

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN KHUSUSNYA SISWA SMA DI YOGYAKARTA
DALAM MENGGUNAKAN KOLAM RENANG
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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



Oleh:
Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

**PRODI PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN KHUSUSNYA SISWA SMA DI YOGYAKARTA
DALAM MENGGUNAKAN KOLAM RENANG
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**


Disusun Oleh:

Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041


telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk
dilaksanakan Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang
bersangkutan.

Yogyakarta, Juni 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi


Dr. Guntur, M.Pd
NIP. 19810916 200604 1 001

Disetujui,
Dosen Pembimbing,


Hedi Ardiyanto H, M.Or.
NIP. 19770218 200801 1 002


SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khadik Agung Priangga
NIM : 12601241041
Program Studi : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi
Judul TAS : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta

menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 29 Juni 2019
Yang Menyatakan,



Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN KHUSUSNYA SISWA SMA DI YOGYAKARTA
DALAM MENGGUNAKAN KOLAM RENANG
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

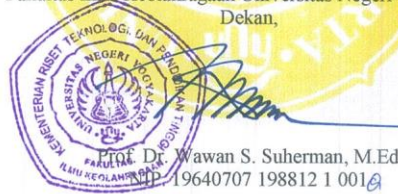
Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tugas Akhir Skripsi Program
Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi
Universitas Negeri Yogyakarta
Pada tanggal 4 Juli 2019

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Hedi Ardiyanto H, M.Or. Ketua Penguji		19 Juli 2019
Amat Komari, M.Si. Sekretaris Penguji		18 Juli 2019
R. Sunardianta, M.Kes. Penguji Utama		19 Juli 2019

Yogyakarta, Juli 2019
Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,


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

MOTTO

1. Ada pepatah Jepang yang mengatakan ‘Angkat layar dengan tangan anda yang lebih kuat’, artinya anda harus mengejar peluang yang muncul dalam kehidupan dengan kemampuan anda yang paling anda kuasai (Soichiro Honda)
2. Jangan takut untuk membuat sebuah kesalahan, tapi pastikan anda tidak melakukan kesalahan yang sama dua kali (Akio Morita)
3. Hidup cuma sekali jangan menua tanpa arti (Khadik)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya ini untuk orang yang kusayangi:

1. Orangtua yang telah memberikan dukungan moril mupun materi dan doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari mu ibu. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan mu, karena itu terimalah persembahan bakti dan cintaku untuk mu ibuku.
2. Untuk adikku yang senantiasa memberikan dukungan dan doanya untuk keberhasilan ini.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN KHUSUSNYA SISWA SMA DI YOGYAKARTA
DALAM MENGGUNAKAN KOLAM RENANG
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Oleh:

Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Metode yang digunakan adalah survei. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta khususnya siswa SMA di Yogyakarta, menggunakan teknik menggunakan *accidental sampling* yang berjumlah 27 peserta didik. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup, dengan koefisien validitas sebesar 0,653 dan reliabilitas sebesar 0,956. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang disajikan dalam bentuk persentase.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 7,41% (2 siswa), “rendah” sebesar 29,63% (8 siswa), “cukup” sebesar 29,63% (8 siswa), “tinggi” sebesar 29,63% (8 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 3,70% (1 siswa).

Kata kunci: faktor kepuasan, kolam renang UNY, siswa SMA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta“ dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Hedi Ardiyanto H, M.Or., Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi dan Ketua Penguji yang telah banyak memberikan semangat, dorongan, dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Sekretaris dan Penguji yang sudah memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap Tugas Akhir Skripsi ini.
3. Bapak Dr. Guntur., Ketua Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed., Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi
5. Pengurus Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberi izin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Siswa SMA di Yogyakarta yang telah memberi bantuan memperlancar pengambilan data selama proses penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Sahabatku yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa tiada henti.
8. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan di sini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
9. Untuk Maysa yang selalu memberikan semangat dan dukungan demi keberhasilan penelitian ini.

