



PENGARUH HARGA LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PERMATA SENTUL GOLF AND COUNTRY CLUB

Sri Wulandari¹, Jhonson Sitanggang²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok
mulanrey23@gmail.com

Abstrak

Permata Sentul Golf and Country Club, yang berlokasi strategis dekat pintu tol Jakarta dan menawarkan fasilitas lengkap seperti 18 hole dengan 71 par, berupaya menarik pelanggan melalui sistem member, turnamen berkala, dan promosi di media sosial. Meskipun data menunjukkan stabilitas kunjungan golfer (rata-rata 60-140 pemain per hari, tergantung hari dan jenis member), akses jalan yang belum optimal dianggap sebagai penghambat potensi peningkatan pengunjung yang lebih tinggi. Kualitas pelayanan dan perbaikan lokasi untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Permata Sentul Golf and Country Club

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menganalisis apakah Pengaruh Harga Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Permata Sentul Golf and Country Club. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner menggunakan G-form dengan penentuan sample menggunakan rumus slovin dengan total responden 100 golfer yang pernah bermain golf di Permata Sentul Golf and Country Club. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan dengan hasil analisis statistik yang telah dikemukakan diatas persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 3,568 + 0,048 X_1 + 0,236 X_2 + 0,262 X_3$ dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variable dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam nilai adjusted R square menunjukkan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,581 atau 58,1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable harga, lokasi dan kualitas pelayanan yaitu sebesar 58,1%. sedangkan sisanya sebesar 41,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga Lokasi Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan

Abstract

Permata Sentul Golf and Country Club, strategically located near the Jakarta toll gate and offering complete facilities such as an 18-hole course with a par of 71, seeks to attract customers through a membership system, regular tournaments, and promotions on social media. Although data shows stable golfer visits (averaging 60-140 players per day, depending on the day and type of member), suboptimal road access is seen as a hindrance to the potential increase in visitor numbers. The quality of service and location improvements aim to achieve maximum customer satisfaction. Therefore, the author conducted research titled 'The Influence of Price, Location, and Service Quality on Customer Satisfaction at Permata Sentul Golf and Country Club'.

The purpose of this research is to prove and analyze whether the Influence of Location Price and Service Quality Affects Customer Satisfaction at Permata Sentul Golf and Country Club. The type of research used is quantitative research with a research method in the form of data collection using a questionnaire through G-form, with sample determination using the Slovin formula and a total of 100 respondents who have played golf at Permata Sentul Golf and Country Club. The analysis used is multiple linear regression analysis.

Based on the results of the statistical analysis presented above, the regression equation obtained from this study is $Y = 3.568 + 0.048 X_1 + 0.236 X_2 + 0.262 X_3$, in an effort to identify the extent of the influence of independent variables on the dependent variable, which can be determined from the value of the coefficient of determination. As previously described, the value of the coefficient of determination expressed in the adjusted R square value indicates that the adjusted R square value is 0.581 or 58.1%. Thus, it can be concluded that the variables of price, location, and service quality account for 58.1%, while the remaining 41.9% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Price Location Quality Service Customer Satisfaction

(*) Corresponding Author : Sri Wulandari, mulanrey23@gmail.com¹, 087770355554

INTRODUCTION

Pada era globalisasi saat ini olahraga di dunia semakin maju dan berkembang pesat. Dan ini berkaitan dengan banyaknya ilmu pengetahuan dan teknologi ataupun temuan - temuan yang di hasilkan oleh para ilmuan olahraga yang di terapkan pada cabang olahraga tersebut. Khususnya pada perkembangan olahragaa golf. Golf merupakan salah satu jenis olahraga yang semakin banyak di gemari oleh kalangan masyarakat tertentu, bahkan saat ini menjadi bagian dari gaya hidup beberapa dari kalangan atas. Disamping itu golf juga merupakan salah satu olahraga yang terkait dengan kegiatan bisnis khususnya dalam hal *hobby*. Tidaklah mengherankan jika persaingan antar perusahaan jasa yang bergerak di bidang layanan jasa golf semakin ketat. Sarana – sarana golf banyak yang di bangun sesuai dengan pertumbuhan olahraga di Indonesia. Perkumpulan – perkumpulan golf mulai banyak di minati oleh orang kalangan menengah ke atas. Selain itu bisnis layanan jasa penyediaan fasilitas permainan golf sekarang ini cukup potensial mengingat golf merupakan salah satu olahraga yang dipersepsikan sebagai olahraga bergengsi. Sebagai olahraga yang segmennya adalah kalangan menengah keatas, klub golf berusaha memberikan layanan dan fasilitas yang baik untuk kepuasan pelanggannya. Beberapa layanan yang di tawarkan adalah adanya system member, tournament secara berkala, dan tersedianya fasilitas pendukung seperti adanya akses jalan yang baik menuju club.

