rumus Slovin, peneliti mendapatkan 53 responden.

#### Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Menurut Hery (2018:75), Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana bukti-bukti empirik dan rasional teoritis mendukung ketepatan dan tindakan berdasar skor instrumen tes atau instrumen yang lain.

##### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2020:66), Uji reliabilitas adalah salah satu cara mengukur sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator dari sebuah peubah ataupun konstruk. Metode pengujian reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach digunakan untuk menentukan data reliabel atau tidak. Apabila nilai alpha lebih dari 0,6 maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

#### Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan syarat statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier ganda dengan basis OLS atau *Ordinary Least Square*. Untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti memiliki kualitas yang baik, perlu dilakukan uji asumsi klasik. Jika data yang telah dikumpulkan tersebut sudah memenuhi seluruh kriteria asumsi klasik, maka data dapat digolongkan dalam kategori data yang baik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas residual, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas.

#### Alat Analisis

Alat Analisis yang peneliti gunakan dalam menganalisis data meliputi Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Parsial dan Berganda, serta Analisis Koefisien Determinasi.

#### Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis yang peneliti gunakan dalam menganalisis data meliputi Uji t (Uji parsial) dan Uji F (Uji Simultan).

##### a. Uji T (Uji Parsial)

Menurut Sujarweni (2015:161) Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

##### b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Sujarweni (2015:162) Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Instrumen Penelitian

## Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel         | r hitung | r tabel | Sig   | Kesimpulan |
|------------------|----------|---------|-------|------------|
| X <sub>1.1</sub> | 0.713    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>1.2</sub> | 0.675    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>1.3</sub> | 0.713    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>1.4</sub> | 0.675    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>1.5</sub> | 0.673    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>2.1</sub> | 0.631    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>2.2</sub> | 0.598    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>2.3</sub> | 0.599    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>2.4</sub> | 0.456    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>3.1</sub> | 0.565    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>3.2</sub> | 0.737    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>3.3</sub> | 0.393    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| X <sub>3.4</sub> | 0.468    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| Y1               | 0.637    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| Y2               | 0.713    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| Y3               | 0.675    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| Y4               | 0.682    | 0.276   | 0.000 | Valid      |
| Y5               | 0.372    | 0.276   | 0.000 | Valid      |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner oleh Peneliti, 2025.

Berdasarkan Tabel 1 diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai r hitung untuk seluruh item pertanyaan untuk ketiga variabel dalam penelitian ini, lebih besar dari r tabel yang ditetapkan, yaitu 0,276.

## Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                                | Nilai Reliabilitas (Cronbach's Alpha) | Kriteria | Kesimpulan |
|-----------------------------------------|---------------------------------------|----------|------------|
| Kualitas Layanan (X1)                   | 0,750                                 | 0,60     | Reliabel   |
| Fasilitas (X2)                          | 0,708                                 | 0,60     | Reliabel   |
| Harga (X3)                              | 0,629                                 | 0,60     | Reliabel   |
| Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan (Y) | 0,682                                 | 0,60     | Reliabel   |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner oleh Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2 diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk ketiga variabel dalam penelitian ini, lebih besar dari kriteria yang ditetapkan, yakni 0,60. Hal ini sesuai dengan kriteria dimana nilai *r Alpha* positif dan *r Alpha* > r tabel maka butir atau variabel tersebut reliabel dengan taraf signifikan 5%.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel variabel penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Berdasarkan gambar plot terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                       |                         |       |
|---------------------------|-----------------------|-------------------------|-------|
| Model                     |                       | Collinearity Statistics |       |
|                           |                       | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | Kualitas Layanan (X1) | 0,561                   | 1,781 |
|                           | Fasilitas (X2)        | 0,532                   | 1,881 |
|                           | Harga (X3)            | 0,638                   | 1,567 |

Berdasarkan Tabel 3 diatas, didapatkan nilai *Tolerance* untuk ketiga variabel memiliki nilai VIF < nilai 10, maka kesimpulan yang diambil tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,106 + 0,721X_1 + 0,271X_2 + 0,304X_3$$

### Pengujian Hipotesis

#### Uji T ( Uji Parsial)

Berikut diuraikan hasil dari metode Uji t pada Tabel 4. sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji t

| Coefficients <sup>a</sup> |                         |                             |            |                           |              |       |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------------|-------|
| Model                     |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T            | Sig.  |
|                           |                         | B                           | Std. Error | Beta                      |              |       |
| 1                         | (Constant)              | 3,106                       | 1,644      |                           | 1,890        | 0,065 |
|                           | <b>Kualitas Layanan</b> | 0,721                       | 0,098      | 0,675                     | <b>7,366</b> | 0,000 |
|                           | <b>Fasilitas</b>        | 0,271                       | 0,094      | 0,266                     | <b>2,900</b> | 0,006 |
|                           | <b>Harga</b>            | 0,304                       | 0,133      | 0,254                     | <b>2,283</b> | 0,027 |

Maka didapatkan hasil sebagai berikut:

- Nilai t hitung pada Kualitas Layanan (X1) adalah sebesar 7,366 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan).
- Nilai t hitung pada Fasilitas (X2) adalah sebesar 2,900 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan).
- Nilai t hitung pada Harga (X3) adalah sebesar 2,283 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan).

## Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |               |                    |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F             | Sig.               |
| 1                  | Regression | 153,417        | 3  | 76,708      | <b>81,022</b> | 0,000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 47,338         | 49 | 0,947       |               |                    |
|                    | Total      | 200,755        | 52 |             |               |                    |

Berdasarkan output data SPSS pada tabel 5 diatas, maka didapatkan nilai F hitung untuk variabel bebas Kualitas Layanan (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) sebesar 81,022 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, Dari hasil diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X2), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di *Sonic Basketball Academy* Samarinda.