10. Semua teman-teman PJKR yang selalu memberikan semangat, serta motivasinya.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah berikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT/Tuhan Yang Maha Esa dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 29 Juni 2019
Penulis,



Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	8
1. Hakikat Kepuasan.....	8
2. Hakikat Jasa.....	14
3. Kualitas Layanan	21
4. Hakikat Siswa SMA	24
5. Profil Kolam Renang FIK UNY.....	26
B. Penelitian yang Relevan	28
C. Kerangka Berpikir	30
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel Penelitian	32
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	33
F. Teknik Analisis Data	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	37
1. Faktor Keandalan (<i>Reliability</i>)	39

2. Faktor Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	41
3. Faktor Keyakinan (<i>Assurance</i>)	43
4. Faktor Empati (<i>Empathy</i>)	45
5. Faktor Berwujud (<i>Tangibles</i>)	47
B. Pembahasan	49
C. Keterbatasan Hasil Penelitian	54
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	56
B. Implikasi.....	56
C. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kepuasan Pelanggan	13
Gambar 2. Diagram Pie Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta.....	38
Gambar 3. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Keandalan (<i>Reliability</i>)	40
Gambar 4. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>).....	44
Gambar 5. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Keyakinan (<i>Assurance</i>)	44
Gambar 6. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Empati (<i>Empathy</i>)	46
Gambar 7. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Berwujud (<i>Tangibles</i>).....	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Alternatif Jawaban Angket.....	33
Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen.....	34
Tabel 3. Norma Penilaian.....	36
Tabel 4. Deskriptif Statistik Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta	37
Tabel 5. Norma Penilaian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta	38
Tabel 6. Deskriptif Statistik Faktor Keandalan (<i>Reliability</i>).....	39
Tabel 7. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Keandalan (<i>Reliability</i>)...	40
Tabel 8. Deskriptif Statistik Faktor Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	41
Tabel 9. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	42
Tabel 10. Deskriptif Statistik Faktor Keyakinan (<i>Assurance</i>)	43
Tabel 11. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Keyakinan (<i>Assurance</i>)...	44
Tabel 12. Deskriptif Statistik Faktor Empati (<i>Empathy</i>).....	45
Tabel 13. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Empati (<i>Empathy</i>).....	46
Tabel 14. Deskriptif Statistik Faktor Berwujud (<i>Tangibles</i>).....	47
Tabel 15. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Berwujud (<i>Tangibles</i>)	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian dari Fakultas	61
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian	62
Lampiran 3. Angket Penelitian	63
Lampiran 4. Contoh Pengisian Angket	66
Lampiran 5. Data Penelitian.....	75
Lampiran 6. Deskriptif Statistik.....	76
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian.....	79

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia harus berusaha menjaga kesehatannya, salah satu cara untuk menjaga kesehatan agar tetap terjaga dengan baik adalah dengan aktivitas jasmani, misalnya cabang olahraga renang menjadi salah satu pilihan. Olahraga renang banyak mempunyai banyak manfaat dan tujuannya yaitu sebagai rekreasi, untuk kesehatan, dan prestasi. Renang juga merupakan olahraga yang diperlombakan baik tingkat daerah, nasional, maupun internasional. Renang merupakan salah satu cabang olahraga yang dapat dilakukan pada anak-anak dan dewasa, bahkan bayi umur beberapa bulan sudah dapat mulai diajarkan renang.

Pembelajaran intra dan ekstrakurikuler membuat siswa menghabiskan separuh dari waktu mereka untuk belajar di sekolah, sehingga menimbulkan akan adanya tingkat stress, kepenatan, dan rasa jenuh dalam beraktivitas. Untuk itu, para siswa membutuhkan aktivitas hiburan, walaupun dalam waktu singkat. Salah satu alternatif yang dapat dijadikan pilihan oleh siswa yaitu berenang. Olahraga renang membuat siapa saja yang melakukannya rileks dan meningkatkan energi tubuhnya.

Yogyakarta merupakan Provinsi yang mempunyai banyak usaha jasa kolam renang, seperti *Jogja Bay Adventure Pirates Waterpark*, *Grand Puri Waterpark*, *Galaxy Waterpark*, Kolam Renang Depok *sport Center*, Kolam Renang Salsabila, dan Kolam Renang FIK UNY dan lain sebagainya. Kolam renang FIK UNY merupakan kolam renang yang dimiliki oleh Universitas Negeri

Yogyakarta. Kolam ini memiliki 2 kolam anak ukuran 20 x 15 meter dan 2 kolam renang dengan ukuran standar nasional yaitu kolam renang utama 50 meter dengan kedalaman 1.3 meter - 2.3 meter dan kolam renang dengan kedalaman 7 meter. Kolam renang FIK UNY sering digunakan dalam perlombaan salah satu perlombaannya ialah POMNAS XIII yang diadakan di Yogyakarta.