Sentul merupakan salah satu lokasi yang strategis melainkan dekat dengan pintu gerbang keluar tol. Jarak dari Jakarta atau wilayah perkantoran pun hanya cukup 30 menit untuk sampai di golf Sentul. Para pengelola lapangan golf pun saat ini sedang berlombalomba untuk menarik para pelanggan agar datang dan menjadi member di lapangan golf itu sendiri. Selain itu para pengelola golf pun menjadikan media sosial sebagai alat jasa penarik minat pelanggan untuk menjadikan pelanggan sebagai member golf. Dan pengelola lapangan golf pun menginformasikan fasilitas apa saja yang ada di lapangan golf itu sendiri. Tournament golf itu sendiri dapat menarik simpatik untuk mengadakan ajang kompetisi antara pemain golf yang satu dengan yang lainnya. Dan ajang tournament hadiah nya sangat menjanjikan dan dapat menarik pemain golf yang lain untuk dapat memeriahkan acara tournament tersebut. Prasarana itu sendiri merupakan kombinasi variabel yang di kendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan atau reaksi pelanggan pada pasar sasarnya. Kualitas pelayanan inilah yang di yakini untuk meningkatkan kepuasan para pemain golf untuk dapat meningkatkan market shared atau produk. Salah satunya seperti di Permata Sentul Golf and Country Club, Permata Sentul Golf Club adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pariwisata dengan jenis usaha rekreasi dan hiburan umum yang menyediakan fasilitas berupa lapangan golf, restoran & proshop. Lapangan Permata Sentul Golf and Country Club sendiri didirikan pada tanggal 30 Agustus 1997, lapangan golf ini berada di Kawasan perbukitan sentul dengan ketinggian sekitar 200 m di atas permukaan laut. Lapangan golf yang menarik ini sangat sesuai dengan kebutuhan para penggemar golf di wilayah Jakarta dan sekitarnya, bahkan para pegolf di seluruh Indonesia & luar negeri. Untuk dapat memenuhi kepuasan maksimum dari para pegolf, lapangan golf Permata Sentul Golf and Country Club di bangun 18 hole dengan 71 par.

Tabel 1.1 Price list Permata Sentul Golf and Country Club 18 hole 2022-2023

MEMBER	<i>Weekdays</i>	Rp. 368.000,-
	<i>Weekend</i>	Rp. 448.000,-
MONDAY <i>Special Rate</i>	<i>Morning</i>	Rp 465.000,-
	<i>Afternoon</i>	Rp. 465.000,-
TUESDAY - FRIDAY <i>With Member</i> <i>Without Member</i>	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>
	Rp. 698.000,- Rp. 758.000,-	Rp. 568.000,- Rp. 628.000,-
SATURDAY	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>

<i>With Member</i> <i>Without Member</i>	Rp. 1.948.000,-	Rp. 1068.000,-
	Rp. 2.148.000,-	Rp. 1.148.000,-
SATURDAY & PUBLIC HOLIDAY <i>With Member</i> <i>Without Member</i> <i>Special Rate</i>	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>
	Rp. 1.368.000,- Rp. 1.508.000,-	
		Rp. 978.000,-
TUESDAY - FRIDAY <i>Senior Rate (Above 55 years old) Junior & Ladies</i>	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>
	Rp. 548.000,- Rp. 498.000,-	Rp. 548.000,- Rp. 498.000,-

Sumber: Permata Sentul Golf and Country Club 2024

Tabel 1.2 Total Jumlah Rata - Rata Pemain Golf With Member, Without Member

MEMBER		JUMLAH GOLFER
<i>Weekend</i>	<i>Saturday – Sunday</i>	-+ 80 s/d 130
<i>Weekdays</i>	<i>Monday - Friday</i>	-+ 60 s/d 100
WITHOUT MEMBER		JUMLAH GOLFER
<i>Weekend</i>	<i>Saturday – Sunday</i>	-+ 90 s/d 140
<i>Weekdays</i>	<i>Monday - Friday</i>	-+ 80 s/d 100

