

**SISTEM KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN OLEH MANAJEMEN DEPOK
SPORT CENTER TERHADAP KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga



Oleh
Hendra Saputra
NIM 11603141016

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "Sistem Komunikasi yang dilakukan oleh Manajemen Depok Sport Center terhadap Konsumen" yang disusun Hendra Saputra, NIM. 11603141016 ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 04 Mei 2017

Pembimbing,



Drs. Sumarjo, M.Kes
NIP 19631217199001 1 002

Hendra Saputra
NIM 11603141016

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Sistem Komunikasi yang dilakukan oleh Manajemen Depok Sport Center terhadap Konsumen” benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 04 Mei 2017

Yang menyatakan,

Hendra Saputra
NIM 11603141016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir skripsi

**SISTEM KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN OLEH MANAJEMEN DEPOK
SPORT CENTER TERHADAP KONSUMEN**

disusun oleh :




Hendra Saputra
NIM 11603141016

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri

Yogyakarta

pada tanggal 5 januari 2018

DEWAN PENGUJI

Nama	Tanda tangan	Tanggal
Sumarjo, M.Kes Ketua Penguji/pembimbing		16/01
Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or Sekretaris		16/01 18
Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes Penguji		16/01 18

Yogyakarta, 12 januari 2018

Fakultas Ilmu Keolahragaan

Dekan



Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M. Ed
NIP 19640707 198812 1 001

MOTTO

1. “Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum, sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Al-Qur’an, SuratAr-Ra’du : 11)
2. “Maka bertanyalah kepada orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui” (An-Nahl : 43)
3. Pendidikan merupakan bekal paling baik untuk hari tua (Aristoteles)
4. Orang yang sulit mengucapkan terima kasih adalah orang yang sesat (penulis)
5. Bercita –cita menjadi orang baik(Jack dingklik)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada Allah SWT, kupersembahkan karya kecilku ini untuk :

1. Ayah dan Ibunda tercinta, yang telah berusaha keras membesarkan dan mendidik kuhingga kini, sungguh tak terbalaskan jasamu kepadaku.
2. Adik– adikku yang tanpa henti mendoakan yang terbaik buatku.
3. Taty sang motivator, terimakasih telah memberikan motivasi, inspirasi, dan kasih sayangnya.
4. Teman – teman FIK UNY khususnya Prodi Ilmu Keolahragaan (IKOR) yang memberikan semangat.
5. Teman – teman IKPM KABOKI-OI SUM-SEL yang tanpa henti –hentinya memberikan semangat, serta motivasi bagi dirisaya.
6. Teman – teman IKPM SUM-SEL yang mendorong saya untuk menyelesaikan strata satu secepatnya.
7. Almamaterku UNY.

SISTEM KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN OLEH MANAJEMEN DEPOK SPORT CENTER TERHADAP KONSUMEN

Oleh

HendraSaputra,
11603141016

ABSTRAK

Selama ini manajemen Depok Sport Center selalu berusaha memberikan pelayanan komunikasi dengan sebaik-baiknya, akan tetapi masih ada kendala dalam menerapkan sistem komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Sistem Komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap Konsumen

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif menggunakan metode survei dengan instrument angket. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Depok Sport Center. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Adapun teknik pengambilan sampel dilakukan dalam penelitian ini dengan cara insidental sampling. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket kuestioner. Teknik analisis data menggunakan persentase dan korelasi pada taraf signifikansi 5 %.

Hasil penelitian menunjukan sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center, memuaskan sebesar 36 %, menyatakan tidak memuaskan sebesar 34 %, sangat memuaskan 16 % dan sangat tidak memuaskan 14 %. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diartikan sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen adalah memuaskan 36%.

Kata kunci : Sistem Komunikasi, Manajemen Depok Sport Center, Konsumen

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Sistem Komunikasi yang dilakukan oleh Manajemen Depok Sport Center terhadap Konsumen” dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini penulis mengalami kesulitan dan kendala. Dengan segala upaya, skripsi ini dapat terwujud dengan bantuan dari berbagai pihak, terutama pembimbing. Oleh karena itu, pada kesempatan ini disampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Sutrisna Wibawa, M.Pd, Rektor UNY yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menempuh studi di universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Prof Dr. Wawan Suherman,M,Ed, selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ijin dalam melaksanakan penelitian.
3. Bapak dr. Prijo Sudibjo, M.Kes. Sp.S, Ketua Prodi IKORA yang telah memfasilitasi dalam melaksanakan penelitian.
4. Bapak dr. Muhammad Noerhadi, M.Kes, dosen pembimbing akademik, yang telah memberikan bimbingan dalam akademik, dan digantikan sebagai pembimbing pengganti Bapak dr. Prijo Sudibjo, M.Kes. Sp.S, Ketua Prodi IKORA.
5. Bapak Drs. Sumarjo, M.Kes, dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.

7. Rekan-rekan dan semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, semoga hasil karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan khususnya dan bagi semua pihak pada umumnya. Penulis berharap skripsi ini mampu menjadi salah satu bahan bacaan untuk acuan pembuatan dengan begitu maka skripsi selanjutnya agar menjadi lebih baik.

Yogyakarta, 04 Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Deskripsi Teori	9
1. Pengertian komunikasi.....	9
a. Komunikator	10
b. Pesan	10
c. Komunikan(sipenerima pesan).....	11
d. Lingkungan (konteks)	11
2. Sistem komunikasi	14
3. Pengertian Manajemen.....	18
4. Pengertian Konsumen	20

5. Propil Depok Sport Center.....	27
B. Penelitian yang relevan	30
C. Kerangka Berfikir.....	31
BAB III. METODE PENELITIAN	34
A. Desain Penelitian	34
B. Definisi Operasional Variabel	34
C. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi	34
2. Sampel penelitian	35
D. Instrumen penelitian	35
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Teknik Analisis Data	41
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan	50
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	57
C. Keterbatasan Penelitian.....	57
D. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi – kisi Angket Penelitian.....	37
Tabel 2. Nilai Butir Pernyataan.....	41
Tabel 3. Kategori Tingkat Kepuasan.....	42
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Sistem Komunikasi yang dilakukan di Depok Sport Center terhadap Konsumen.....	44
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Faktor Objek – Objek dari Sistem Komunikasi..	46
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Faktor Atribut Sistem Komunikasi.....	47
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Faktor Hubungan Internal Sistem Komunikasi... .	48
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Faktor Lingkungan Sistem Komunikasi.....	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Gambar Model Proses Komunikasi	13
Gambar 2. Gambar Diagram sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen.....	45
Gambar 3. Gambar Diagram Faktor Objek – Objek Dari Sistem Komunikasi.....	46
Gambar 4. Grafik Diagram Faktor Atribut Sistem Komunikasi.....	48
Gambar 5. Grafik Diagram Faktor Hubungan Internal Sistem Komunikasi.....	49
Gambar 6. Grafik Diagram Faktor Lingkungan Sistem Komunikasi	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian	62
Lampiran 2. Surat Permohonan Ijin Pengambilan Data	63
Lampiran 3. Surat Persetujuan Validasi Ahli	64
Lampiran 4. Angket Penelitian	65
Lampiran 5. Hasil Uji Validasi Dan Reliabilitas	68
Lampiran 6. Statistik Penelitian	72
Lampiran 7. Data Uji Coba	78
Lampiran 8. Data Penelitian	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di abad informasi dewasa ini setiap orang menginginkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Hal tersebut dirasa wajar karena manusia sebagai makhluk sosial tentu memiliki kebutuhan untuk saling berkomunikasi satu sama lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui proses komunikasi, seseorang berusaha untuk menyampaikan pikiran, dan perasaannya kepada orang lain. Dari proses komunikasi tersebut akan tercipta upaya dalam mempengaruhi orang lain untuk ikut merasakan atau lebih jauh melakukan apa yang dikehendaki oleh pembicara.

Menurut Broom, Center, & Cutlip, (2006 : 5). Mengatakan dalam sebuah perusahaan atau organisasi, sangat penting adanya *Public Relations* di dalamnya. Cutlip, Center, dan Broom (2006 :5- 6) mendefinisikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dan publiknya yang menentukan kesuksesan atau kegagalan organisasi atau perusahaan tersebut. Salah satu aktivitas dari *Public Relations* yang disebutkan oleh badan PRSA adalah mengurus hubungan antara organisasi dengan publiknya. Salah satu cara untuk membangun dan menjaga suatu hubungan dengan organisasi dengan publiknya adalah dengan berkomunikasi.

Komunikasi pada hakikatnya adalah pernyataan antar manusia. Dalam konteks ini, yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam setiap komunikasi tentu diharapkan adanya “*effect*” atau pengaruh yang dihasilkan setelah terjadinya komunikasi dalam diri penerima pesan atau komunikan. Pengaruh yang diharapkan terkait dengan perubahan sikap dalam hal ini “*how to change the attitude*” yang berarti bagaimana cara mengubah sikap komunikan Effendy(2003:255).

Sesuai dengan konteks sistem komunikasi, agar menghasilkan karyawan yang profesional dengan integritas yang tinggi, diperlukan adanya acuan baku yang diberlakukan oleh suatu organisasi. Acuan baku tersebut adalah komunikasi yang secara sistematis menuntun karyawan untuk meningkatkan komitmen kerjanya bagi organisasi. Wood (2006:14) berpendapat Seperti layaknya sebuah program Public Relations lainnya, tentu diharapkan adanya efek yang ditimbulkan yaitu dalam hal ini adalah sikap dari sasaran tujuan program. Media internal ini ditujukan kepada para karyawan sehingga perlu dilihat bagaimana sikap karyawan terhadap media internal tersebut. Setiap perusahaan tentu membutuhkan komunikasi internal yang baik apapun jenis bidang usahanya tak terkecuali bidang layanan pusat.

Untuk membangun hubungan internal, maka salah satu peran Public Relations adalah menjalankan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Komunikasi yang dimaksudkan juga mencakup komunikasi internal di dalam perusahaan. Dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Public Relations, salah satu aktivitas Public Relations yang penting adalah membuat media komunikasi internal (Jefkins, 1992:30). Selain itu, media internal juga merupakan alat Public Relations, yang memiliki tujuan yang sama dengan keseluruhan fungsi relasi publik, hanya saja lebih berfokus kepada publik internal (Wood, 2006:15) Media komunikasi

internal adalah media yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi kepada khalayak internal perusahaan. Media internal adalah publikasi yang bertujuan untuk mengkomunikasikan dengan publik internal dari sebuah perusahaan (Wood, 2006:11).

Nilai inti organisasi itu akan dipegang secara intensif dan dianut secara meluas dalam suatu komunikasi yang kuat. komunikasi kuat memperlihatkan apa yang harus dipertahankan oleh organisasi tersebut. Pemahaman komunikasi terhadap karyawan akan membina kohesifitas, dan komitmen organisasional. Kualitas ini selanjutnya akan mengurangi kecenderungan karyawan untuk meninggalkan organisasi. Suatu organisasi untuk mencapai keberhasilan perlu meningkatkan faktor kinerja organisasi dengan membentuk dan mengembangkan suatu komunikasi organisasi yang mendukung terciptanya komitmen karyawan.

Depok Sports Center (DSC) merupakan fasilitas olahraga terbuka untuk umum yang di dalamnya terintegrasi dengan pusat belanja Superindo dan fasilitas penunjang lainnya. Tempat olahraga ini mulai beroperasi sejak Februari 2006. Didalamnya terdapat fasilitas kolam renang, fitness center, bulutangkis, beladiri taekwondo, karate, aikido, wing chun, capoeira, sekolah badminton, sekolah renang, sekolah robotic. Lokasi DSC berada di Gedung II, komplek Depok Sports Center (DSC) terletak di Jalan Raya Seturan Kav.