Kolam renang FIK UNY mempunyai kolam dengan berbagai jenis dan ukuran. Dari kolam anak, kolam dewasa dengan kedalaman 1 sampai 1,5 meter, kolam panjang untuk lomba, serta kolam 7 meter. Selain memiliki berbagai macam jenis dan ukuran kolam, kolam renang FIK UNY juga mempunyai fasilitas umum yang lumayan lengkap, seperti mushola, kantin, taman, tempat tunggu, tempat duduk, tempat parkir, ruang ganti, ruang bilas, toilet, tribun, penitipan barang, pengawas yang siap menjaga di area kolam, serta adanya peringatan untuk bilas dengan air bersih apabila akan tutup.

Letak yang strategis dan harga tiket masuk yang cukup terjangkau menjadikan kolam renang FIK UNY banyak diminati oleh para pengunjung terutama anak sekolah. Kolam renang FIK UNY berlokasi di pusat kota, yaitu di Jln. Colombo Kuningan, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kolam renang ini buka pada pukul 06.00 WIB sampai pukul 18.00 WIB. Sedangkan harga tiket masuknya sangat terjangkau bagi siswa yaitu sebesar sepuluh ribu rupiah, dengan harga tersebut pengunjung dapat menikmati berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh kolam renang ini.

Selain fasilitas, letak yang strategis, dan harga yang kompetitif, memuaskan kebutuhan konsumen juga dapat meningkatkan keunggulan dalam

menarik minat dan simpati orang. Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap pengelola kolam renang, salah satu cara mempengaruhi pengunjung ke kolam renang yaitu dengan memberikan pelayanan jasa. Pelayanan jasa merupakan faktor yang sangat penting. Karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Tjiptono, (2000: 81) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, dan manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi pelanggan.

Pelayanan selalu berbading lurus dengan kepuasan, jika layanan yang diberikan baik, maka kepuasan yang dirasakan akan semakin tinggi. Seorang pelanggan akan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, hal ini sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama. Pada dasarnya kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan kolam renang FIK UNY dipengaruhi oleh perbedaan antara harapan dan keinginan terhadap kinerja yang dirasakan.

Apabila pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan, maka kualitas pelayanan dapat diasumsikan dengan baik atau memuaskan. Sebaliknya apabila kualitas yang diterima atau dirasakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan, maka kualitas pelayanan diasumsikan buruk atau tidak memuaskan. Hal ini dapat diketahui bahwa kepuasan seseorang itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Lima dimensi pokok kualitas layanan dalam Zeithaml, dkk., (2006: 117) tersebut adalah:

- a. Keandalan : kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan akurat dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini misalnya ketepatan waktu dan buka tutup kolam renang, rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh semua staf/karyawan sesuai tujuannya.
- b. Daya Tanggap: keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Dalam penelitian ini misalnya tanggapan pengelola kolam renang FIK UNY terhadap keluhan pengunjung, respon pengelola kolam renang FIK UNY terhadap masukan dari setiap pengunjung.
- c. Jaminan : pengetahuan dan keramahan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan. Dalam penelitian ini misalnya keamanan barang bawaan terjamin di penitipan kolam renang, keamanan kendaraan di tempat parkir.
- d. Empati : perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini misalnya kemudahan dalam menyewa perlengkapan renang, kemudahan dalam membeli tiket masuk di kolam renang FIK UNY.
- e. Bukti Fisik : penampilan dari fasilitas fisik, peralatan dan pegawai. Dalam penelitian ini misalnya kondisi toilet kolam renang FIK UNY, loker penyimpanan tersedia, air kolam renang yang bersih, dan lain-lain.

Siswa adalah status yang disandang karena hubungannya dengan dunia pendidikan yang diharapkan menjadi calon-calon intelektual untuk menjadi generasi penerus bangsa. Siswa SMA atau SMK merupakan pelajar yang duduk di meja belajar strata Sekolah Menengah Atas. Siswa SMA atau SMK umurnya berkisar 15 sampai 18 tahun. Dalam pelaksanaan pembelajaran pendidikan jasmani di SMA/SMK di Yogyakarta, beberapa SMA/SMK kadang menggunakan kolam renang FIK UNY untuk pembelajaran mata pelajaran renang.

