

**PENGARUH PROMOSI, LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN  
CHAMPIONS FUTSAL CABANG TLOGOMAS MALANG  
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Manajemen



**Oleh :**

**MOHAMAD FADIL YUSADA**

**2017120127**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

**MALANG**

**2021**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas tentang pengaruh promosi, layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada bisnis lapangan futsal di Kota Malang yaitu *Champions* Futsal Tlogomas. Jenis pengkajian ini adalah pengkajian uji pengaruh menggunakan cara kuantitatif. Kelompok didalam pengkajian ini ialah semua konsumen *Champions* Futsal Tlogomas. Metode penentuan representatif yang dipakai ialah metode sampel penilaian dengan jumlah narasumber sejumlah 100. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada seluruh responden. Data ditelaah memakai cara regresi linear berganda menggunakan sistem SPSS. Berdasarkan kesimpulan pengkajian memperlihatkan bahwasanya promosi berdampak positif secara signifikan atas loyalitas pelanggan. peningkatan upaya promosi *Champions* Futsal Tlogomas seperti pemberian potongan harga dan pemberian gratis jam dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Layanan berdampak positif signifikan atas loyalitas konsumen. Peningkatan kualiti layanan *Champions* Futsal Tlogomas pada segi bentuk wujud, jaminan, kepekaan, keandalan dan kepedulian dapat meningkatkan kesetiaan konsumen. Lokasi berdampak produktif secara signifikan atas loyalnya konsumen. Peningkatan kemudahan konsumen untuk menjangkau lokasi *Champions* futsal Tlogomas dari segi akses, visibilitas, fasilitas parkir dan suasana dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Promosi, layanan serta lokasi berdampak menguntungkan dan signifikan secara bersamaan atas loyalnya konsumen. Peningkatan promosi, layanan dan lokasi secara komprehensif dan saling melengkapi maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas..

**Kata Kunci : Promosi, Layanan, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Loyalnya konsumen sudah jadi kabar positif untuk dunia perdagangan. Berdasarkan Kotler {2006: 143}, terwujudnya kesetiaan konsumen mengizinkan suatu usaha menumbuhkan jalinan waktu panjang dengan konsumen. Selain dari itu uang yang diperlukan buat mengajak konsumen baru juga akan lebih banyak dilihat dari kebutuhan buat meloyalkan konsumen yang setia terhadap perusahaan.

Status keadaan era kehidupan masa kini, membutuhkan atas perihal kesenangan dan kesehatan membuat sesuatu yang cukup penting. Futsal adalah *sport* yang bisa dibidang bertujuan rekreasi maupun hasil kinerja, seperjalanan waktu perkembangan era dan kebutuhan hiburan di populasi, *sport* futsal sudah ada magnet sendiri soalnya bisa dipraktikkan kapanpun. Perkembangan sport futsal di Kota Malang selama ini sudah maju. Pertumbuhan ini dilihat banyak berdirinya usaha futsal di daerah Kota Malang. Mencapai era 2020, terlihat tiga puluh tempat futsal dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan, adapun daftar lapangan futsal yaitu terlihat di daerah Kota Malang dapat ditinjau di tabel 1.1.

Salah satu lapangan futsal yang cukup familiar di Kota Malang adalah *Champions Futsal*. Hal tersebut dibuktikan bahwa *champions futsal* memiliki cabang paling banyak dibandingkan lapangan futsal yang lain. Saat ini Champion Futsal memiliki 6 cabang seperti terlihat pada tabel 1.1. Banyaknya cabang tersebut menandakan bahwa champion futsal telah memiliki banyak pelanggan.

Tabel 1.1 List Lapangan Futsal Di Kota Malang

No	Name Lapangan Futsal	Lokasi
1	<i>Champions</i> Futsal De Rumah	Jl. Veteran No. 2 Klojen
2	<i>Champions</i> Futsal Tidar	Jl. Puncak Mandala No. 42
3	<i>Champions</i> Futsal Ma Chung	Jl. Villa Puncak Tidar Sukun
4	<i>Champions</i> Futsal PBI	Jl. Raya Blimbing Indah Blok A-7
5	<i>Champions</i> Futsal SoeHat	Jl. Soekarno-Hatta No. 4
6	<i>Champions</i> Futsal Tlogomas	Jl. Baduri pandan no17 tlogomas
7	<i>Cinemax</i> Futsal	Jl. Danau Toba No. 1 Sawojajar
8	<i>Speed</i> Futsal	Jl. Brigjen Katamso No. 48-50 Klojen
9	Arena Futsal Tidar	Jl. Puncak Mandala No. 44
10	<i>Kick Off</i> Futsal	Jl. Letjen S. Parman No. 107 Blimbing
11	Caesar Futsal	Jl. Joyo Raharjo No. 281
12	RRI <i>Soccer Zone</i> Futsal	Jl. Candi Panggung No. 58
13	<i>Viva</i> Futsal	Jl. Bunga Andong, Soekarno-Hatta
14	<i>Jack's</i> Futsal	Jl. Raya Tlogomas No. 5 Dinoyo
15	<i>Premier</i> Futsal	Jl. Soekarno-Hatta No. 34 A-C
16	Espulso Futsal	Jl. Saxofone Kav. 69
17	Singo-Nade Futsal	Jl. Bendungan Siguragura Barat
18	Biru Futsal	Jl. Raya Sawojajar No. 93
19	Buana Futsal	Jl. Tlogosari No. 36 A Merjosari
20	Wijaya Putra Futsal	Jl. Tenaga Selatan No. 12
21	<i>Top Ten</i> Futsal	Jl. Kebalen Wetan
22	Futsal 88	Jl. Sunandar Priyo Sudarmo
23	Angkasa Futsal	Jl. Papa Kuning No. 40
24	Bima Sakti Futsal	Jl. Kol. Slamet Supriyadi No. 91
25	<i>Olimpico</i> Futsal	Jl. Bendungan Sutami No. 37 F
26	El-Qudz Futsal	Jl. Mayjen Sungkono
27	ABM Futsal	Jl. Terusan Candi Kalasan
28	J-Futsal	Jl. Simpang Laksda Adi Sucipto
29	Wongklirong Futsal	Jl. Tirta Rahayu Landungsari
30	SM Zona D'Wiga Futsal	Jl. Sudimoro Kota Malang