4 Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Depok Sports Center memperkenalkan kepada masyarakat bahwa kegiatan olahraga adalah kegiatan yang tepat untuk menjaga kesehatan tubuh. Mendorong kepada semua orang untuk meningkatkan prestasi olahraga. Untuk menarik minat masyarakat agar berkunjung di Depok Sports Center membutuhkan budaya yang kuat dalam organisasi. Budaya organisasi dijadikan pedoman dan arahan untuk ditaati dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian perlu adanya beberapa hal yang lebih ditingkatkan lagi, hubungan komunikasi antar karyawan, memberikan pelayanan bagi para pengunjung dengan setulus hati, saling menghargai rekan kerja ataupun pimpinan dan meningkatkan kedisiplinan kerja. Kondisi ini mengakibatkan kinerja karyawan semakin optimal, pekerjaan akan selesai tepat waktu, pembagian waktu kerja yang sesuai kebutuhan dan kualitas pekerjaan yang memenuhi standar, pengunjung akan semakin bertambah banyak dan tujuan dari organisasi akan tercapai dengan sukses.

Karyawan merupakan komponen penting dalam organisasi ini, keberhasilan Depok Sports Center akan sangat tergantung dari kepiawaian karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan

Sistem Komunikasi yang tidak kondusif akan mengakibatkan karyawan tidak termotivasi dalam menjalankan tugasnya. Untuk itu perlu diadakan kajian lebih lanjut terhadap kinerja karyawan Depok Sports Center yang berhubungan dengan budaya organisasi, sehingga kinerja karyawan menjadi lebih optimal. Depok Sports Center tumbuh melalui proses evolusi dari gagasan yang diciptakan oleh pendiri organisasi, para pelaku organisasi terdahulu dan kemudian ditanamkan kepada para pengikutnya. Budaya organisasi akan tumbuh dan berkembang dilakukan dengan menanamkan

kepada pelaku organisasi melalui proses pembelajaran dan pengalaman (Wibowo, 2010: 3).

Menurut Tatang M. Amirin (1996:23),meringkas beberapa definisi sistem dalam sebuah definisi, yakni sekumpulan *unsure* yang melakukan kegiatan atau menyusun skema atau tata cara melakukan suatu kegiatan pemrosesan untuk mencapai sesuatu atau beberapa tujuan. Dengan demikian sistem komunikasi bisa didefinisikan sebagai berikut, “Sekelompok orang, pedoman dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, symbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan, tujuan sistem (menyebarkan informasi kepada khalayak, membentuk *image* positif dalam humas, persuasi), dan wujud hasil kegiatan atau proses system selama jangka waktu tertentu, suatu pola hubungan yang saling melengkapi antarsistem dalam system komunikasi dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi.”

Setiap menejer, manajemen dengan konsumen akan berdampak positif dan dapat memudahkan hubungan yang harmonis baik dengan manajemen, karyawan maupun konsumen. Hal ini berarti sistem komunikasi yang tumbuh dan terpelihara dengan baik akan mampu memacu organisasi ke arah perkembangan yang lebih baik. Selain itu, tekanan utama dalam perubahan dan pengembangan sistem komunikasi adalah mencoba untuk mengubah nilai, sikap dan perilaku dari anggota organisasi secara keseluruhan. Sehubungan dengan beberapa hal tentang kinerja karyawan Depok Sports Center di atas, maka penelitian berikutnya memfokuskan pada sistem komunikasi manajemen terhadap konsumen.

Adanya kesatuan hubungan antara pimpinan dan karyawan, prosedur kerja yang jelas, dapat memperbaiki suasana lingkungan kerja menjadi nyaman,

meningkatkan secara bertahap kualitas kemampuan karyawan dengan baik dan menanamkan kepada karyawan untuk memiliki sikap tentang pengabdian dan ketulusan dalam bekerja. Dengan memiliki persaan tersebut semua karyawan bisa terlibat aktif dalam mencapai tujuan dari organisasi yang telah ditetapkan.

Dunia bisnis khususnya Depok Sports Center juga tidak ingin ketinggalan dalam membangun system komunikasi yang efektif guna menciptakan hasil kerja, disiplin kerja dan kualitas kerja karyawan yang lebih baik. Perusahaan dituntut untuk memiliki visi dan misi yang jelas, strategik dan setiap komponen di dalamnya juga dituntut untuk dapat merealisasikan visi dan misi perusahaan.

Menurut Wilbur Schramm memiliki pengertian yang sedikit lebih detil komunikasi merupakan tindakan melaksanakan kontak antara pengirim dan penerima, dengan bantuan pesan; pengirim dan penerima memiliki beberapa pengalaman bersama yang memberi arti pada pesan dan simbol yang dikirim oleh pengirim, dan diterima serta ditafsirkan oleh penerima.(Suranto 2005:19)

Mulyana (2000:6169) mengungkapkan komunikasi sebagai tindakan satu arah komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, misalnya tenaga pendidik kepada pihak lain (pesertadidik), baik langsung melalui suatu tatap muka ataupun tidak langsung melalui suatu media.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum diketahui sistem komunikasi di Depok Sport Center.
2. Belum diketahuinya manajemen sistem komunikasi yang di berikan di Depok Sport Center.
3. Belum diketahuinya penerapan sistem komunikasi di Depok Sport Center.

C. Pembatasan Masalah

Karena luasnya permasalahan, keterbatasan waktu, biaya dan lain-lain, dalam hal ini peneliti membatasi pada sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport center terhadap konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimanakah Sistem Komunikasi yang dilakukan oleh Manajemen Depok Sport Center terhadap Konsumen?”

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Sistem Komunikasi Yang di Lakukan Oleh Manajemen Depok Sport Center Terhadap Konsumen.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Universitas

Menambah ilmu pengetahuan mengenal sistem komunikasi yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penulisan karya ilmiah.

2. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan tentang sistem komunikasi mengembangkan kemampuan dan keterampilan dalam berkomunikasi.

3. Bagi pembaca

Memberikan gambaran tentang membangun sistem komunikasi pada diri pelati dan menciptakan komunikasi interpersonal yang efektif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Komunikasi

a. Komunikasi adalah proses sosial di mana individu menggunakan simbol untuk didirikan dan menafsirkan makna di lingkungan mereka. Kita harus menggambar elemen komunikasi yang dimediasi juga dalam diskusi kita, mengingat pentingnya teknologi komunikasi yang dimainkan dalam masyarakat kontemporer. West Richard and H. Turner Lynn (2010: 5) *in the book. Introducing Communication Theory: analysis and theory.*

Menurut Louis Forsdale (Muhammad, Arni 2015:2), ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, “ *communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*”. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal yang berupa verbal dan non verbal yang mempunyai aturan tertentu . Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturan aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya.

Faktor–faktor yang mempengaruhi keberhasilan sistem komunikasi adalah dengan memandang komunikasi sebagai proses penyampaian informasi, maka keberhasilan komunikasi sangat tergantung dari penguasaan informasi dan cara- cara penyampaiannya. Bila komunikasi dipandang sebagai proses penyampaian informasi

dari seseorang kepada yang lain, maka pada keadaan ini akan menempatkan pengirim pesan (komunikator) sebagai penentu keberhasilan (Wardani 1992 : 10).

Komunikasi merupakan proses dua arah atau timbal balik maka komponen balikan perlu ada dalam proses komunikasi. Dengan demikian, komponen dasar komunikasi ada empat yaitu: komunikator, pesan, komunikan atau penerima pesan, dan lingkungan atau konteks. Masing- masing komponen tersebut akan dijelaskan kembali secara ringkas.

- a. Komunikator adalah orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak pengirim yang mengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, pengirim pesan harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkan.

- 1). Tingkat kepercayaan penerima pesan terhadap si komunikator

- 2). Keterampilan komunikator dalam melakukan komunikasi

- b. Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima pesan, pesan ini dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan non verbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

- 1). Ketertarikan komunikan terhadap pesan yang disampaikan

2). Kesesuaian pesan dengan kebutuhan komunikasi

3) Kesamaan tingkat dan lingkup pengalaman antara komunikator dan komunikan.

c. Komunikan (si penerima pesan) adalah menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Tugas dari penerima pesan sebagai berikut:

1). Kemampuan komunikasi dalam menafsirkan informasi

2). Kebutuhan komunikasi terhadap pesan yang diterimanya

3). Perhatian komunikasi terhadap proses komunikasi

4). Media yang digunakan dalam menyampaikan

d. Lingkungan (konteks)

Sejauh mana lingkungan mampu memberikan kondisi yang kondusif (nyaman, menyenangkan, aman, merangsang, dan sebagainya. Metode penyampaian yang harus disesuaikan dengan tujuan serta kondisi komunikasi dan lingkungan.

Menurut Budi K (1996:56) komunikasi yang efektif dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor FCB, yaitu *Field of Experience*, *Context* dan *Barriers*. Berikut penjelasannya :

1). *Field of Experience* (pengalaman/latar belakang)

Semakin banyak kesamaan latar belakang antara si penerima dan si pengirim pesan maka akan semakin besar pula kemungkinan untuk terjadinya komunikasi yang efektif. Hal ini karena kemungkinan terjadinya “salah tafsir” atas pesan yang dikirimkan akan semakin kecil. Latar belakang ini dapat berupa kesamaan budaya, kesamaan pengalaman, kesamaan nilai-nilai, dan lain-lain.

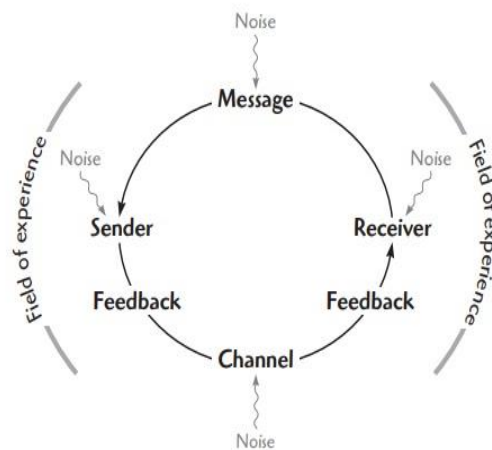
2). *Context* (konteks)

Konteks adalah lingkungan sosial, fisik, kronologis, dan variabel-variabel budaya yang mengelilingi suatu proses komunikasi. Semakin besar kesamaan pemahaman konteks antara si pengirim dan si penerima atas komunikasi yang sedang dilakukan, maka akan semakin besar pula kemungkinan untuk terjadinya komunikasi yang efektif.

3). *Barriers* (hambatan)

Hambatan adalah faktor-faktor yang dapat mengganggu penerimaan pesan. Faktor-faktor ini diantaranya adalah bahasa (misal penerima tidak mengerti bahasa yang digunakan oleh si komunikator), lingkungan (misalnya komunikasi yang terjadi di areal yang memiliki kebisingan tinggi), fisik (misalnya penerima memiliki gangguan atas fungsi pendengarannya), dan psikologis (misalnya penerima sedang dalam keadaan marah sehingga tidak dapat melakukan komunikasi secara sehat).

Model ini menunjukkan unsur pokok dari komunikasi, secara nyata, apabila salah satu unsure tidak ada, komunikasi tidak akan pernah terjadi. Sebagai contoh seseorang yang mengirim berita tetapi apabila tidak ada yang mendengar atau menerima berita tersebut berarti tidak terjadi komunikasi. Komunikasi terjadi tetapi belum tentu efektif. Apabila penerima berita mengartikan berbeda berita yang dikirim oleh pengirim maka terjadi salah pengertian di dalam proses komunikasi tersebut, sehingga komunikasi yang dilakukan tidak efektif. Kenyataannya proses komunikasi adalah kompleks. Untuk menggambarkan proses komunikasi yang lebih rinci digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: Model Interaksional Komunikasi dari Wilbur Schramm

Model interaksional komunikasi yang menekankan proses komunikasi dua arah komunikator. Dengan kata lain, komunikasi masuk dua arah: dari pengirim ke penerima dan dari penerima ke pengirim. Proses menunjukkan bahwa komunikasi sedang berlangsung. Model tersebut menggambarkan bahwa seseorang dapat melakukan peran baik pengirim maupun penerima dalam sebuah interaksi.