Proses pembelajaran renang yang selama ini dilakukan, pihak SMA/SMK di Yogyakarta selalu mendapat izin dalam menggunakan fasilitas kolam renang. Akan tetapi kadang proses pelayanan dari pihak kolam renang yang tidak siap. Kolam renang FIK UNY banyak digunakan oleh semua orang, oleh karena itu kondisi kolam renang yang kadang penuh membuat proses pembelajaran menjadi

kurang nyaman. Oleh karena itu pelayanan yang baik harus diperhatikan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang datang.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, setelah mewawancarai siswa menemukan beberapa masalah di antaranya, karyawan tidak berada di tempatnya, cat di dinding kamar bilas sudah pudar, banyak coretan, bau yang kurang enak, dan tempat ganti pakaian laki-laki yang kurang nyaman karena kuncinya ada yang rusak. Akan tetapi cukup banyak sekolah SMA/SMK yang menggunakan fasilitas kolam renang FIK UNY untuk pembelajaran pendidikan jasmani materi renang. Hal tersebut tentu saja menjadi hal yang sangat menguntungkan bagi pihak kolam renang FIK UNY. Pelayanan tentunya harus diperhatikan oleh pihak kolam renang FIK UNY agar pengunjung merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, sehingga hal tersebut akan berdampak positif untuk perkembangan kolam renang FIK UNY. Dari uraian masalah di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Perlu adanya peningkatan fasilitas kolam renang FIK UNY.
2. Cat di kamar bilas sudah pudar dan tempat ganti pakaian laki-laki kurang nyaman karena pintu tempat kuncinya ada yang rusak.

3. Belum diketahui tingkat kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta.

C. Pembatasan Masalah

Agar masalah tidak terlalu luas maka perlu adanya batasan-batasan sehingga ruang lingkup penelitian menjadi jelas. Maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini perlu dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu: “Seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta?”

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai adalah ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup dan permasalahan yang diteliti, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan informasi, referensi maupun penelitian pembandingan tentang pentingnya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta, serta sebagai bahan referensi untuk penelitian yang sama atau sejenis guna pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang olahraga.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi terhadap pengurus kolam renang UNY dalam usaha meningkatkan kualitas layanan, sehingga pelanggan lebih termotivasi untuk menggunakan.
- b. Memberikan pengetahuan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta dan sebagai bahan masukan atau saran kepada pengurus agar dapat meningkatkan kualitas layanan, sehingga menjadi lebih baik lagi dan dapat memenuhi kepuasan yang diinginkan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Hakikat Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Setiap individu pasti memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku pada dirinya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pada masing-masing individu, semakin memadai sarana dan prasarana, maka semakin tinggi tingkat kepuasannya, dan begitu pula sebaliknya. Setiap orang selalu terdorong untuk melakukan suatu tindakan yang mengarah kepada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Bila mana tujuan tersebut tercapai, maka kemungkinan akan memperoleh kepuasan (Lupiyoadi, 2004: 92).

Jika dilihat dari kosa katanya, kata “kepuasan” atau “*satisfaction*” berasal dari bahasa Latin “*satis*” yang artinya cukup baik, memadai dan “*fasio*” yang artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu yang memadai” (Tjiptono, 2006: 349). Zeithaml dkk., (2006: 110) mendefinisikan kepuasan sebagai berikut: “*Satisfaction is the customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or services has meet the customer’s needs and expectations*”. Artinya kepuasan adalah hasil evaluasi dari konsumen terhadap produk atau jasa di mana produk atau jasa tersebut telah sesuai dengan apa yang konsumen butuhkan dan sesuai dengan harapan. Apabila jasa yang ia terima sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan puas. Namun

sebaliknya, apabila jasa yang ia terima tidak sesuai dengan yang ia harapkan, maka ia akan kecewa atau tidak puas.

Oliver dalam Supranto (2006: 59), menyatakan “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya”. Jadi kepuasan merupakan suatu perasaan yang diperoleh setelah mendapatkan hasil dalam hal ini barang atau jasa sesuai dengan harapan yang dimiliki. Kotler dalam *Principle of Marketing 7e* seperti yang dikutip dalam Tjiptono (2006: 351) menyebutkan bahwa “kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya”. Dalam hal ini, pelanggan akan mendapatkan rasa puas apabila layanan yang diberikan oleh penyelenggara layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Sebaliknya, pelanggan tidak akan merasa puas apabila layanan yang menjadi kebutuhannya tidak sesuai dengan harapan.

Kotler (2000: 56) menyatakan “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya”. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. Dengan demikian *service quality* dapat didefinisikan sebagai jauhnya perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang terima (Lupiyoadi, 2004: 96). Bila kepuasan konsumen terhadap barang/jasa jauh di bawah apa yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap

produsen/penyedia jasa dalam hal ini adalah sekolah sepak bola. Demikian pula sebaliknya, jika barang/jasa yang nikmat memenuhi/melebihi tingkat kepentingannya, maka konsumen akan cenderung memakai lagi barang/jasa tersebut (Kotler, 2000: 61).