Sumber : Ngalam.co (2020)

Salah satu cabang *champions* futsal yang banyak menarik perhatian masyarakat kota Malang yaitu *Champions* Futsal Tlogomas. *Champions* futsal tlogomas menjadi satu-satunya tempat futsal perdana di Kota Malang yang sampai saat ini masih sukses berdiri di tengah banyaknya tempat futsal baru, itu karena disebabkan bagusny layanan. Mutu pelayanan menjadi tolak ukur seberapa baik derajat pelayanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan harapan konsumen (Tjiptono, 2008: 85). Mutu pelayanan di *Champions* futsal tlogomas tergolong

sesuai, contohnya pada kapasitas rumput lapangan baik, pengadaan kamar mandi dan ruang ganti yang layak dan bersih, serta layanan kepada pelanggan yang baik dan peka sampai membuat *Champions* futsal tlogomas tetap mendapat penilaian baik dari masyarakat. Selain itu untuk menarik dan mempertahankan pelanggan upaya promosi serta keberadaan lokasi menjadi pertimbangan sendiri bagi pelanggan agar menjadikan champion futsal pilihan utama.

Sebuah fasilitas olahraga seperti halnya *Champions* Futsal Tlogomas wajib senantiasa diurus secara memuaskan, diawali dari pengatur, kepemimpinan, penjagaan, dan administrasi yang ada di dalamnya walaupun saat ini diperlukan usaha keras untuk terus berinovasi di waktu Corona atau pandemi. Karena efek Pandemi Covid-19 tentunya juga mempengaruhi menurunnya pelanggan untuk menggunakan jasa penyewaan lapangan futsal. Sejalan dengan hal tersebut bahwa di masa pandemi sekarang untuk menjalankan bisnis olahraga harus memiliki inovatif, berani mengambil resiko dan proaktif untuk mengembangkan bisnis. Maka dari itu semua bisnis harus mempunyai cara perdagangan sendiri biar dapat menarik perhatian pelanggan agar terjadi proses transaksi menjual jasa lapangan. Pada perihal ini orang yang menjadi pemilik wajib mengetahui terkait administrasi secara umum dan sport, sebab di dalam manajemen lapangan olahraga diperlukan yang paham terkait gimana cara mengurus keanggotaannya, memelihara sarana prasarananya, mengerti bagaimana melayani konsumennya, bagaimana memublikasikannya, sehingga bisa dan mengatur kegiatan-kegiatannya.

Bagi Kurniawan dan Kunto {2013} promosi yakni sesuatu contoh komunikasi penjual dan pembeli yang berniat agar mampu mengganti sifat dan cara penyewa,

yang awalnya belum mengetahui menjadi mengenal sampai mau menjadi pelanggan dan mengingat perusahaan itu. Giri dan Jatra {2014} mengatakan yakni jika selalu sesuatu usaha dipublikasikan maka usaha itu kemungkinan akan mengajak pelanggan agar menyewa dan dengan membeli atau menggunakan jasa tersebut. Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan lapangan futsal.

Bukan hanya promosi dan layanan saja, tetapi posisi juga bisa menjadi faktor loyalitas pelanggan. kedudukan yang strategis bisa mendapatkan poin yang bagus, posisi yang senang dijangkau atau bisa mempermudah pelanggan untuk ke letak tempat, lokasi yang mudah juga bisa menaikkan nilai jual jasa sewa. Seperti halnya *Champions* futsal tlogomas yang lokasinya ada di sekitar area strategis sentral yang menggabungkan Kota Malang dengan Kota Batu membuat *champions* futsal mudah dijangkau, sampai orang-orang yang mau menyewa tempat futsal bisa sangat nyaman menemukan tempat sewa lapangan futsal.