Salah satu unsur penting dalam model komunikasi interaksional adalah umpan balik, atau tanggapan terhadap pesan. Umpan balik bisa bersifat verbal atau nonverbal, disengaja atau tidak disengaja. Umpan balik membantu komunikator untuk mengetahui apakah pesan diterima atau tidak, dan sejauh mana maksud tersebut tercapai. Dalam model interaksional, umpan balik terjadi setelah sebuah pesan diterima (West dan Turner, 2010; 13). *Introducing Communication Theory: analysis and theory 4th ed.*, New York: McGraw Hill.

2. Sistem Komunikasi

Sistem berasal dari bahasa Yunani, *systema* yang berarti suatu keseluruhan yang tersusun dari sekian banyak bagian. Sedangkan komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama” kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*Community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan, Mulyana Dedy (2013:46). Sedangkan Menurut Wiriyanto (2004:9) komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya. Dan perpindahan yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada ketrampilan-ketrampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara dan lain-lain) untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Sedangkan menurut Widjaya (2000 : 13), komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau dapat diartikan sebagai sarana menukar pendapat atau sebagai kontak antara manusia secara individu ataupun kelompok.

Berdasarkan defenisi-defenisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi sebagai suatu proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) dengan tujuan tertentu. Jadi dalam komunikasi itu terdapat didalamnya suatu proses, terdapat simbol-simbol, dan simbol-simbol itu mengandung arti. Arti atau makna simbol tersebut tentu saja tergantung pada pemahaman dan persepsi komunikan.

Selain itu komunikasi memiliki dua sistem dasar beroperasi dalam transaksi komunikasi itu: *Sistem Internal* dan *Sistem Eksternal*. sistem internal adalah seluruh sistem nilai yang dibawa oleh individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi, yang ia cerap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosialnya(keluarga, masyarakat setempat, kelompok suku, kelompok agama, lembaga pendidikan, kelompok sebaya, tempat kerja, dan sebagainya). Istilah-istilah lain yang identik dengan system internal ini adalah kerangka rujuan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif(*cognitive structure*), pola piker (*thinking patterns*), keadaan internal (*internal states*), atau sikap(*attitude*). Dalam konteks ini, setiap individu adalah suatu sistem internal. Jumlah sistem internal ini adalah sebanyak individu yang ada. Mulyana Deddy (2014:116).

Berbeda dengan sitem internal, sistem eksternal terdiri dari unsur- unsur dalam lingkungan di luar individu, termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan di sekitarnya, penataan ruangan, cahaya, dan temperatur ruangan. Akan tetapi karena masing-masing orang mempunyai sitem internal yang berbeda, maka setiap orang tidak akan memiliki bidang perceptual yang sama, meskipun mereka duduk di ruang yang sama, dan menghadapi situasi yang sama. Lingkungan dan objek mempengaruhi komunikasi kita, namun persepsi kita atas lingkungan kita juga mempengaruhi cara kita berperilaku.

Maka dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah produk dari perpaduan antara sistem internal dan sistem eksternal tersebut.

Selain itu untuk memperlancar proses sebuah komunikasi sudah pasti diperlukan sebuah system agar komunikasi dapat berjalan dengan baik, adapun system yang dijelaskan menurut Ariyus Dony & Andri Rum (2008:6) sebagai berikut:

1. Sistem sumber

Merupakan komponen yang bertugas mengirimkan informasi, misalnya pesawat telpon dan PC (*personal computer*) yang terhubung dengan jaringan. Tugas sistem sumber adalah membangkitkan data atau informasi dan menempatkannya pada media transmisi.

2. Transmitter

Berfungsi untuk mengubah informasi yang akan dikirim menjadi bentuk yang sesuai dengan media transmisi yang digunakan, misalnya pulsa listrik, gelombang elektromagnetik, PCM (*Pulse Code Modulation*) dan sebagainya. Sebagai contoh, sebuah modem bertugas menyalurkan suatu *digital bit stream* dari suatu alat yang sebelumnya sudah dipersiapkan, misalnya PC, dan mentransformasikan aliran bit tersebut sebagai sinyal analog yang dapat melintasi jaringan telepon.

3. Sistem Transmisi

Merupakan jalur transmisi tunggal atau jaringan transmisi kompleks yang menghubungkan sistem sumber dengan sistem tujuan. Kadang sistem transmisi juga disebut sebagai pembawa data yang dikirim. Sistem transmisi ini bisa kabel, gelombang elektromagnetik atau yang lain.

4. Sistem tujuan

Merupakan sistem yang sama dengan sistem sumber tetapi berfungsi untuk menerima sinyal dari sistem transmisi dan menggabungkannya ke dalam bentuk tertentu yang dapat ditangkap oleh sistem tujuan.

Littlejohn (1999:223) menjelaskan bahwa sistem komunikasi dapat diartikan sebagai seperangkat hal-hal tentang proses penyampaian pesan yang berhubungan satu sama lain dan membentuk suatu keseluruhan. Layaknya suatu sistem, sistem komunikasi terdiri dari 4 (empat) hal Littlejohn (1999:223), yaitu:

1. Objek-objek dari sistem komunikasi, yang berupa unsur-unsur komunikasi (komunikator, pesan, media, komunikan, efek).
1. Atribut Sistem komunikasi, yang berupa kualitas atau properti sistem itu dan unsur-unsur komunikasinya.
2. Hubungan internal sistem komunikasi, hubungan antara peserta-peserta komunikasi (komunikator dan komunikan) sebagai anggota sistem, yang dapat ditandai melalui pesan-pesan komunikasi mereka.
3. Lingkungan sistem komunikasi, suatu sistem komunikasi memiliki suatu lingkungan, yaitu: sistem sosial, sistem politik, sistem budaya dan sebagainya.

Mereka tidak hadir dalam suatu kevakuman, tetapi dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya.

3. Pengertian Manajemen

Menurut Schermerhorn (M Manullang 2008:3), proses manajemen secara formal di artikan sebagai pengarahan, dan pengarahan, dan pengendalian terhadap penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan.

Robbin dan Coutler (M Manullang 2008:3), menjelaskan bahwa manajemen juga berarti serangkaian aktivitas kerja yang melibatkan koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif.

Tujuan manajemen dapat diartikan untuk mengefektifkan dan mengefesiensikan pendayagunaan segala sumberdaya yang tersedia guna pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sesuai dengan kemampuan mengartur dalam suatu organisasi.

Menurut Rensis Likert (1961:301), Sistem Manajemen yaitu penelitian kepemimpinan ini dilakukan oleh lembaga penelitian sosial pada university of Michigan. Rensi likert dan para pembantunya telah melakukan studi untuk melihat apakah prinsip-prinsip atau konsep-konsep kepemimpinan yang valid dapat ketemukan. Pada dasarnya, mereka menemukan bahwa para penyelia yang mempraktekkan pengawasan /pengendalian umum dan berorientasi pada karyawan mempunyai semangat kerja yang lebih tinggi dan produktifitas yang lebih besar dari pada para penyelia yang mempraktekkan pengawasan /pengendalian tertutup dan berorientasi pada tugas / pekerjaan. Likert, dengan menggunakan dua kategori gaya

dasar ini, orientasi karyawan dan orientasi tugas, menyusun suatu model empat tingkatan efektivitas manajemen sebagai berikut:

- a. Sistem 1, manajer membuat semua keputusan yang berhubungan dengan kerja dan memerintah para bawahan untuk melaksanakannya. Standar dan metode pelaksanaan juga secara kaku ditetapkan oleh manajer dan manajemen Depok Sport Center.
- b. Sistem 2, manajer tetap menentukan perintah-perintah, tetapi memberi bawahan kebebasan untuk memberikan komentar terhadap perintah-perintah tersebut. Bawahan juga diberi berbagai fleksibilitas untuk melaksanakan tugas-tugas mereka dalam batas-batas dan prosedur yang telah ditetapkan.
- c. Sistem 3, manajer menetapkan tujuan-tujuan dan memberikan perintah-perintah setelah hal-hal itu didiskusikan terlebih dahulu dengan bawahan. Bawahan dapat membuat keputusan-keputusan mereka sendiri tentang cara pelaksanaan tugas. Penghargaan lebih digunakan untuk memotivasi bawahan dari pada ancaman hukuman.
- d. Sistem 4, adalah sistem yang paling ideal menurut Likert tentang cara bagaimana organisasi seharusnya berjalan. Tujuan-tujuan ditetapkan dan keputusan-keputusan kerja dibuat oleh kelompok. Bila manajer secara formal yang membuat keputusan, mereka melakukan setelah mempertimbangkan saran-saran dan pendapat-pendapat dari para anggota kelompok. Untuk memotivasi konsumen, manajer, manajemen Depok Sport Center tidak hanya mempergunakan penghargaan – penghargaan ekonomis tetapi juga mencoba memberikan kepada konsumen perasaan dibutuhkan dan penting.

4. Pengertian Konsumen

Kemudian Philip Kotler (2000 :214) juga menjelaskan bahwa sistem komunikasi dimaksud sebagai konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Menurut kamus pelajar (1986: 237) konsumen adalah pemakai barang hasil industri atau produksi. sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia (1990: 348) konsumen adalah pemakai barang atau jasa. Dalam kata lain perilaku konsumen mengikutkan pikiran dan perasaan yang dialami manusia dan aksi yang dilakukan saat proses konsumsi (Peter&Olson,2005: 34).

Selanjutnya Kotler yang dikutip oleh Fandy Djiptono (2001: 34-35), menjelaskan bahwa perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1) Sitem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

2) Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan atau menlfon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya :

- a) Menanyakan puas dan tidak puas
- b) Harapan pelanggan tentang suatu atribut
- c) Masalah-masalah yang dihadapi pelanggan
- d) Saran dari pelanggan unntuk perbaikan kinerja perusahaan
- e) Ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen

3) Belanja Siluman (*gost shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negative (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli bayangan (*gost shopper*) ini dapat juga berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

4) Analisis Kehilangan Pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya.

Fandy Tjiptono (2001: 35-36) menyatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen adalah metode bertanya. Metode bertanya kepuasan konsumen dapat menggunakan teknik pengukuran sebagai berikut:

1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT Chnadra paa skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas , sangat puas” (*directly reported satisfaction*).

2) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar ereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).

3) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).

4) Responden dapat meminta untuk meranking beberapa elemen (atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance performance analysis*))

Menurut Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller (2008:214), mengatakan konsumen didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang berusaha memenuhi atau mendapatkan barang atau jasa yang dipengaruhi untuk kehidupan pribadi atau kelompoknya. Suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai proses konsumsi karena konsumen akan melakukan proses evaluasi atau penilaian secara kognitif menyangkut kinerja produk atau jasa relatif baik atau buruk atau

apakah produk atau jasa yang bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan harapan konsumen.

Hasil dari proses evaluasi pasca konsumsi tersebut berupa kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pengkonsumsian suatu produk maupun jasa. Apabila kinerja berada di atas persepsi konsumen, maka konsumen akan sangat puas dan demikian pula sebaliknya apabila kinerja yang ada berada di bawah persepsi konsumen, maka konsumen akan kecewa, Hal tersebut ditambahkan kembali oleh Kotler dan Keller (2002: 42).

Pengertian penulisan mengenai kepuasan konsumen dikemukakan oleh Danang Sunyoto (2013:35) kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira.

Sedangkan menurut Danang Sunyoto (2013:36) harapan pelanggan ialah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan, dengan demikian harapan

konsumen/pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001: 158), dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat member umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode.

Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Djiptono (2001: 34-35), perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

2. Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan atau menlfon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya :

- a) Menanyakan puas dan tidak puas
- b) Harapan pelanggan tentang suatu atribut
- c) Masalah-masalah yang dihadapi pelanggan
- d) Saran dari pelanggan unntuk perbaikan kinerja perusahaan
- e) Ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen

3. Belanja Siluman (*gost shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negative (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli bayangan (*gost shopper*) ini dapat juga berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

4. Analisis Kehilangan Pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya.

5. Profil Depok Sport Center Yogyakarta

Perkembangan bisnis kesehatan dan hiburan di Yogyakarta hingga saat ini terus berkembang dan sangat diminati oleh para investor untuk mengembangkan usahanya dalam bidang olahraga kesehatan. Secara bertahap pengusaha mulai melirik kota Yogyakarta sebagai salah satu kota target untuk perluasan ataupun penanaman modal. Hal ini terbukti dengan banyaknya perluasan bisnis untuk olahraga kesehatan dan hiburan yang cukup berkembang dan diminati masyarakat pada saat ini.