Kepuasan merupakan keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan yang ditampilkan dalam sikap positif dalam berbagai kegiatan dan tanggapannya menghadapi lingkungan luar. Lupiyoadi (2004: 192), menyatakan “kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan”. Pendapat lain, Tjiptono, (2006: 50), menyatakan “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya.” Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja (kualitas) yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kualitas di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas, kalau kualitas sesuai harapan, pelanggan akan puas. Apabila kualitas melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia.

Pendapat lain Musanto, (2004: 125) menyatakan “kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut”. Mowen (dalam Musanto, 2004: 125) menambahkan bahwa kunci terciptanya kepuasan pelanggan terletak pada kinerja yang ditunjukkan oleh agen yang diartikan sebagai kualitas agen tersebut. Dari hal

ini semakin menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat berhubungan erat dengan kualitas layanan maupun kualitas produk dari penyedia layanan.

Beberapa pengertian di atas semakin diperkuat pula oleh pendapat Irawan (2002: 2) bahwa “pelanggan yang puas adalah pelanggan yang mendapat *value* pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau yang sesuatu yang bersifat emosi”. Kalau pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan pelanggan akan didapat melalui produk yang berkualitas. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau *value* bagi pelanggan adalah harga yang murah, maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan itu akan terwujud melalui hubungan positif antara harapan pelanggan terhadap kualitas/kinerja sebuah produk yang diberikan oleh produsen. Semakin besar kualitas/kinerja produk yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, akan semakin besar pula kepuasan pelanggannya.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan seorang pelanggan atau pengguna jasa tidak akan didapatkan begitu saja dan dengan kadar yang tidak sama antara pengguna jasa pelayanan yang satu dengan yang lainnya, hal ini menunjukkan adanya berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan/pengguna jasa. Sehingga perlu

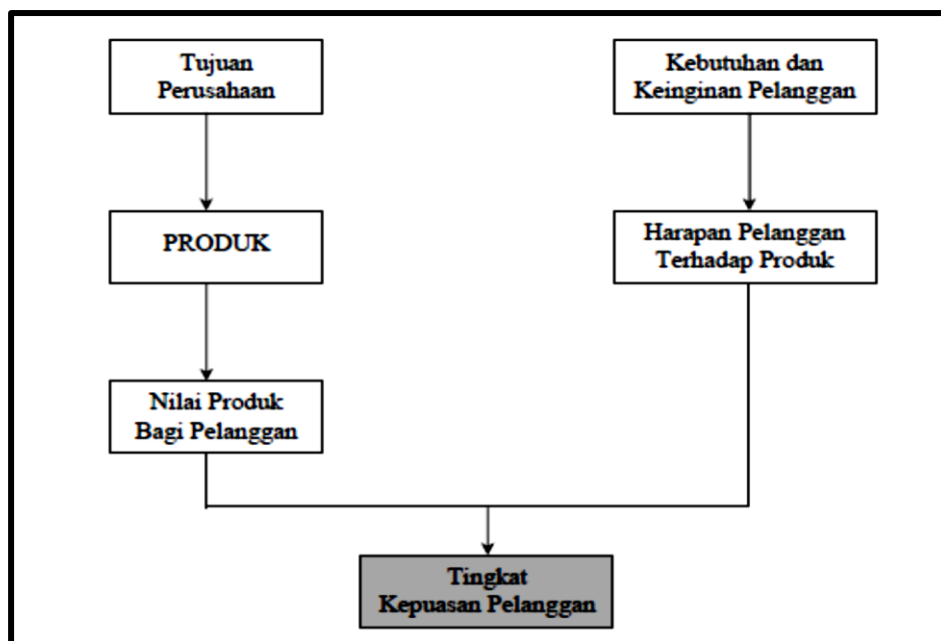
diketahui faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan yang didapat oleh para pelanggan jasa.

Moenir (dalam Yulairmi & Putu, 2007: 16), menyatakan agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu; (1) tingkah laku yang sopan, (2) cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, (3) waktu penyampaian yang tepat, dan (4) keramah-tamahan. Selain itu faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang berasal dari kesadaran para petugas yang berkecimpung di dalam layanan tersebut. Faktor aturan yang diberlakukan dalam pelaksanaan layanan. Faktor organisasi yang menjalankan sistem pelayanan juga memiliki pengaruh yang penting terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga faktor ketersediaan sarana dan prasarana sebagai penunjang layanan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan.