Sumber: Permata Sentul Golf and Country Club 2024

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 berikut dapat di simpulkan rata - rata kunjungan golfer yang bermain golf di Permata Sentul Golf and Country Club cukup stabil. Namun, perlu di ketahui, pencapaian jumlah pengunjung seperti pada tabel tersebut, di peroleh dengan kondisi akses jalan yang belum memadai. Idealnya dengan kondisi akses jalan yang di harapkan, maka tentu pencapaian pengunjung akan lebih tinggi lagi. Selain itu perlu diingat bahwa stabilnya data penjualan tidak selalu berarti bahwa perusahaan atau bisnis tersebut tidak perlu melakukan upaya peningkatan penjualan. Seiring dengan persaingan yang semakin ketat. Permata Sentul Golf and Country Club perlu terus memperbarui strategi penjualan dan memperbaiki kualitas pelayanannya untuk mempertahankan dan tidak boleh dijadikan alasan untuk berhenti berinovasi dan terus meningkatkan kualitas pelayanannya.

Tabel 1.3 Daftar Harga Golf di Bogor 2024 With Member, Without Member

Permata Sentul Golf and Country Club <i>With Member</i> <i>Without Member</i>	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>
	Rp. 698.000,- Rp. 758.000,-	Rp. 568.000,- Rp. 628.000,-
Klub Golf Bogor Raya <i>With Member</i> <i>Without Member</i>	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>
	Rp. 1.550.000,-	Rp. 1.068.000,-
	Rp. 1.948.000,-	Rp. 1.148.000,-
Sentul Highlands Golf Club	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>

<i>With Member</i>	Rp. 1.248.000,-	Rp. 1.048.000,-
<i>Without Member</i>	Rp. 998.000,-	Rp. 898.000,-
Palm Hill Golf	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>
<i>With Member</i>	Rp. 790.000,-	Rp. 650.000,-
<i>Without Member</i>	Rp. 858.000,-	Rp. 728.000,-
Rancamaya Golf & Country Club	<i>Morning</i>	<i>Afternoon</i>
<i>With Member</i>	Rp. 850.000,-	Rp. 980.000,-
<i>Without Member</i>	Rp. 1.148.000,-	Rp. 1.000.000,-

Sumber: Permata Sentul Golf and Country Club 2024

Berdasarkan table 1.3 tersebut dapat dilihat bahwa harga golf di Bogor bervariasi tergantung pada hari *weekday* atau pun *weekend* dan waktu bermain ada yang di pagi hari dan adapun di siang hari selain itu lapangan golf memiliki harga yang berbeda-beda karena ada beberapa lapangan golf yang sudah terkenal dan memiliki fasilitas yang lebih lengkap dan berdasarkan tabel 1.3 harga yang di tawarkan di Permata Sentul Golf and Country Club dapat bersaing dengan golf lainnya. Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk bermain golf di Permata Sentul Golf and Country Club dari pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi nyaman dan mudah di akses yang diberikan oleh pengelola dalam upaya untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang guna untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan maksimal. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Permata Sentul Golf and Country Club.**

METHODS

Menurut (Hardani MSi et al., 2020) jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Desain dalam penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana pengaruh beberapa variabel (Harga (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing dimensi tersebut dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Permata Sentul Golf and Country Club. Selanjutnya jenis penelitian merupakan elemen-elemen yang ada dalam suatu desain penelitian, yaitu metode dan teknik penelitian. Adapun jenis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan desain survey, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen (Harga (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan variabel dependen Kepuasan Pelanggan). penelitian survei merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview supaya nantinya menggambarkan berbagai aspek dari populasi.