Merespon perkembangan dan pola perilaku gaya hidup masyarakat Yogyakarta khususnya di segmen kesehatan dan hiburan yang sangat baik saat ini, maka Bapak Drs. H. Maryanto, MM, selaku Direktur perusahaan, 25 mencetuskan “DEPOK SPORTS CENTER (DSC)” sebagai fasilitas kesehatan dan hiburan untuk masyarakat umum. Adapun salah satu alasan untuk mendirikan DSC adalah karena di Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar belum ada suatu wadah atau sarana olahraga yang kurang memadai akan fasilitasnya untuk memenuhi keinginan masyarakat asli Yogyakarta dan pendatang yang ingin sekedar berekreasi untuk mengisi hari libur maupun bagi konsumen yang ingin benar-benar rutin mengolah tubuh menjadi sehat.

Sejak DSC diresmikan oleh Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Sri Sultan Hamengku Buwono X, pada tanggal 25 Februari 2006, animo masyarakat terhadap tempat ini terus meningkat. Hal ini mampu dibuktikan dengan banyaknya masyarakat menggunakan fasilitas DSC untuk berekreasi.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung DSC dari Tanggal 2-8 Maret 2015

Hari	Jumlah Pengunjung
Senin	250
Selasa	314
Rabu	323
Kamis	342
Jum'at	335
Sabtu	540
minggu	290

Sumber: Manajemen Depok Sports Center

Saat ini DSC bukan hanya digunakan sebagai tempat rekreasi namun instansi negeri/swasta, pelajar & mahasiswa memanfaatkan fasilitasnya untuk tempat berkompetisi. Seperti halnya yang pernah dilakukan adalah kompetisi renang, badminton, *billiard* baik itu tingkat daerah maupun nasional. Selain itu juga perusahaan unilever & multilever juga 26 memainkan peranan untuk menjual produk, *treatment*, pentas musik, *fun game*, dan lain-lain. Menurut manajer Depok Sports Center eksistensi DSC bagi masyarakat Yogyakarta sendiri pada umumnya adalah menciptakan “*one stop sports and when health become life style*” atau sebagai salah

satu tempat yang memenuhi semua kebutuhan akan kesehatan dan hiburan bagi masyarakat yang tinggal di Yogyakarta.

Depok Sports Center (DSC) merupakan fasilitas olahraga terbuka untuk umum yang di dalamnya terintegrasi dengan pusat belanja Superindo dan fasilitas penunjang lainnya. Didalamnya terdapat fasilitas kolam renang, *fitness center*, bulutangkis, beladiri taekwondo, karate, aikido, wing chun, capoeira, sekolah badminton, sekolah renang, sekolah *robotic*. Lokasi DSC berada di Gedung II, kompleks Depok Sports Center (DSC) terletak di Jalan Raya Seturan Kav. 4 Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan data dari Kependudukan Sleman, pertumbuhan daerah seturan berkembang sangat pesat. Daerah Seturan masuk wilayah Kecamatan Depok merupakan daerah aglomerasi (Perngembangan Kota dalam Kawasan Tertentu) dimana kegiatannya sebagai daerah baru yang terus berkembang. Wilayah Seturan seperti kita ketahui merupakan kota mandiri di wilayah Sleman dimana terdapat aktivitas ekonomi, kegiatan masyarakat dan mahasiswa dengan kepadatan penduduk yang tinggi. Di sekitar DSC terdapat lima Kampus besar yaitu UPN, Atma Jaya, STIE YKPN, Univ Proklamasi dan Akademi Pariwisata. 27 Perkembangan tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan usaha, hunian dan akses jalan yang melintas, yang merupakan jalan tembus antara Ring Road Utara dan Jalan Adisutjipto dengan kemudahan akses dan sarana serta prasarana umum yang memadai. Pertumbuhan ekonomi di daerah Seturan sangatlah baik dan prospek, dapat di lihat dari tingkat trafik jalan dan hunian di sekitarnya yang padat.

Berdasarkan data statistik Jumlah Penduduk Kecamatan Depok Mei 2008 122.080 orang. Sementara itu kepadatan penduduk Kabupaten Sleman rata-rata 1.490 orang per km² . Kepadatan penduduk yang tertinggi terdapat di Kec. Depok yakni 3.102 orang per km² . Kepadatan penduduk tersebut belum termasuk mahasiswa yang kebanyakan tidak terdaftar di Dinas Catatan Sipil (sumber www.slemankab.go.id).

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan sangat dibutuhkan untuk kajian teoritik yang dikemukakan, sehingga dapat dipergunakan sebagai landasan untuk kerangka berfikir. Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian oleh Susandi Prihayanto yang berjudul: “Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan” (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Regional IV Jawa Tengah – Daerah Istimewa Yogyakarta). Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif, populasinya adalah seluruh karyawan PT. Telkom Divisi Regional IV Semarang (Jawa Tengah). Sampel penelitian ini dilakukan 28 dengan jenis Non Probability Sampling. Teknik Pengumpulan data menggunakan angket.
2. Penelitian oleh Ilham Surya Fallo (2007) dengan judul: Kualitas Pelayanan Klinik Kebugaran Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel yang digunakan 60 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan besarnya tingkat kepuasan *member* pada kualitas pelayanan klinik kebugaran FIK universitas negeri Yogyakarta yaitu secara umum masuk kategori memuaskan.

3. Peran Media Tradisional dalam Sistem Komunikasi“. Tujuan dari penelitian dari Faiz Akhadiyah T adalah media tradisional mempunyai nilai yang tinggi dalam sistem komunikasi karena memiliki posisi khusus dalam sistem budaya suatu masyarakat. Kespesifikan tanda-tanda informasi yang dilontarkan dalam pertunjukkan-pertunjukkan tradisional itu maupun konteks kejadian, mengakibatkan orang-orang berasal dari sistem budaya lain sulit menyadari, memahami, dan menghayati ekspresi kesenian yang bersifat verbal, material maupun musik yang ditampilkan.

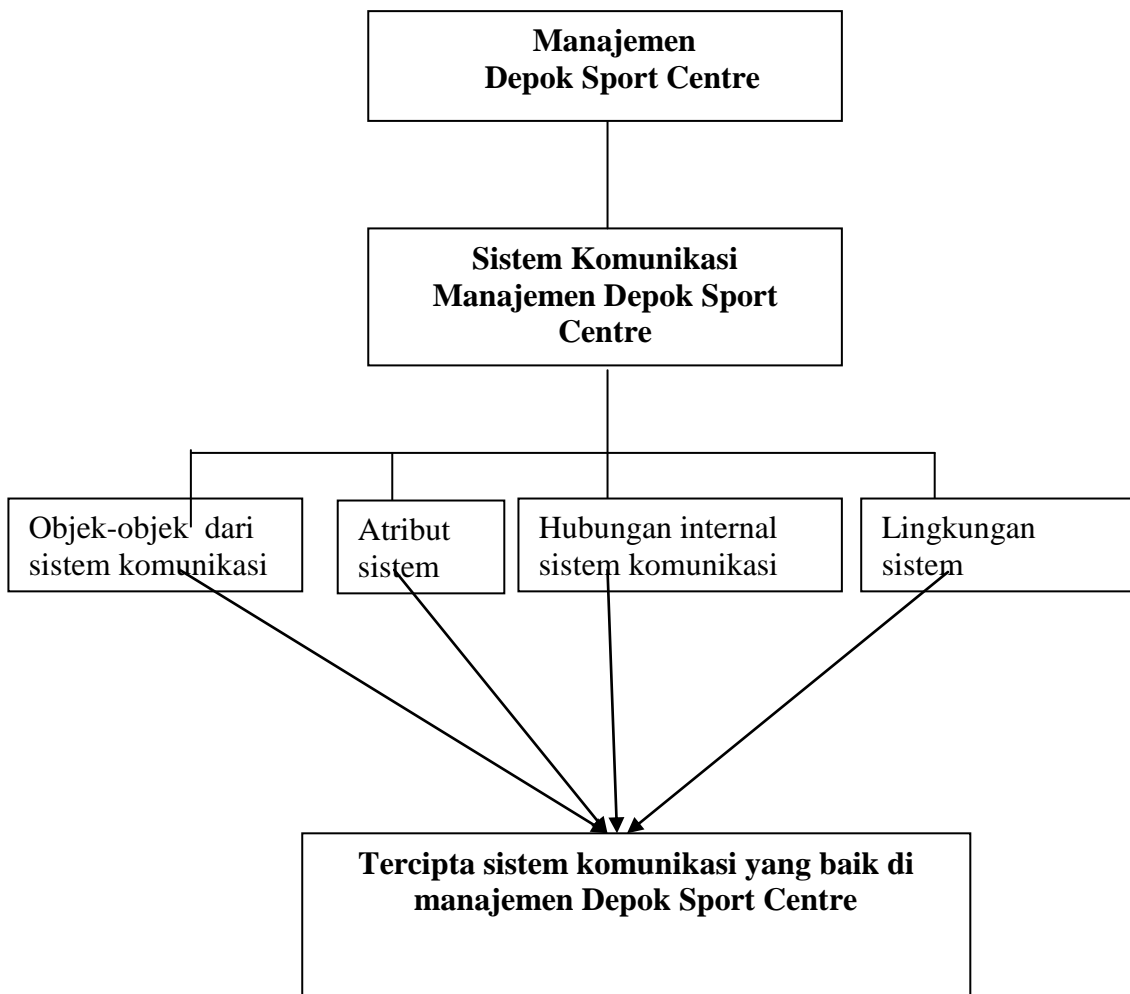
C.Kerangka Berfikir

Setiap organisasi melakukan kegiatan/ pekerjaan selalu disertai dengan manajemen. Selain itu untuk memperlancar proses sebuah komunikasi sudah pasti diperlukan sebuah system agar komunikasi dapat berjalan dengan baik, Ariyus Dony & Andri Rum (2008:6). Depok Sport Center merupakan salah satu pusat kebugaran olahraga yang ada di Yogyakarta. Depok Sport Center, setiap hari selalu ramai dikunjungi oleh orang yang akan menggunakan jasa layanan kebugaran, karena orang-orang tersebut mengerti akan pentingnya pola hidup sehat dan sangat membutuhkan kebugaran bagi tubuhnya. Dalam kehidupan sekarang ini, persaingan di antara jasa kebugaran Depok Sport Center ini semakin ketat dan semakin terbuka,khususnya di yoagyakarta. Sehingga, kepuasan pelanggan sangat menjadi prioritas yang paling utama. Konsumen sangat selektif didalam memilih tempat kebugaran yang nyaman, aman, murah, menjanjikan, serta bisa memuaskan dirinya, sehinga pengusaha dapat menyikapi masalah tersebut.

Dalam menyikapi masalah tersebut maka pengusaha harus lebih peka terhadap keinginan atau harapan dari konsumen. Selain itu, pihak manajemen juga harus mampu

mengelola serta menerapkan strategi didalam sistem komunikasi yang di kelola, apakah sistem komunikasi yang terdiri dari objek-objek dari sistem komunikasi, atribut sistem, hubungan internal sistem komunikasi, Lingkungan sistem, sehingga dengan adanya rancangan tersebut system komunikasi yang di berikan akan menjadi semakin baik Littlejohn (1999:223). Dengan demikian maka konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan sehingga konsumen tidak beralih jasa di tempat pesaing.

Bagan Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain penelitian

Dalam pembahasan masalah yang dikaji dalam tugas akhir ini, penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan analisis persentase. Populasi penelitian ini ialah konsumen Depok Sport Center tersebut antara lain konsumen umum dan klub olahraga. Penelitian ini berlangsung selama dua bulan dimulai bulan Oktober sampai November 2015 di Depok Sport Center.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Sistem komunikasi diartikan sebagai tingkat keunggulan yang dimiliki Depok Sport Center untuk memenuhi keinginan pelanggan, dalam memberikan atau menggunakan sistem komunikasi yang baik kepada konsumen. Terdapat empat kriteria penentu sistem komunikasi, yaitu: komunikator, pesan, komunikan, dan lingkungan (konteks).