Supranto (2006: 237) menyatakan dapat dispesifikan dari teori jasa, pelayanan dan kepuasan pelanggan maka dihasilkan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

- 1) Faktor keandalan (*reliability*)
Keandalan adalah kemampuan penyedia layanan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan konsisten dan terpercaya. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila kualitas produk/jasa yang diberikan sesuai dengan janjinya kepada para pelanggan.
- 2) Faktor ketanggapan (*responsiveness*)
Ketanggapan adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Ketanggapan akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan, karena tanggapan yang baik akan memberikan nilai kepuasan yang baik pula.

- 3) Faktor keyakinan (*confidence*)
Keyakinan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “*assurance*”. Jadi, pelanggan akan merasa puas apabila ada jaminan terhadap kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa maupun terhadap keamanan barang yang dibawa pelanggan.
- 4) Faktor empati (*emphaty*)
Empati adalah adanya rasa peduli, pemberian perhatian pribadi bagi pelanggan. Hal ini menjadi penting karena kepuasan pelanggan juga akan tercapai apabila timbul rasa nyaman yang dialami oleh pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan yang diberikan.
- 5) Faktor berwujud (*tangible*)
Berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi. Faktor ini juga akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, karena semakin baik kualitas dari fasilitas-fasilitas yang digunakan dalam pemberian jasa akan semakin baik pula tingkat kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Kepuasan Pelanggan
(Sumber: Tjiptono, 2006: 25)

Tjiptono (2006: 25) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan, yaitu keanekaragaman produk (*feature*), keandalan (*reability*), kesesuaian (*conformance*), daya tahan (*durability*), berwujud (*tangibles*), jaminan (*assurance*).

- 1) Keanekaragaman produk (*feature*) adalah keanekaragaman alat-alat olahraga, sehingga proses latihan dapat terlaksana dengan baik.
- 2) Keandalan (*realibility*) adalah kualitas sarana dan prasarana dan ditunjang dengan tenaga pendidik yang telah sertifikasi.
- 3) Kesesuaian (*conformance*) adalah kegunaan masing-masing peralatan olahraga dalam tiap cabang olahraga.
- 4) Daya tahan (*durability*) adalah kemampuan suatu alat olahraga dalam pemakaian pada tiap latihan dapat memiliki nilai umur yang cukup lama.
- 5) Berujud (*Tangibles*) adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh sekolah. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain).
- 6) Jaminan (*Assurance*) adalah kemampuan suatu alat olahraga dalam memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pemakainya.

Dari beberapa pendapat para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan beberapa dimensi yang kredibel yaitu dengan memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: *tangibles* atau bukti fisik, *reliability* atau keandalan *responsiveness* atau ketanggapan, *assurance* atau jaminan/kepastian, *empathy* atau kepedulian.

2. Hakikat Jasa

Jasa adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Tjiptono (2006: 6) menyatakan “jasa merupakan aktivitas manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual”. Lupiyoadi (2006: 6) menyatakan “jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak terwujud) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

a. Klasifikasi Jasa

Tjiptono (2006: 8) menyatakan jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1) Segmen pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misal taksi, asuransi jiwa, dan pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen, dan jasa konsultasi hukum).

2) Tingkat keberwujudan (*tangibility*)

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan criteria ini, jasa dibedakan menjadi tiga macam:

a) *Rented goods service*(menyewa barang jasa)

Dalam jasa ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula. Konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut, karena kepemilikannya tetap berada pada pihak perusahaan yang menyewakannya.

b) *Owned goods service*(milik barang jasa)

Pada jasa ini, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan untuk kerjanya, atau dipelihara atau dirawat oleh perusahaan jasa. Jenis jasa ini juga mencakup perubahan bentuk pada produk yang dimiliki konsumen.

c) *Non-goods service*(bukan barang jasa)

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan kepada para pelanggan. Contohnya: sopir, dosen, pemandu wisata atau tour.

3) Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, jasa terdiri atas *professional service* (misalnya konsultan manajemen, konsultan hukum, konsultan pajak, dokter) dan *nonprofessional service* (sopir taksi dan penjaga malam). Pada jasa yang memerlukan keterampilan tinggi dalam proses operasinya, pelanggan cenderung sangat selektif dalam memilih penyedia jasa.

4) Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dibedakan menjadi *commercial service* atau *profit service* (misalnya penerbangan, bank dan jasa parcel) dan *nonprofit service* (misalnya sekolah, yayasan dana bantuan, panti asuhan, panti weda).

5) Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (misalnya angkutan umum, perbankan) dan *nonregulated service* (misalnya makelar, catering dan pengecatan rumah).

6) Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu *equipment-based service* (misalnya cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon jarak jauh, ATM) dan *people-based service* (misalnya pelatih sepak bola, satpam, jasa akutansi).

Tjiptono (2006: 11) menyatakan *people-based service* masih dapat dikelompokkan menjadi kategori tidak terampil, terampil, dan pekerja profesional.

7) Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dibagi menjadi *high-contact service* (seperti universitas, bank, dokter) dan *low-contact service* (bioskop).

b. Karakteristik Jasa

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang (Tjiptono, 2006: 15). Keempat karakteristik tersebut, yaitu:

1) *Intangibility* (Tidak terwujud)

Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep *intangible* memiliki dua pengertian, yaitu:

- a) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- b) Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, ataudipahami secara rohaniyah.

2) *Inseparability* (Tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3) *Variability* (Bervariasi)

Jasa bersifat variabel karena banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa.

- a) Kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa.
- b) Moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
- c) Beban kerja perusahaan

4) *Perishability* (Mudah lenyap)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Ada pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam kasus tertentu jasa dapat disimpan dalam bentuk pemesanan (misalnya reservasi tiket pesawat).

c. Kualitas Jasa

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Wyckof (Lupiyoadi, 2006: 176) menyatakan kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sviokla yang dikutip Lupiyoadi (2006: 176) menyatakan kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran, antara lain:

- 1) Kinerja (*performance*). Kinerja merujuk kepada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu.
- 2) Keragaman produk (*feature*). Keanekaragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.

- 3) Keandalan (*reliability*). Keandalan produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk.
- 4) Kesesuaian (*conformance*). Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain.
- 5) Daya tahan (*durability*). Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomi maupun teknis.
- 6) Kemampuan pelayanan (*serviceability*). Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan.
- 7) Estetika (*aesthetics*). Penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.
- 8) Kualitas yang dipersiapkan (*perceived quality*). Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk.

Tjiptono (2006: 70) menyatakan lima dimensi yang menentukan kualitas jasa, yaitu:

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 3) Daya Tangkap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- 5) Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

d. Kualitas total suatu jasa

Tjiptono (2006: 60) menyatakan kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, antara lain:

- 1) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Bojanic (1991) *technical quality* dapat diperinci menjadi:
 - a) *Search quality*, yaitu kualitas yang hanya dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b) *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Misalnya ketepatan waktu.
 - c) *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.
- 2) *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
- 3) *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Manusia memerlukan jasa orang lain dalam keberlangsungan hidupnya sehari-hari bahkan layanan jasa telah muncul sejak jaman dahulu. Bahkan jasa menjadi bagian penting dalam kehidupan social manusia dan juga menjadi bagian utama dalam pemasaran. Pengertian di atas menunjukkan bahwa jasa itu sangat diperlukan yang berupa layanan dan tidak berwujud sehingga jasa tidak dapat menimbulkan kepemilikan terhadap pelanggan atau pengguna layanan jasa tersebut. Jasa juga dapat tumbuh dan berkembang dengan baik sangat dipengaruhi

oleh tingkat penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

3. Kualitas Layanan

Analisis kualitas pelayanan ini adalah suatu metode deskriptif guna menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Metode ini dikembangkan tahun 1985 oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry lewat artikel di *Journal of Marketing*. Gaspersz (2006: 1), menyatakan kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Kotler (2000: 139), yang dimaksud dengan layanan adalah “suatu tindakan atau perbuatan yang tidak berwujud mana sebuah kelompok bisa menawarkannya pada kelompok lain dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”. Kualitas jasa atau kualitas pelayanan adalah perbandingan antara harapan dari pelanggan atas kenyataan pelayanan yang diterima

Lima dimensi pokok kualitas layanan dalam Zeithaml, dkk., (2006: 117) tersebut adalah:

- a. Keandalan : kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan akurat dan dapat dipercaya.
- b. Daya Tanggap : keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.
- c. Jaminan : pengetahuan dan keramahan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan.
- d. Empati : perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.
- e. Bukti Fisik : penampilan dari fasilitas fisik, peralatan dan pegawai.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsch & Davis dalam Tangkilisan, 2005: 209). Pelayanan yang baik dan memuaskan akan berdampak positif pada masyarakat, antara lain: (1)

Masyarakat menghargai korps pegawai, (2) Masyarakat patuh terhadap aturan-aturan layanan, (3) Masyarakat bangga terhadap pegawai, (4) Adanya kegairahan usaha dalam masyarakat, (5) Adanya peningkatan dan pengembangan dalam masyarakat menuju segera tercapainya masyarakat adil dan makmur. Dampak positif tersebut akan muncul apabila pelayanan yang ada telah benar-benar memuaskan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian pelayanan seperti itu bisa disebut pelayanan yang berkualitas.