RESULTS & DISCUSSION**Results****Uji Kualitas Data**

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

No	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Keterjangkauan harga 1	0.249	Tidak Valid	Karena nilai Rhitung < 0,3
2	Keterjangkauan harga 2	0.652	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
3	Kesesuaian dengan kualitas 1	0.771	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
4	Kesesuaian dengan kualitas 2	0.768	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
5	Daya saing harga 1	0.572	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
6	Daya saing harga 2	0.561	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
7	Kesesuaian dengan manfaat 1	0.718	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
8	Kesesuaian dengan manfaat 2	0.752	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
9	Memperngaruhi konsumen 1	0.580	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
10	Memperngaruhi konsumen 2	0.710	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Harga tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

No	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Akses1	0.620	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
2	Akses2	0.593	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
3	Visibilitas1	0.549	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
4	Visibilitas2	0.727	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
5	Lokasi.parkir.yang.luas.dan.nyaman1	0.638	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
6	Lokasi.parkir.yang.luas.dan.nyaman2	0.682	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
7	Lingkungan1	0.221	Tidak Valid	Karena nilai Rhitung < 0,3
8	Lingkungan2	0.475	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Lokasi tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Berwujud 1	0.662	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
2	Berwujud 2	0.738	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
3	Keandalan 1	0.659	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
4	Keandalan 2	0.594	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
5	Ketanggapan 1	0.690	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
6	Ketanggapan 2	0.764	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
7	Jaminan dan kepastian 1	0.685	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
8	Jaminan dan kepastian 2	0.608	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
9	Empati 1	0.633	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
10	Empati 2	0.599	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Kualitas Pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kesesuaian Harapan 1	0.577	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
2	Kesesuaian Harapan 2	0.658	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
3	Minat berkunjung kembali 1	0.756	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
4	Minat berkunjung kembali 2	0.770	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
5	Merekomendasikan 1	0.545	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3
6	Merekomendasikan 2	0.556	Valid	Karena nilai Rhitung >0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Kepuasan Pelanggan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Harga	0,888	Reliabel	Cronbach α >0,6
2	Lokasi	0,823	Reliabel	Cronbach α >0,6
3	Kualitas Pelayanan	0,925	Reliabel	Cronbach α >0,6
4	Kepuasan Pelanggan	0,855	Reliabel	Cronbach α >0,6

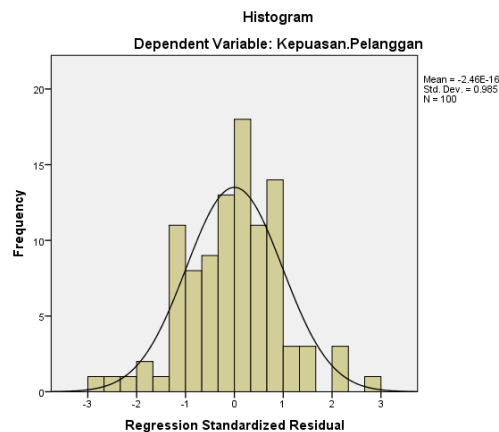
Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini handal (*reliabel*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan

dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

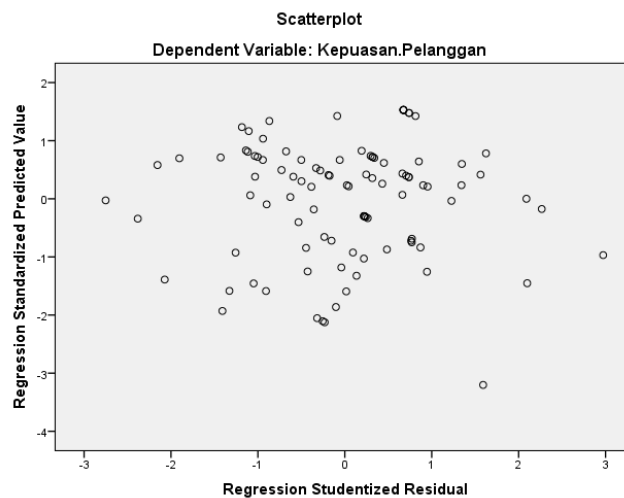
1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Pada output SPSS, lihat diagram *Histogram*: jika membentuk lengkung kurve normal maka residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

2.Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Heteroskidastisitas Dengan Pendekatan Grafik

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angkanol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan masukan variabel independennya.

Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.568	1.810		1.971	.052
Harga	.048	.074	.078	.639	.524
Lokasi	.236	.089	.325	2.667	.009
Kualitas Pelayanan	.262	.074	.418	3.561	.001

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 3.568 + 0,048 X_1 + 0,236 X_2 + 0,262 X_3$$

Persamaan regresi berganda di atas berarti bahwa:

1. Konstanta sebesar 3.568 menyatakan bahwa jika variable harga, lokasi dan kualitas pelayanan bernilai 0 diasumsikan tetap maka besarnya variabel kepuasan pelanggan adalah 3.568.
2. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,048 menyatakan bahwa jika variabel harga mengalami kenaikan satu satuan. Sementara variable lokasi dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,048.
3. Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,236 menyatakan bahwa jika variable lokasi mengalami kenaikan satu satuan. Sementara variable harga dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,236.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai 0,262 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan. Sementara variabel harga dan lokasi diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,262.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.581	2.29310

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,581 atau 58,1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable harga, lokasi dan kualitas pelayanan yaitu sebesar 58,1%. sedangkan sisanya sebesar 41,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri.

Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	T		Sig		Simpulan
	t hitung	t tabel	Hasil	$\alpha = 5\%$	
Harga (X1)	.639	1,660	.524	> 0,05	Tidak berpengaruh signifikan

Lokasi (X2)	2.667	1,660	.000	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Kualitas Pelayanan (X3)	3.561	1,660	.001	< 0,05	Berpengaruh signifikan

Guna menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,660 Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk menentukan H_0 atau H_a yang diterima atau ditolak maka nilai t -hitung diatas dapat dibandingkan dengan t -tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Nilai t -tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 1, 689 dengan membandingkan t -hitung dengan t -tabel maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf dikarenakan t -hitung .639 < t -tabel (1,660) serta nilai signifikansinya dibawah 0,05 sehingga H_0 di terima atau H_1 ditolak.
2. Secara parsial variable lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf dikarenakan t -hitung 2.667 > t -tabel (1,660) serta nilai signifikansinya dibawah 0,05 sehingga H_0 di tolak atau H_1 diterima.
3. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap di Permata Sentul Golf dikarenakan t -hitung 3.561 > t -tabel (1,660) serta nilai signifikansinya diatas 0,05 sehingga H_0 di tolak atau H_1 diterima.

DISCUSSION

Penelitian dengan judul Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Permata Sentul Golf and Country Club. Penelitian yang melibatkan sejumlah 100 responden untuk menyajikan informasi mengenai pengaruh variabel X_1 yaitu harga, X_2 yaitu lokasi, X_3 yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan. Berdasarkan dengan hasil analisis statistik yang telah dikemukakan diatas hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > 0,300$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha $> 0,6$. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 3.568 + 0,048 X_1 + 0,236 X_2 + 0,262 X_3$ dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variable dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam nilai adjusted R square menunjukkan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,581 atau 58,1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable harga, lokasi dan kualitas pelayanan yaitu sebesar 58,1%. sedangkan sisanya sebesar 41,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel harga, lokasi, dan kualitas pelanggan mempunyai pengaruh baik secara simultan tetapi secara parsial variabel harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf dikarenakan t -hitung 0.639 < t -tabel (1,660) serta nilai signifikansinya diatas 0,05 sehingga H_0 di terima atau H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Permata Golf tidak perlu memperhatikan aspek harga. Dengan kata lain Kepuasan pelanggan Permata Golf tidak diukur dari tarif atau harga yang diterapkan harus di perhatikan lagi untuk kedepannya di mana harga juga menentukan para golfer untuk bermain golf di Permata Sentul Golf. Selain itu Permata Sentul Golf harus mempertimbangkan perihal harga juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan umumnya mencari keseimbangan antara lokasi, kualitas produk kualitas pelayanan yang ditawarkan. Jika harga layanan Permata Sentul Golf sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, pelanggan akan merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dari uang yang mereka keluarkan.

Variabel lokasi mempunyai pengaruh baik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Permata

Sentul Golf. Hasil penelitian menunjukkan $t\text{-hitung} 2.667 > t\text{-tabel} (1,660)$ serta nilai signifikansinya dibawah 0,05 sehingga H_0 di tolak atau H_1 diterima. artinya bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan lokasi menjadi faktor yang penting untuk para golfer menentukan pilihannya untuk bermain golf di Permata Sentul Golf tidak hanya itu lapangan golf i Permata Sentul Golf berada dikawasan perbukitan Sentul dengan ketinggian sekitar 200 m diatas permukaan laut. Lapangan golf yang menarik ini sangat sesuai dengan kebutuhan para penggemar golf di wilayah Jakarta dan sekitarnya, bahkan para pegolf diseluruh Indonesia & luar negeri. Untuk dapat memenuhi kepuasan maksimum dari para pegolf, lapangan golf Permata Sentul dibangun 18 *hole* dengan 71 par. Lapangan golf Permata Sentul dirancang oleh Thompson Wolveridge & Perret, sebuah perusahaan perancang lapangan golf profesional dari Australia, yang telah membangun beberapa lapangan golf utama lainnya di Indonesia. Permata Sentul Golf mendesain lapangan dengan sangat bagus dengan sentuhan unik khas daerah tropis alami, yang dapat menjamin keakraban, kesenangan & kesehatan.