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:105) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2011: 90), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu adalah konsumen di Depok Sport Center Yogyakarta.

2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2011: 91), menjabarkan sampel sebagai dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sukandarrumi (2006: 50) menjelaskan “sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat –sifat yang sama obyek yang merupakan sumber data. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*.”

Menurut Sugiyono (2006: 60) “*insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel”. Cara pengambilan sampel dengan *insidental sampling* dimana semua konsumen yang datang di Depok Sport Center dalam kurun waktu kurang lebih dua bulan semuanya adalah sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta, yang dalam penelitian ini diambil sebanyak 50 orang.

D. Instrumen Penelitian

Suharsimi Arikunto (2002: 101) mengatakan instrumen penelitian adalah alat bantu atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasil yang lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Nasution (2000: 128) menjelaskan angket sebagai daftar pertanyaan yang 35 didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti.

Dalam penelitian ini bentuk instrumen yang digunakan adalah berupa angket dengan menggunakan skala likert yang telah di modifikasi dengan penilaian sebagai berikut: sangat setuju (SS) skor 4, setuju (S) skor 3, tidak setuju (TS) skor 2, dan sangat tidak setuju (STS) skor 1.

Ali Maksum (2012: 130) mengatakan angket adalah serangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengungkap informasi, baik menyangkut fakta atau pendapat. Menurut Nasution (2000: 128) angket adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti.

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 7) ada beberapa langkah yang harus ditempuh dalam menyusun instrumen, langkah-langkah tersebut antara lain yaitu:

1. Mendefinisikan konstruk

Mendefinisikan konstruk yaitu suatu tahapan yang bertujuan untuk memberikan batasan arti dari konstruk yang akan diteliti, dengan demikian nantinya tidak terjadi penyimpangan terhadap tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu konsep dasar mengenai pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan.

2. Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah suatu tahap yang bertujuan untuk menandai faktor-faktor yang disangka dan kemudian diyakini menjadi komponen dari konstruk yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini faktor yang akan diteliti adalah faktor dari variabel pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan Depok Sports Center.

3. Menyusun butir-butir pertanyaan

Langkah yang ketiga adalah menyusun butir pertanyaan berdasarkan faktor yang menyusun konstruk. Butir pertanyaan harus merupakan penjabaran dari isi faktor. Berdasarkan faktor-faktor tersebut kemudian disusun butir-butir soal yang dapat memberikan gambaran tentang faktor tersebut.

Angket disajikan dalam bentuk tertutup dan terbuka kemudian dijawab langsung oleh responden. Jawaban diberikan dengan tanda check list (√) pada lembar jawaban yang sudah disediakan dan khusus kolom dengan menuliskan angka-angka dari jumlah yang tersedia.

Dalam menyusun butir angket, peneliti menggunakan kalimat yang sederhana, jelas, dan mudah dimengerti sehingga dalam menjawab responden tidak mengalami kesulitan. Untuk menyusun butir – butir pertanyaan dibuat kisi- kisi angket sebagai berikut.

Tabel 1. Kisi-kisi Angket Penelitian

Konstruk	Faktor	Indikator	Nomor butir	Jumlah
	1. Objek-objek dari sistem komunikasi	1 .unsur-unsur komunikasi (komunikator)	1,2,3,4,	4
		2. unsur-unsur komunikasi pesan dan media	5,6,7,8,	4
		3. komunikasi, dan efek.	9,10,11,12,	4
	2. Atribut sistem komunikasi	1. kualitas atau properti	13,14,15,	4

Sistem komunikasi Depok Sport Center Yogyakarta terhadap Konsumen		sistem komunikasi	16,	
		2.unsur komunikasi	17,18,19, 20,	4
	3.Hubungan internal sistem komunikasi	1. komunikator dan komunikan sebagai anggota sistem	21,22,23, 24,	4
		2. melalui pesan-pesan komunikasi mereka.	25,26,27, 28,	4
4.Lingkungan sistem komunikasi	1. sistem social	29,30,31, 32,	4	
	2 sistem politik	33,34,35, 36,	4	
	3 sistem budaya	37,38,39, 40.	4	
Total				40

Untuk mendapatkan data yang baik, sebelum angket digunakan untuk pengambilan data sesungguhnya sebaiknya dilakukan uji coba untuk mengetahui validitas dan realibilitas, kemudian akan diperoleh alat atau instrumen yang betul-betul dapat digunakan survei yang sebenarnya.

E. Uji Coba Instrumen

1. Uji Validitas

Sugiyono (2011: 146) menjelaskan validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga terdapat data yang valid.

Perhitungan validitas menggunakan komputer seri program statistik SPSS 21.00 *version for windows*. Butir angket yang sah atau valid apabila mempunyai harga r hitung $\geq r$ tabel (0,378) dengan taraf signifikan 5% pada $df (N-2) = 18$. Dari hasil uji coba 40 butir pernyataan angket, diperoleh nilai validitas total sebesar 0,841.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi Arikunto, 2002:154). Menguji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (instrumen) dapat memperhatikan kemantapan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrumen tersebut dalam penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Instrument dikatakan *reliable* apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Perhitungan reliabilitas menggunakan rumus komputer seri program statistik SPSS 21.00 *version for windows*.

Hasil uji reliabilitas menggunakan bantuan komputer program *SPSS 21.00 for Windows Evaluation Version*, diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,957. Hasil tersebut dapat disimpulkan instrumen dikatakan *reliable* atau andal.

Sebagai tolak ukur tinggi rendahnya koefisien realibilitas digunakan interpretasi yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (2002: 245) sebagai berikut:

0,800 - 1,00	: Sangat Tinggi
0,600 - 0,800	: Tinggi
0,400 - 0,600	: Cukup
0,200 - 0,400	: Rendah
0,000- 0,200	: Sangat Rendah

Hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,957, dengan hasil tersebut dapat diartikan jika nilai koefisien reliabilitasnya adalah sangat tinggi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survei dan teknik pengumpulan data menggunakan angket yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan. Suharsimi Arikunto (2002: 86) mengatakan survei adalah mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai faktor-faktor yang merupakan pendukung untuk memecahkan masalah dan juga bermaksud untuk menentukan kesamaan status dengan cara membandingkannya dengan standar yang sudah ditemukan. Survei bertujuan untuk memantapkan atau mempertajam suatu rencana penelitian.

Menurut Sugiyono (2013:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan menggunakan angket tertutup yang berupa pernyataan tertulis, yang diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya. Angket dalam penelitian ini berbentuk berupa butir-butir pernyataan yang diikuti kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan: Sangat Puas (SP), Puas (P), Tidak Puas (TP), Sangat Tidak Puas (STP). Pada setiap pernyataan yang dijawab oleh responden memiliki nilai yang tercantum dalam tabel 2 sebagai berikut:

Table 2. Nilai Butir Pernyataan

No	Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal
1	Sangat Puas	4
2	Puas	3
3	Tidak Puas	2
4	Sangat Tidak Puas	1

G. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh, langkah berikutnya yaitu menganalisis data untuk menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif menggunakan angket yang sudah reliabel. Menurut Djemari Marpadi (2008 : 123) skala yang digunakan untuk mengetahui kategorisasi hasil pengukuran distribusi normal sebagai berikut:

Tabel 3. Kategori Tingkat Kepuasan

No.	Interval	Kategori
1.	$X \geq M + 1.SBx$	Sangat Puas
2.	$M + 1.SBx > X \geq M$	Puas
3.	$M > X \geq M - 1.SBx$	Tidak Puas
4.	$X < M - 1.SBx$	Sangat Tidak Puas

Keterangan :

M : Rerata

SBx : Simpangan Baku

X : Skor yang dicapai

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah dilakukannya terhadap pengumpulan data melalui kuesioner penelitian yang tentunya disesuaikan dengan tujuan dari riset yang dilakukan. Adapun metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Analisis Kuantitatif

a. Uj Korelasi

Hipotesis untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen di Demari Reflexiology Yogyakarta. Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan rumus person product moment.

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan = X = Variabel Prediktor
 Y = Variabel Kriterium
 N = Jumlah pasangan skor
 $\sum xy$ = Jumlah skor kali x dan y

$$\begin{aligned} \Sigma x &= \text{Jumlah skor } x \\ \Sigma y &= \text{Jumlah skor } y \\ \Sigma x^2 &= \text{Jumlah kuadrat skor } x \\ \Sigma y^2 &= \text{Jumlah kuadrat skor } y \\ (\Sigma x)^2 &= \text{Kuadrat jumlah skor } x \\ (\Sigma y)^2 &= \text{Kuadrat jumlah skor } y \end{aligned}$$

b. Koefisien Determinasi (R²)

Melalui pengujian serentak ini sekaligus dapat diketahui besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut secara bersama-sama dengan melihat koefisien determinasi (R²). Dari koefisien determinan (R²) dapat diketahui derajat ketepatan dari analisis Regresi Linear Sederhana. R² menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas dan variabel terikatnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

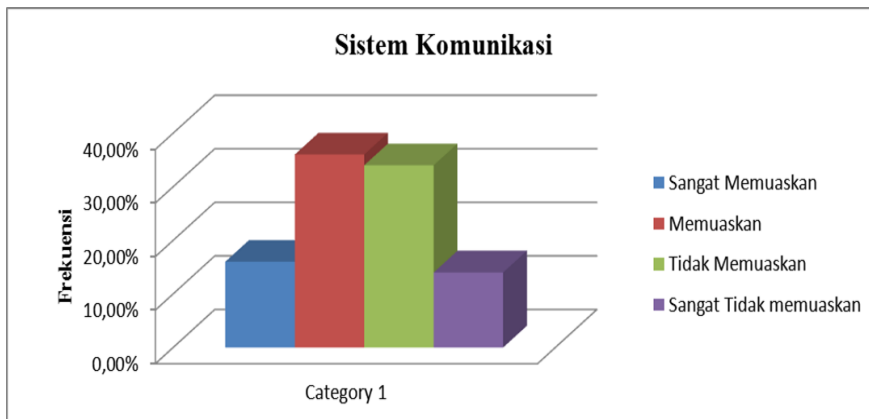
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen. Secara terperinci statistik hasil penelitian sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen diperoleh, rata-rata (*mean*) = 117,66, median = 118 modus sebesar = 111; *standart deviasi* = 12,49. Tabel distribusi hasil penelitian sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Sistem Komunikasi yang Dilakukan oleh Manajemen Depok Sport Center terhadap Konsumen

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	> 130,15	Sangat Memuaskan	8	16
2	$117,66 > X \geq 130,15$	Memuaskan	18	36
3	$105,17 > X \geq 117,66$	Tidak Memuaskan	17	34
4	< 105,17	Sangat Tidak Memuaskan	7	14
Jumlah			50	100

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Sistem Komunikasi yang dilakukan Oleh Manajemen Depok Sport Center Terhadap Konsumen

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian di atas diperoleh sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center sebagian besar menyatakan memuaskan sebesar 36 % responden, menyatakan tidak memuaskan sebesar 34 %, sangat memuaskan 16 % dan sangat tidak memuaskan 14 %. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diartikan sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen adalah memuaskan.