## Pembahasan

Dengan memperhatikan hasil analisis dengan menggunakan IBM SPSS versi 25 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut  $Y = 3,106 + 0,721X_1 + 0,271X_2 + 0,304X_3$  yang berarti bahwa variabel kualitas layanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama mempunyai hubungan dengan keputusan konsumen menyewa Lapangan di *Sonic Basketball Academy* Samarinda.

Pada Uji t variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan pada *Sonic Basketball Academy* di Samarinda. Selanjutnya untuk variabel bebas, Fasilitas (X2) sebesar 2,900 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan pada *Sonic Basketball Academy* di Samarinda. Dan yang terakhir untuk variabel bebas Harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan pada *Sonic Basketball Academy* di Samarinda.

Pada Uji F didapatkan nilai Fhitung untuk variabel bebas Kualitas Layanan (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) sebesar 81,022 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil diatas, maka Fhitung (81,022) > Ftabel(3,183), dan nilai signifikansi F (0,000) < 0,05, yang berarti dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan Di *Sonic Basketball Academy* Samarinda.

Hasil analisis ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh :

Irda Jumini (Skripsi, 2019) Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Negeri Putera Batam, yang berjudul; Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam.

Prima Wahyudi (Skripsi, 2019) dari Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, yang berjudul; Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menyewa Lapangan Futsal Nusantara Duri Riau. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Fasilitas dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan, fasilitas dan harga suatu perusahaan maka semakin besar juga peluang keputusan konsumen menyewa lapangan sangat baik bagi perusahaan tersebut.

## 5. PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini,  $Y = 3,106 + 0,721X_1 + 0,271X_2 + 0,304X_3$
- 2) Dari hasil uji t dan uji F dapat ditarik kesimpulan bahwa baik secara parsial maupun simultan Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan pada *Sonic Basketball Academy* di Samarinda.
- 3) Kualitas Layanan ( $X_1$ ) merupakan variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan ( $Y$ ), dengan persentase sebesar 57,5%. Sedangkan, Fasilitas ( $X_2$ ) mempunyai persentase sebesar 19,0% dan Harga ( $X_3$ ) mempunyai persentase sebesar 16,0% terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Lapangan ( $Y$ ) pada *Sonic Basketball Academy* di Samarinda.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Untuk *Sonic Basketball Academy* Samarinda dapat terus meningkatkan dan memperhatikan, kualitas layanan, fasilitas, dan harga sehingga dapat memberikan kenyamanan serta meningkatkan tingkat keputusan.
- 2) *Sonic Basketball Academy* Samarinda sebaiknya juga memperhatikan variabel lain selain kualitas layanan, fasilitas, dan harga yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti lokasi, citra perusahaan, promosi dan lain sebagainya, karena hal tersebut juga mempengaruhi keputusan konsumen menyewa lapangan.
- 3) Bagi peneliti berikutnya, diharapkan agar dapat terus mengembangkan penelitian ini. penelitian ini hanya meneliti kualitas layanan, fasilitas, harga, dan keputusan konsumen menyewa lapangan, sehingga belum terfokus pada objek yang lebih mendalam. peneliti dapat menambahkan variabel lain seperti lokasi, citra perusahaan, promosi dan lain sebagainya yang dapat dijadikan sebagai penelitian lanjutan dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gaffar dan Kawan-Kawan. 2020. *The Development of Islamic Thought on Multiple Perspectives*. Pamekasan: Al-Khairat Press.
- Aditya, Addin, Yekti Asmoro Kanthi, Siti Aminah. 2022. *Metodologi Penelitian Ilmiah Dalam Disiplin Ilmu Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Agus Surya Bharmawan dan Naufal Hanif. 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Alimul, Aziz Hidayat. 2021. *Metodologi Keperawatan Untuk Pendidikan Vokasi*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Eddy Roflin dan Ferani Eva Zulvia. 2021. *KUPAS TUNTAS ANALISIS KORELASI*. Yogyakarta: Penerbit NEM.
- Erina Alimin, Eddy, Diana Afriani, Nendy Pratama Agusfianto, Yusi Faizathul Octavia, Titiek Mulyaningsih, Satriawan, Siti M. Yusuf, Rudy Irwansyah, Agustinus Moonti, Adiek Astika Clara

- Sudarni, Budiani Fitria Endrawati, Suhadarliyah, Armiani, Sri Umiatun Andayani, Melkianus Albin Tabun. 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Nusa Tenggara Barat: SEVAL.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery, Vigih Kristanto. 2018. *Metodologi Penelitian: Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moenir. 2015. *Manajemen Layanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Muh. Ramli dan Hardianti Pertiwi. 2023. *Pengantar Ekonomi dan Bisnis*. Pasaman: CV. Azka Pustaka
- Munawir. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi*. Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis, 4(2), 204–215.
- Muspiha. 2023. *Platform Digital: Harga, Kualitas Layanan & Kepuasan Pelanggan*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Nirwana. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alta.
- Pebi Kurniawan, Yohny Anwar, dan Ali Jufri. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12: Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Prayitno, Duwi. 2016. *SPSS Hand Book, Analisis Data, Olah Data dan Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rahardja, Untung, Sudaryono, Mochamad Heru Riza Chakim. 2023. *Statistik Deskriptif Teori. Rumus. Kasus Untuk Penelitian*. Jakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM).
- Rahmi Ramadhani dan Nuraini Sri Bina. 2021. *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Predana Media.
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2021. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.

Suwitho. 2022. *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya: Sebuah Monograf Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran*. Purwokerto: CV. Pena Persada.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.