Berdasarkan fenomena di atas, dapat dilihat yakni lapangan futsal *champions* tlogomas dapat meloyalkan konsumennya di sekitar maraknya kompetisi dari usaha terkhusus usaha di perdagangan jasa penyewaan futsal, maka dari itu pengkaji pengen melakukan pengkajian seraya membuat judul “Pengaruh Promosi, Layanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di *Champions* Futsal Tlogomas Malang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ringkasan kasus dalam pengkajian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah promosi berdampak kepada loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas Malang ?
2. Apakah layanan berdampak kepada loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas Malang ?
3. Apakah lokasi berdampak kepada loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas Malang ?
4. Apakah promosi, layanan dan lokasi berdampak secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas Malang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Maksud dari pengkajian yakni :

1. Mengetahui dampak promosi terhadap loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas Malang
2. Mengetahui pengaruh layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas Malang
3. Mengetahui dampak lokasi kepada loyalitas pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas Malang
4. Mengetahui pengaruh promosi, layanan dan lokasi secara bersama kepada loyalitas konsumen *Champions* Futsal Tlogomas Malang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi prodi manajemen Universitas Tribhuwana TunggaDewi Malang

Penelitian ini sebagai penerapan teori yang dipelajari mahasiswa selama perkuliahan khususnya bidang manajemen pemasaran dan menjadi pengetahuan baru terkait loyalitas pelanggan di industri servis yang berjalan di tempat penyewaan lapangan futsal.

2. Bagi *Champions* Futsal Tlogomas

Kesimpulan atas pengkajian ini diminta bisa dijadikan acuan untuk tuan perusahaan agar mengevaluasi dan memutuskan rancangan perdagangan yang baik, dan bisa dipakai menjadi tolak ukur dalam memajukan dan memantapkan strategi dalam meluaskan loyalitas konsumen.

3. Untuk Pelanggan *Champions* Futsal Tlogomas

Dapat merasakan dampak positif peningkatan *Champions* Futsal Tlogomas dalam hal promosi, layanan dan kemudahan jangkauan lokasi.

4. Untuk Pengkaji Selanjutnya

Menjadi acuan bantu pemikiran, bahan dan penunjang utama yang bersangkutan dengan kasus promosi, layanan, lokasi dan loyalitas pelanggan.



## DAFTAR PUSTAKA

Amryyanti, R, Sukaatmadja, I.P.G, dan Cahya, K. N. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada *LnC Skin Care* Singaraja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volum e 02(01). 22-29.

Ardiyansyah, Suryadi dan Sukardi. 2019. Pengaruh Lokasi, Harga, Dan *Physical Evidence* Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Lapangan Griya Futsal Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*. Vol 6. No 2.

Cardia, Santika dan Respati. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartfren. *E-Jurnal Manajemen*. Volume 8. Nomor 11. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>

Depdiknas .2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta ;Balai Pustaka

Faradina, Anissa. 2016. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5(7), hal. 1-18.

Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang

Giri, I Gede Wahma Diatmika., I Made Jatra. 2014. Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Pp : 3154-3169

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hakim, Lindawati dan Utami. 2020. Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lapangan Futsal Rafhely By Pass Padang. *Jurnal Manajemen Solusi*. Vol 17. No 2

Kotler, Philip. 2016. *Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas*. Jakarta: P.T. Indeks Gramedia

Kurniawan, D., dan Kunto, Y.S. 2013. Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Emotional* Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurnal, Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (2), hal 1-8.

Liman, Piter. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minyak Goreng Kemasan CV.Indo Sari Abadi. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*. Volume 3(6), hal.95-107

Maidarti dan Meryati. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Sari Roso. *Jurnal*

*Manajemen Kewirausahaan*. Vol. 15 No. 02.  
<https://doi.org/10.33370/jmk.v15i2.253>

Malhotra, Naresh K. 2014. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta :Indeks.

Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.

Purbarani, Vidya Hanesty. 2013. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Larissa *Aesthetic Center* Semarang). *Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro*. Volume 2(10), hal. 1-14.

Sangadji, Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen. (Pendekatan Praktis)*. Penerbit : C.V ANDI OFFSET.

Sarjita. 2018. Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Go-Jek Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA*. Vol. V, No. 1

Setiawardi, Arifin, M. Ali Ramdhani, Andri Ikhwana. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan di Taman Air Panas Darajat Pass. *Jurnal Kalibrasi*. Vol.11 (1).

Sigit dan Oktavani. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada Ifi Futsal Bandung ). *Jurnal Univ. Telkom*. Vol 4. No 2.

Suastini dan Mandala. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan CitraMerek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 8, No. 1.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p04>

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress .

Sukpa, Wijayanto dan Taufiq. 2015. Pengaruh kualitas pelayanan, kebijakan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada jasa lapangan Internasional futsal Pekanbaru. *Jom FEKON*. Vol.2 NO. 1

Syardiansyah. 2017. Pengaruh Fasilitas, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Sewa Lapangan Futsal oleh Mahasiswa. *JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS*. VOL.8, NO.2. <https://doi.org/10.33059/jseb.v8i2.426>

Wicaksono. 2017. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Upik Futsal Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*. Volume I Nomor 2. <e-mail: teguh\_uniska@yahoo.co.id%0AAbstract>