Selanjutnya variabel kualitas pelayanan pengaruh baik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf. Hasil penelitian menunjukkan $t\text{-hitung} 3.561 > t\text{-tabel} (1,660)$ serta nilai signifikansinya diatas 0,05 sehingga H_0 di tolak atau H_1 diterima. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan juga berperan krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan dalam layanan aqiqah di Jakarta. Interaksi yang ramah, sopan, dan profesional dengan pelanggan akan memberikan pengalaman yang positif dan menyenangkan. Responsivitas terhadap pertanyaan dan permintaan pelanggan serta kemampuan dalam menyelesaikan masalah dengan cepat akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, proses pemesanan, pengantaran, dan layanan lainnya juga harus berjalan dengan lancar dan efisien. Jika kualitas pelayanan rendah, pelanggan mungkin merasa diabaikan atau tidak dihargai, yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan dan bahkan berpotensi kehilangan pelanggan.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Secara simultan variabel harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf dengan nilai signifikansinya diatas 0,05 sehingga H_0 di tolak atau H_1 diterima
2. Secara parsial variabel harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf dengan nilai signifikansinya diatas 0,05 sehingga H_0 di terima atau H_1 ditolak.
3. Secara parsial variabel lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf dengan nilai signifikansinya dibawah 0,05 sehingga H_0 di tolak atau H_1 diterima.
4. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap di Permata Sentul Golf dengan nilai signifikansinya dibawah 0,05 sehingga H_0 di tolak atau H_1 diterima.

REFERENCES

- Abubakar. (2018). Manajemen Pemasaran. Cetakan Kesatu. Bandung. Alfabeta. Hal. 2, 3.
- Akbar, J (2021). Skripsi. Pengaruh Pelayanan, Objek dan Daya Tarik Wisata serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan. Institut Agama Islam Negeri Metro. Tidak Di Publikasikan
- Fahmi. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Berkunjung ke Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja. Jurusan Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici. Tidak Di Publikasikan.
- Fatihudin Dan Firmansyah. (2020). Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan) Cetakan Pertama. Yogyakarta. Deepublish. Hal. 206.
- Firmansyah. (2019). Pemasaran dan Merek (Planing & Strategy) Cetakan Pertama Surabaya. CV. Penerbit Qiara Media. Hal. 2, 3, 16.
- Huda, N. (2020). Manajemen SDM (Analisis Kinerja Karyawan Pada Perusahaan) Cetakan Pertama. Sumatra Barat. Insan Cendikia Mandiri. Hal. 17, 18, 19, 22.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Surabaya. Unitomo Press. Hal. 9, 39, 41, 61, 62, 63.

- Jaya, M. L. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Cetakan Kedua. Yogyakarta. Quadrant. Hal. 65, 75, 78, 88, 91.
- Rizal, A. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0 (Cetakan Pertama ed.). Yogyakarta: DEPUBLISH. ISBN:9786230206405, 6230206404
- Salman. (2023). Pengaruh Kulaitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Rizki Aqiqah Jakarta. Jurusan Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici. Tidak Di Publikasikan.
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, Nursaidah. (2021). Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta. Samudra Biru. Hal. 2.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Cetakan Pertama. Bandung. Alfabeta. Hal. 69, 95, 146.
- Sujarweni, W. (2021). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Cetakan Pertama. Yogyakarta. Pustakabarupress. Hal. 39, 80, 121, 161, 226, 227, 228, 229, 232.
- Sunyoto, D. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi Dan Kasus. Cetakan Pertama. Yogyakarta. Caps. Hal. 68.
- Susilawati. (2022). Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Nazwa Bogor. Jurusan Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici. Tidak Di Publikasikan.