Hasil penelitian sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen dalam penelitian ini didasarkan pada 4 faktor. Hasil penelitian faktor-faktor tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

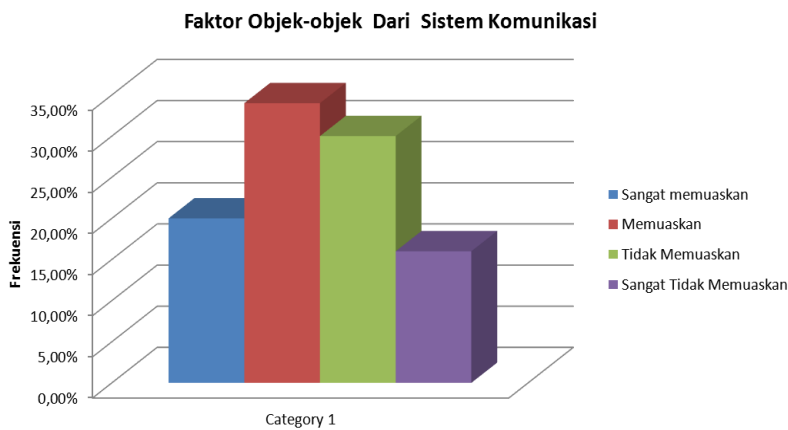
1. Faktor Objek-objek dari Sistem Komunikasi

Hasil statistik data penelitian pada faktor objek-objek dari sistem komunikasi diperoleh rata-rata (*mean*) = 35,9, median = 36, modus sebesar = 32; *standart deviasi* = 5,50. Tabel distribusi faktor objek-objek dari sistem komunikasi sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Faktor Objek-Objek dari Sistem Komunikasi

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	> 41,4	Sangat Memuaskan	10	20
2	$35,9 > X \geq 30,4$	Memuaskan	17	34
3	$30,4 > X \geq 25,9$	Tidak Memuaskan	15	30
4	< 20,4	Sangat Tidak Memuaskan	8	16
Jumlah			50	100

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Faktor Objek-objek dari Sistem Komunikasi

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diperoleh hasil penelitian pada faktor objek-objek sebagian besar menyatakan memuaskan sebesar 34 %, tidak memuaskan sebesar 30 %, sangat memuaskan sebesar 20 % dan sangat tidak memuaskan sebesar 16 %.

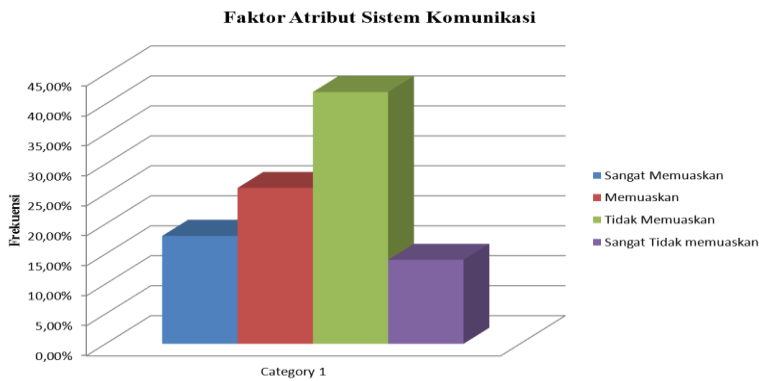
2. Faktor Atribut Sistem Komunikasi

Hasil penghitungan pada faktor atribut sistem komunikasi diperoleh rata-rata (*mean*) = 23,1, median = 22, modus sebesar = 21; *standart deviasi* = 3,46. Tabel distribusi hasil penelitian faktor atribut Sistem komunikasi adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Faktor Atribut Sistem Komunikasi

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	> 26,56	Sangat Memuaskan	9	18
2	$23,1 > X \geq 26,56$	Memuaskan	13	26
3	$19,64 > X \geq 23,1$	Tidak Memuaskan	21	42
4	< 19,64	Sangat Tidak Memuaskan	7	14
Jumlah			50	100

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Faktor Atribut Sistem Komunikasi

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diperoleh faktor atribut sistem komunikasi sebagian besar menyatakan tidak memuaskan sebesar 42 %, memuaskan sebesar 26 %, sangat memuaskan sebesar 18 % dan sangat tidak memuaskan sebesar 14 %.

3. Faktor Hubungan Internal Sistem Komunikasi

Hasil penghitungan data faktor hubungan internal sistem komunikasi tanggap rata-rata (*mean*) = 23,76, median = 3,15, modus sebesar = 21; *standart deviasi* = 3,15.

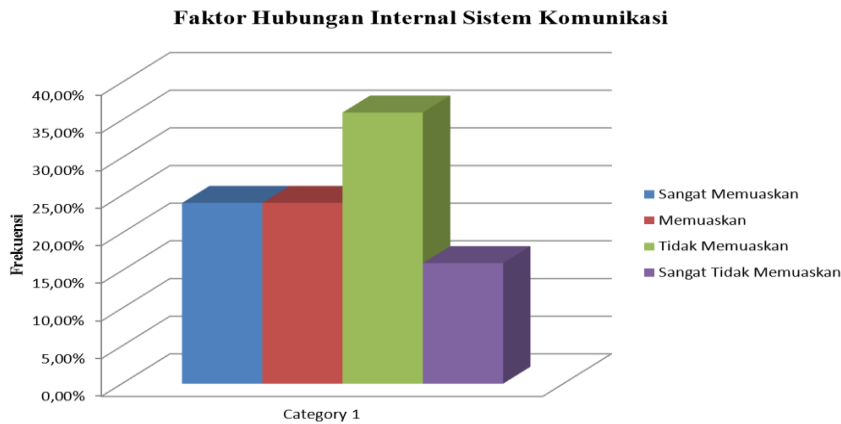
Tabel distribusi data faktor hubungan internal sistem komunikasi adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Faktor Hubungan Internal Sistem Komunikasi

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	> 26,91	Sangat Memuaskan	12	24
2	23,76 > X ≥ 26,91	Memuaskan	12	24
3	20,61 > X ≥ 23,76	Tidak Memuaskan	18	36
4	< 20,61	Sangat Tidak Memuaskan	8	16
Jumlah			50	100

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai

berikut:



Gambar 5. Diagram Faktor Hubungan Internal Sistem Komunikasi

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diperoleh faktor hubungan internal sistem komunikasi sebagian besar menyatakan tidak memuaskan sebesar 36 %, memuaskan sebesar 24 %, sangat memuaskan sebesar 24 % dan sangat tidak memuaskan sebesar 16 %.

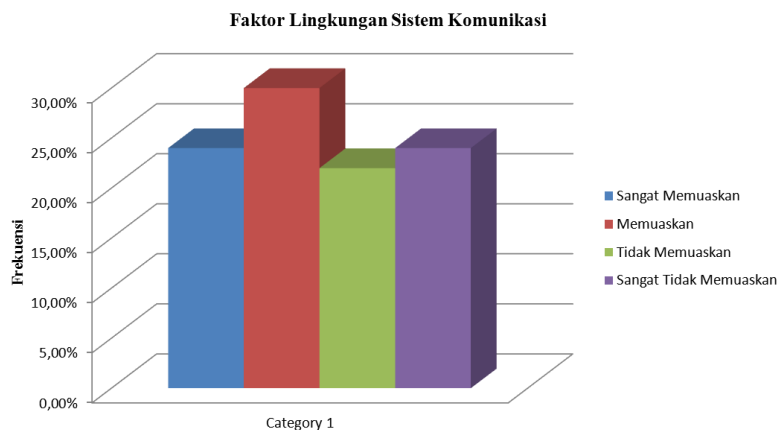
4. Faktor Lingkungan Sistem Komunikasi

Hasil penghitungan faktor lingkungan sistem komunikasi rata-rata (*mean*) = 34,9, median = 35, modus sebesar = 36; *standart deviasi* = 3,77. Tabel distribusi faktor lingkungan sistem komunikasi, sebagai berikut:

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Faktor Lingkungan Sistem Komunikasi

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	> 38,67	Sangat Memuaskan	12	24
2	34,9 – 38,67	Memuaskan	15	30
3	31,13 – 34,9	Tidak Memuaskan	11	22
4	< 31,13	Sangat Tidak Memuaskan	12	24
Jumlah			50	100

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Faktor Lingkungan Sistem Komunikasi

Berdasarkan tabel dan gambar diperoleh faktor lingkungan sistem komunikasi sebagian besar menyatakan memuaskan sebesar 30 %, sangat memuaskan sebesar 24 %, sangat tidak memuaskan sebesar 24 % dan tidak memuaskan sebesar 22 %.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen depok sport center terhadap konsumen. Menurut Muhammad, Arni (2015 :4-5) Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara komunikator dan komunikan untuk mengubah tingkah laku. Komunikator dapat berupa seorang individu, kelompok, atau organisasi. komunikan dapat berupa seorang anggota organisasi, seorang kepala bagian, pimpinan, kelompok orang dalam organisasi, atau organisasi secara keseluruhan, komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena antara komunikator dan komunikan saling mempengaruhi satu sama lain. Perubahan tingkah laku maksudnya dalam pengertian yang luas yaitu perubahan yang terjadi di dalam diri individu mungkin dalam aspek kognitif, afektif atau psikomotor.

Mulyana (2000:69) mengungkapkan komunikasi sebagai tindakan satu arah komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, misalnya tenaga pendidik kepada pihak lain (peserta didik), baik langsung melalui suatu tatap muka ataupun tidak langsung melalui suatu media.

Menurut Louis Forsdale (Muhammad Arni 2015:2), ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, “ *communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*”. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal yang berupa verbal dan non verbal yang mempunyai aturan tertentu . Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturan aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya.

Komunikasi dikatakan efektif jika hasil penerima atas pesan yang diterimanya persis sama dengan yang dimaksudkan oleh pengirim, dalam proses komunikasi, pesan yang hendak disampaikan oleh pengirim memberikan arti pesan yang diterimanya tersebut. Dengan demikian komunikasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan, dikarenakan untuk menyampaikan informasi diperlukan komunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi atau pesan yang dibutuhkan, maka pesan yang dibutuhkan pesan yang diharapkan tidak dapat diterima oleh pihak lain sehingga mengakibatkan salah persepsi atau penafsiran, dari hal tersebut dapat mengakibatkan timbulnya *miss communication* antara manajemen dan pihak lain.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center yang masuk kategori memuaskan sebesar 36 %, tidak memuaskan sebesar 34 %, sangat memuaskan 16 % dan sangat tidak memuaskan 14 %. Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan.

Responden yang masuk dalam kategori memuaskan dan sangat memuaskan dapat diartikan konsumen merasa puas dengan sistem komunikasi di Depok Sport Center. Komunikasi yang baik oleh manajemen Depok Sport Center berupa pelayanan dalam memberikan informasi kepada konsumen.

Karyawan memberikan informasi dengan baik dan ramah mengenai pelayanan di Depok Sport Center, karyawan berbicara dengan sopan dan ramah kepada konsumen, karyawan mampu memberikan informasi dengan baik dan jelas. Beberapa hal tersebut tentu saja mampu membuat konsumen merasa puas dengan sistem komunikasi yang dilakukan oleh Depok Sport Center.

Sedangkan hasil yang masuk dalam kategori tidak memuaskan dan sangat tidak memuaskan dapat diartikan Depok Sport Center mempunyai sistem komunikasi yang kurang baik. Beberapa karyawan yang ada di Depok Sport Center dalam berkomunikasi masih kurang baik, beberapa karyawan masih kurang baik dalam memberikan pelayanan, komunikasi, atau bahkan kurang ramah terhadap konsumen. Karyawan hanya diam jika tidak ditanya, mereka tidak mengajak bicara jika tidak diajak bicara, hal tersebut yang di temukan beberapa konsumen.

Kepuasan konsumen /pelanggan merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

1. Faktor objek-objek dari sistem komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian pada faktor objek-objek sebagian besar menyatakan memuaskan sebesar 34 %, tidak memuaskan sebesar 30 %, sangat memuaskan sebesar 20 % dan Sangat tidak memuaskan sebesar 16 %. Hasil kepuasan konsumen berdasarkan objek-objek dari sistem komunikasi, diartikan bahwa di Depok Sport Center mempunyai pusat informasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai Depok Sport Center.

Selain itu di dukung oleh pengetahuan yang baik, sehingga dengan pengetahuan yang baik tersebut karyawan mampu menyampaikan informasi kepada konsumen secara baik dan menyeluruh. Karyawan mampu menyampaikan informasi dengan lengkap, dengan sistem komunikasi yang dilakukan Depok Sport Center tersebut konsumen selama ini merasa puas terhadap pelayanan sistem komunikasi yang dilakukan.

2. Atribut Sistem Komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh faktor atribut sistem komunikasi sebagian besar menyatakan tidak memuaskan sebesar 42 %, memuaskan sebesar 26 %, sangat memuaskan sebesar 18 % dan sangat tidak memuaskan sebesar 14 %. Hasil tersebut dapat diartikan karyawan Depok Sport Center kurang mempunyai kesiapan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga dalam hal ini konsumen merasa tidak puas dengan sistem komunikasi yang dilakukan.

Hal tersebut dibuktikan dengan karyawan kurang memberikan perhatian terhadap konsumen yang mengalami cedera, karyawan kurang memberikan pelayanan dengan cepat ketika konsumen membutuhkan informasi, perhatian yang baik tentu saja sangat penting untuk kemajuan sebuah badan usaha salah satunya Depok Sport Center karyawan harus mampu menanggapi segala masukan dan saran dari konsumen untuk perbaikan Depok Sport Center kedepannya.

3. Hubungan Internal Sistem Komunikasi

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diperoleh faktor daya hubungan internal sistem komunikasi sebagian besar menyatakan tidak memuaskan sebesar 36 %, memuaskan sebesar 24 %, sangat memuaskan sebesar 24 % dan sangat tidak memuaskan sebesar 16 %. Hasil berdasarkan hubungan internal sistem komunikasi dapat diartikan manajemen Depok Sport Center kurang baik dalam berkomunikasi dengan baik kepada siapapun. Hal tersebut diartikan karyawan kurang mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumen apalagi yang berbangsa asing, dikarenakan mereka kurang mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam berbicara dengan bahasa asing. Depok Sport Center mempunyai pelanggan tidak hanya orang Indonesia tetapi juga datang dari luar negeri. Manajemen Depok Sport Center berusaha memberikan kenyamanan dan keamanan kepada konsumen.

4. Lingkungan sistem Komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh faktor lingkungan sistem komunikasi sebagian besar menyatakan memuaskan sebesar 30 %, sangat memuaskan sebesar 24 %, sangat tidak memuaskan sebesar 24 % dan tidak memuaskan sebesar 22 %. Hasil kepuasan berdasarkan lingkungan sistem komunikasi dapat diartikan karyawan mampu bekerja sesuai dengan pekerjaannya masing-masing, artinya karyawan mampu bekerja sesuai dengan tugasnya dengan cukup baik.

Depok Sport Center mampu memberikan kenyamanan seperti: kemanana di tempat parkir, kebersihan lingkungan, lokasi yang mudah dijangkau atau strategis serta kenyamanan dalam menggunakan fasilitas. Kepuasan konsumen dalam hal tersebut tidaklah harus bersifat formal dalam berbicara, yang terpenting adalah sikap ramah, sopan dan tanggap terhadap konsumen. Akan tetapi sikap yang baik pasti harus dijaga agar konsumen merasa dihormati dan dilayani dengan baik. Konsumen merasa nyaman, dan informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center sebagian besar hasilnya memuaskan sebesar 36%, tidak memuaskan sebesar 34%, sangat memuaskan 16% dan sangat tidak memuaskan 14%. Jadi dapat disimpulkan yaitu sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center memuaskan sebesar 36%.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan kesimpulan di atas maka implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem komunikasi yang baik dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Depok Sport Center, dengan demikian manajemen Depok Sport Center dapat meningkatkan pengetahuan karyawan mengenai sistem komunikasi yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Menjadi catatan bagi pengelola Depok Sport Center kepuasan konsumen mengenai sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center.

C. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah diusahakan sebaik-baiknya, namun tidak lepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada, di antaranya adalah:

1. Terbatasnya variabel yang diteliti yaitu hanya pada sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen.
2. Terbatasnya waktu, peneliti tidak mengontrol kondisi fisik dan psikis terlebih dahulu apakah responden dalam keadaan fisik yang baik atau tidak saat mengisi angket.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi manajemen Depok Sport Center, agar sistem komunikasi lebih ditingkatkan pelayanannya untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen di Depok Sport Center.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan sampel dan populasi yang lebih luas lagi sehingga, identifikasi sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen dapat teridentifikasi lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Maksum. (2012). *Metodologi penelitian dalam olahraga*. Surabaya: Unesa University Press.
- Arni Muhammad (2015). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara. Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. (1993).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Budi K, (1999).*Faktor Komunikasi Efektif*. <http://www.ubm.ac.id>
- Danang Sunyoto. (2013). *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Deddy Mulyana (2014). *Ilmu Komunikasi*. Bandung. Pt Remaja Rosdakarya
- Depdikbud. (1986).*Kamus pelajar*. Jakarta: Balai Pustaka.
_____ (1990).*Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Dony Ariyus dan Rum Andri K.R (2008). *Komunikasi Data*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Drucker, Peter F. ,(1982) *pengantar Manajemen* (terjemahan), jakart: PT. Binaman Presindo LPPPM
- Faizakhadiyah.(2012).Sistem-Komunikasi./<http://wordpress.html>
- Fandy Tjiptono. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Fajar Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi: teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, Sutrisno. (1991).*Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*.
- Hani Handoko. (1991). *Manajemen produksi dan operasi*. Yogyakarta: BPFE _yogyakarta.
- Hasan Alwi. (2002.) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka
- Hrbison, Fredrick and Chorles A Myers. *Manajemen In tha Industrial World* (New Tork ; Mc Graw Hill- Book Company 1959
- Ilham Surya Fallo. (2007) “*Kualitas Pelayanan Klinik Kebugaran Fakultas Ilmu Keolahraaan Universitas Negeri Yogyakarta.*”*Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY
- Kotler, Keller. (2002). *Manajemen pemasaran Edisi millenium*. Jakarta: PT prenelindo.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, Stephen W, (1999) *Theories of Human Communication*, 6th Ed., Belmont CA, Wadsworth Publishing.
- M. Manullang. (2008). *Dasar- Dasar Manajemen*. Gajah Mada University Press P.O. Box 14, Bulak Sumur, Yogyakarta.
- Nasution, S. (2000). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Peter , Olson (2005). <http://kukuhkurniant.blogspot.co.id/2011/03/pengertian-sistem.html>.
- Rambat Lupiyoadi (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Richard West and Lynn H. Turner (2010), *Introducing Communication Theory: analysis and theory 4th ed.*, New York: McGraw Hill.
- Sugiyono (2006). *Metodologi penelitian administrasi*. Jakarta : Alfabeta.
- _____ (2011). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardjono. (1994.) *Meningkatkan kemampuan berkomunikasi Malang* : Bagian penerbit Institut Tekonlogi Nasional.
- Suharsimi, Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2002).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sukandarrumi.(2006). *Metodologi penelitian petunjuk praktis untuk peneliti pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Suranto Aw. (2011) *komunikasi interpersonal*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Tatang M. Amirin (1996). <http://adiprakosa.blog.unas.ac.id/materi-kuliah/sistem-komunikasi-indonesia/sistem-komunikasi>.
- Titiek Triwidodo dan Djoko Kristanto.(2004.) *Pengembangan Kepribadian seorang atlet*. Jakarta: Grasindo.
- Wardani, I.G.A.K. (1992).*Dasar-dasar komunikasi dan Keterampilan Dasar Mengajar. PAU untuk Peningkatan dan Pengembangan Aktivitas Instruksional*, Ditjen Dikti 1992.
- Wibowo. (2010). *Budaya Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Widjaja, H.A.W, (2000). *Ilmu Komunikasi*, Edisi Revisi, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta 55281 Telp.(0274) 513092, 586168 psw: 282, 299, 291, 541

Nomor : 011/UN.34.16/PP/2016. 06 Januari 2016.
Lamp : 1 Eks.
Hal : Permohonan Ijin Penelitian.

Yth : Pengelola Depok Sport Center Yogyakarta.

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Hendra Saputra.
NIM : 11603141016.
Program Studi : Ilmu Keolahragaan (IKORA).

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : 11 Desember 2015 s.d 22 Desember 2015.
Tempat/obyek : Depok Sport Center Yogyakarta.
Judul Skripsi : Sistem Komunikasi yang Dilakukan Oleh Manajemen Depok Sport Center Terhadap Konsumen.

Demikian surat ijin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan,

Dewan S. Suherman, M.Ed.
07 198812 1 001

Tembusan :

1. Kaprodi IKORA.
2. Pembimbing TAS.
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 2. Surat Permohonan Ijin Pengambilan Data



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
JURUSAN PENDIDIKAN KESEHATAN DAN REKREASI
Alamat : Jl. Kolombo No. 1 Telp. (0274) 513092 Ext. 291

Nomor : 01 /Perm-Pemb/SKP/IKOR-PKR/I/2015
Lamp. : 1 Exs. Proposal Skripsi
Hal. : Pembimbing Penulisan Skripsi

7 Januari 2015

Kepada: Yth. **Bapak Sumarjo, M.Kes.**
Dosen Jurusan PKR FIK UNY

Diberitahukan dengan hormat, bahwa dalam rangka membantu mahasiswa dalam menyusun tugas akhir sebagai persyaratan penyelesaian studi, maka dimohon kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan Skripsi Saudara:

Nama : Hendra Saputra
NIM : 11603141016
Judul : Sistem Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Manajemen Depok Sport Center Terhadap Konsumen.

Jika ada perbaikan dan pembenahan judul langsung dapat diselesaikan dengan mahasiswa, tanpa mengurangi makna yang terkandung, dan dilaporkan ke Prodi.

Atas perhatian dan kesedian Bapak disampaikan terima kasih.

Ketua Jurusan PKR,

Yudik Prasetyo, M.Kes..
NIP. 19820815 200502 1 002

Tembusan:
Mahasiswa Bersangkutan

File : Pemb TAS mydoc 13



Lampiran 3. Surat Persetujuan Validasi Ahli

SURAT PERSETUJUAN VALIDASI AHLI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Sumarjo,M.Kes
NIP : 19631217199001 1 002
Unit Kerja : Fik - Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa instrumen untuk penelitian telah saya teliti, dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir Skripsi yang berjudul: **“Sistem Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Manajemen Depok Sport Center Terhadap Konsumen.”**

Lembar keterangan alat dan cara pelaksanaan penelitian tersebut disusun oleh:

Nama : Hendra Saputra
NIM : 11603141016
Prodi : IKOR

Telah disetujui dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian penyelesaian Tugas Akhir Skripsi.

Demikian surat persetujuan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta 30 Desember 2015



Drs. Sumarjo,M.Kes
19631217199001 1 002

Lampiran 4. Angket Penelitian

A. Identitas Responden

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin : 1). Laki-laki / 2) Perempuan
Pendidikan :

B. Petunjuk

1. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama.
2. Beri tanda *check list*(√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan Bapak/Ibu/Saudara pada kolom yang disediakan.

Setiap pertanyaan, memiliki alternatif jawaban sebagai berikut :

SM = Sangat Memuaskan
M = Puas
TM = Tidak Puas
STM = Sangat Tidak Memuaskan

No	Pernyataan	SM	P	TP	STM
I Objek-objek dari sistem komunikasi					
1.	Karyawan Depok Sport Center memiliki kemampuan dalam berkomunikasi				
2.	Karyawan Depok Sport Center berkomunikasi dengan sistem komunikasi				
3.	Karyawan berkomunikasi dengan sopan				
4.	Karyawan Depok Sport Center memiliki pengetahuan luas tentang Depok Sport Center.				
5.	Depok Sport Center memiliki pusat informasi				
6.	Karyawan Depok Sport Center memberikan perhatian				
7.	Karyawan Depok Sport Center berkomunikasi melalui pesan dengan media cetak				
8.	Adanya pengembangan Depok Sport Center yang disesuaikan dengan menggunakan media social				

9.	Penyampaian pesan karyawan Depok Sport Center yang efektif				
10.	Penyampaian aturan yang benar oleh karyawan Depok Sport Center				
11.	Waktu buka yang di berikan Depok Sport Center				
12.	Waktu tutup yang di berikan Depok Sport Center				
II Atribut Sistem komunikasi					
13.	Karyawan memberikan perhatian penuh saat mengalami cedera				
14.	Layanan karyawan Depok Sport Center yang diberikan kepada konsumen				
15.	Kesiapan karyawan yang bertugas dibidang kerja masing-masing				
16.	Layanan administrasi yang diberikan Depok Sport Center				
17.	Komunikasi karyawan penjaga parkir kendaraan Depok Sport Center kepada konsumen				
18.	Komunikasi karyawan penjagaan informasi Depok Sport Center				
19.	Adanya fasilitas pendukung yang disediakan oleh Depok Sport Center				
20.	Karyawan Depok Sport Center menanggapi krtikan dan saran konsumen				
III Hubungan internal sistem					
21.	Pengetahuan karyawan dalam bekerja dan berkomunikasi				
22.	Karyawan berkomunikasi menggunakan sistem komunikasi				
23.	Karyawan Depok Sport Center dalam penyesuaian sesuai bidang pekerjaannya				
24.	Semua karyawan berempati tanpa membedakan bangsa asing dan pribumi				

25.	Karyawan Depok Sport Center menyikapi konsumen dengan senang hati				
26.	Karyawan Depok Sport Center melakukan kinerja kerjanya				
27.	Keamanan saat beraktifitas di area Depok Sport Center				
28.	Karyawan menyampaikan komunikasi yang jelas				
IV Lingkungan sistem komunikasi					
29.	Komunikasi karyawan dengan konsumen				
30.	Adanya respons karyawan Depok Sport Center terhadap konsumen				
31.	Ketepatan berkomunikasi yang dibutuhkan konsumen				
32.	Adanya karyawan petugas penjagaan keselamatan				
33.	Karyawan Depok Sport Center menjaga kebersihan lingkungan Depok Sport Center				
34.	Keramahan karyawan terhadap konsumen				
35.	Adanya pengawasan khusus oleh karyawan Depok Sport Center				
36.	Karyawan siap tanggap saat konsumen yang berkebutuhan khusus mengalami cedera				
37.	Pengetahuan karyawan Depok Sport Center memberikan perhatian				
38.	Depok Sport Center memiliki tempat yang nyaman				
39.	Pelayanan karyawan Depok Sport Center yang cepat				
40.	Lokasi Depok Sport Center yang strategis				

Universitas Negeri Yogyakarta,
11 Desember s/d 22 Desember 2015.

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,821
		N of Items	20 ^a
	Part 2	Value	,811
		N of Items	20 ^b
		Total N of Items	40
Correlation Between Forms			,841

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,957	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR0000 1	119,1500	349,608	,533	,956
VAR0000 2	119,4500	339,524	,763	,955
VAR0000 3	119,3000	349,589	,513	,956
VAR0000 4	119,8500	346,661	,584	,956
VAR0000 5	119,8000	339,747	,630	,956
VAR0000 6	119,2000	352,168	,390	,957
VAR0000 7	119,2000	350,168	,605	,956
VAR0000 8	119,8500	344,239	,529	,956
VAR0000 9	119,3000	350,958	,524	,956
VAR0001 0	119,3500	340,345	,748	,955
VAR0001 1	119,1000	350,200	,448	,957
VAR0001 2	119,0000	350,842	,537	,956
VAR0001 3	119,6500	344,239	,614	,956
VAR0001 4	118,9000	354,411	,384	,957
VAR0001 5	119,8000	343,853	,587	,956
VAR0001 6	119,1500	347,818	,697	,955

VAR0001 7	119,3000	346,011	,744	,955
VAR0001 8	119,5500	342,682	,717	,955
VAR0001 9	119,4500	337,734	,824	,954
VAR0002 0	119,1500	346,345	,666	,955
VAR0002 1	119,2500	344,092	,590	,956
VAR0002 2	119,3000	343,379	,684	,955
VAR0002 3	119,7000	346,432	,525	,956
VAR0002 4	119,2500	351,355	,356	,957
VAR0002 5	119,8500	348,766	,507	,956
VAR0002 6	119,7000	333,379	,839	,954
VAR0002 7	119,2500	351,461	,482	,956
VAR0002 8	119,4500	337,734	,824	,954
VAR0002 9	119,2500	343,039	,624	,956
VAR0003 0	119,6500	339,397	,673	,955
VAR0003 1	119,8500	344,134	,532	,956
VAR0003 2	119,3000	349,589	,513	,956
VAR0003 3	119,8500	346,661	,584	,956
VAR0003 4	119,8000	339,747	,630	,956
VAR0003 5	119,2000	352,168	,390	,957
VAR0003 6	119,2000	350,168	,605	,956
VAR0003 7	119,7000	349,274	,399	,957

VAR0003 8	119,6500	344,239	,614	,956
VAR0003 9	119,1000	348,200	,581	,956
VAR0004 0	119,7000	344,011	,561	,956

$$Df = N - 2$$

$$18 = 20 - 2$$

r tabel = 0,378

Jika *corrected item total correlation* < 0,378, maka butir pernyataan dinyatakan gugur,

Koefisien validitas Total = 0,841

Koefisien Reliabilitas Total = 0,957

Lampiran 6.Statistik Penelitian

Frequencies

[DataSet1]

Statistics

		Sitem Komunika si	Objek- objek dari S K	Atribut S K	Hubungan Internal S K	Lingkung an SK
N	Valid	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		117,6600	35,9000	23,1000	23,7600	34,9000
Median		118,0000	36,0000	22,0000	23,0000	35,0000
Mode		111,00	32,00	21,00	21,00	36,00 ^a
Std. Deviation		12,49589	5,50417	3,46557	3,15944	3,77018
Minimum		89,00	24,00	17,00	17,00	28,00
Maximum		146,00	46,00	31,00	30,00	42,00
Sum		5883,00	1795,00	1155,00	1188,00	1745,00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Sitem Komunikasi

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
89,00	1	2,0	2,0	2,0
94,00	1	2,0	2,0	4,0
97,00	1	2,0	2,0	6,0
101,00	1	2,0	2,0	8,0
102,00	1	2,0	2,0	10,0
103,00	1	2,0	2,0	12,0
104,00	1	2,0	2,0	14,0

Valid	105,00	2	4,0	4,0	18,0
	106,00	3	6,0	6,0	24,0
	110,00	2	4,0	4,0	28,0
	111,00	6	12,0	12,0	40,0
	112,00	1	2,0	2,0	42,0
	113,00	1	2,0	2,0	44,0
	115,00	1	2,0	2,0	46,0
	116,00	1	2,0	2,0	48,0
	118,00	2	4,0	4,0	52,0
	120,00	1	2,0	2,0	54,0
	122,00	1	2,0	2,0	56,0
	123,00	2	4,0	4,0	60,0
	124,00	4	8,0	8,0	68,0
	125,00	1	2,0	2,0	70,0
	126,00	2	4,0	4,0	74,0
	127,00	1	2,0	2,0	76,0
	128,00	2	4,0	4,0	80,0
	129,00	2	4,0	4,0	84,0
	131,00	2	4,0	4,0	88,0
	133,00	1	2,0	2,0	90,0
134,00	1	2,0	2,0	92,0	
135,00	1	2,0	2,0	94,0	
137,00	1	2,0	2,0	96,0	

138,00	1	2,0	2,0	98,0
146,00	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Objek-objek dari Sistem Komunikasi

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	24,00	1	2,0	2,0
	27,00	1	2,0	4,0
	28,00	2	4,0	8,0
	29,00	3	6,0	14,0
	30,00	1	2,0	16,0
	31,00	2	4,0	20,0
	32,00	7	14,0	34,0
Valid	33,00	2	4,0	38,0
	34,00	2	4,0	42,0
	35,00	2	4,0	46,0
	36,00	6	12,0	58,0
	37,00	4	8,0	66,0
	38,00	2	4,0	70,0

39,00	2	4,0	4,0	74,0
41,00	3	6,0	6,0	80,0
42,00	1	2,0	2,0	82,0
43,00	3	6,0	6,0	88,0
44,00	2	4,0	4,0	92,0
45,00	3	6,0	6,0	98,0
46,00	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Atribut Sistem Komunikasi

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17,00	2	4,0	4,0
	19,00	5	10,0	14,0
	20,00	6	12,0	26,0
	21,00	7	14,0	40,0
	22,00	6	12,0	52,0
	23,00	2	4,0	56,0
	24,00	4	8,0	64,0
	25,00	6	12,0	76,0

26,00	3	6,0	6,0	82,0
27,00	2	4,0	4,0	86,0
28,00	4	8,0	8,0	94,0
30,00	2	4,0	4,0	98,0
31,00	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Hubungan Internal Sistem Komunikasi

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17,00	1	2,0	2,0	2,0
18,00	1	2,0	2,0	4,0
20,00	6	12,0	12,0	16,0
21,00	7	14,0	14,0	30,0
22,00	5	10,0	10,0	40,0
23,00	6	12,0	12,0	52,0
Valid 24,00	2	4,0	4,0	56,0
25,00	5	10,0	10,0	66,0
26,00	5	10,0	10,0	76,0
27,00	6	12,0	12,0	88,0
28,00	2	4,0	4,0	92,0
29,00	3	6,0	6,0	98,0
30,00	1	2,0	2,0	100,0

Total	50	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

Faktor Lingkungan Sistem Komunikasi

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
28,00	1	2,0	2,0	2,0
29,00	3	6,0	6,0	8,0
30,00	3	6,0	6,0	14,0
31,00	5	10,0	10,0	24,0
32,00	4	8,0	8,0	32,0
33,00	4	8,0	8,0	40,0
34,00	3	6,0	6,0	46,0
35,00	3	6,0	6,0	52,0
36,00	7	14,0	14,0	66,0
37,00	1	2,0	2,0	68,0
38,00	4	8,0	8,0	76,0
39,00		14,0	14,0	90,0
40,00	2	4,0	4,0	94,0
41,00	2	4,0	4,0	98,0
42,00	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Lampiran 7. Data Uji Coba

2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	3
4	3	4	2	2	4	4	2	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3	4
4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
2	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	3	2	4	4	2	2	4	4	2	2
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
2	2	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2
3	2	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	1	3	3
2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2
4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	1	4	3
3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2
2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	4	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	4	2	2	3	2	3	2	2	3	2
4	4	2	2	4	3	3	3	4	4	4	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	2
3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
2	3	2	2	3	3	3	3	2	4	4	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	4	2	2	3	2	3	2	3	3	2
4	4	2	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	2

Lampiran 8. Data Penelitian

R	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3			
2	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2	4	2	2	4	2	3	2	2	2	2	4	3	4	2	2	3	3	2		
3	2	3	3	3	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	2	2	2		
4	4	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	3	2		
5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4		
6	3	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3		
7	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	3	3		
8	4	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2	3	3	3	2		
9	3	2	2	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	4	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2		
10	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	3	2		
11	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	3	4	2	3	3	2	4	4	2	2	3		
12	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2		
13	3	2	3	1	2	3	1	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	3		
14	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	3	4		
15	2	4	3	3	3	3	4	4	2	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3		
16	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3		
17	2	3	2	2	2	4	4	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
18	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	
19	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	1	4	4	4	3	4	3	4	4	4		
20	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	
21	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4		
22	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2		
23	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3		
24	4	4	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4		
25	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4		
26	3	3	1	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4		
27	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3		
28	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	1	3	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	4	2		
29	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	3	4	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	1	2	3	3	3	3		
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	2	2		

31	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	2	2	
32	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	4	2	2	3	2	3	2	4	3	4	2	3	2	4	4	4	
33	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	2	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	
34	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	
35	3	2	1	2	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	
36	2	2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	4	2	2	2	2	
37	2	3	1	1	3	4	3	4	3	4	1	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	
38	2	3	1	1	3	4	3	4	3	4	1	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	
39	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	4	3	
40	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	
42	2	3	2	1	2	1	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	2	4	3	2	3	2	
43	2	4	4	2	4	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	
44	2	4	3	3	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	2	
45	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	4	3	4	3	2	3	2	
46	2	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	2	2	4	2	3	4	4	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	
47	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	
48	3	2	1	4	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3
39	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	2	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	
50	2	3	3	2	3	2	1	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	

Lampiran 9. Dokumentasi



Pengisian angket oleh konsumen Depok Sports Center



Pengisian angket oleh konsumen Depok Sports Center



Pengisian angket oleh konsumen Depok Sports Center



Pengisian angket oleh konsumen Depok Sports Center