Poerwodarminto (2005: 24) menyatakan “Pelayanan adalah usaha melayani orang lain”. Dari pengertian tersebut juga dapat diperluas berdasarkan definisi pelayanan menurut Supranto (2006: 227) sebagai berikut: “Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Karakteristik kualitas menurut Tjiptono (2006: 13) yaitu karakteristik *output* dari suatu proses yang penting bagi pelanggan. Karakteristik kualitas menuntut pemahaman mengenai pelanggan dalam segala hal. Ada beberapa pakar yang menyatakan kriteria pokok yang menentukan dalam penilaian kualitas jasa, yaitu menurut Gronroos yang dikutip Tjiptono (2006: 14-15) kriteria kualitas jasa yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Sementara itu Zeithaml, Berry, dan Parasuraman yang dikutip Tjiptono (2006: 14) mengidentifikasi kualitas jasa menjadi lima pokok dimensi dalam penilaian yang berkaitan tentang kualitas jasa, yaitu:

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

- b. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Tasunar, 2006: 44). Selain itu kualitas menjadi sebuah kata kunci bagi sebuah penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik dan teliti. Aplikasi sebuah kualitas sebagai sifat maupun sebagai penampilan sebuah produk atau kinerja merupakan strategi utama dari perusahaan atau instansi penyedia barang/jasa dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan untuk menjaga eksistensinya. Keunggulan suatu produk jasa tergantung dari keunikan dan kualitas yang ditampilkan oleh penyedia jasa tersebut, telah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan atau pengguna layanan jasa tersebut.

Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk kinerja atau upaya untuk melayani orang lain/pelanggan, yang tidak berwujud dan juga tidak bisa dimiliki tetapi bisa dirasakan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan pengguna layanan.

4. Hakikat Siswa SMA

Peserta didik SMA tergolong dalam usia remaja. Masa remaja merupakan peralihan dari fase anak-anak ke fase dewasa. Dewi (2012: 4) menyatakan bahwa “fase masa remaja (pubertas) yaitu antara umur 12-19 tahun untuk putra dan 10-19 tahun untuk putri”. Pembagian usia untuk putra 12-14 tahun termasuk masa remaja awal, 14-16 tahun termasuk masa remaja pertengahan, dan 17-19 tahun termasuk masa remaja akhir. Pembagian untuk putri 10-13 tahun termasuk remaja awal, 13-15 tahun termasuk remaja pertengahan, dan 16-19 tahun termasuk remaja akhir. Desmita (2009: 190) menyatakan bahwa “fase masa remaja (pubertas) yaitu antara umur 12-21 tahun, dengan pembagian 12-15 tahun termasuk masa remaja awal, 15-18 tahun termasuk masa remaja pertengahan, 18-21 tahun termasuk masa remaja akhir”. Dengan demikian atlet remaja dalam penelitian ini digolongkan sebagai fase remaja awal, karena memiliki rentang usia tersebut.

Masa remaja perkembangan sangat pesat dialami seseorang. Seperti yang diungkapkan Desmita (2009: 36) beberapa karakteristik peserta didik SMA antara lain: “(1) terjadi ketidak seimbangan antara proporsi tinggi dan berat badan; (2) mulai timbul ciri-ciri seks sekunder; (3) kecenderungan ambivalensi, serta keinginan menyendiri dengan keinginan bergaul dan keinginan untuk bebas dari dominasi dengan kebutuhan bimbingan dan bantuan orang tua; (4) senang membandingkan kaedah-kaedah, nilai-nilai etika atau norma dengan kenyataan yang terjadi dalam kehidupan orang dewasa; (5) mulai mempertanyakan secara *skeptic* mengenai eksistensi dan sifat kemurahan dan keadilan Tuhan; (6) reaksi

dan ekspresi emosi masih labil; (7) mulai mengembangkan standar dan harapan terhadap perilaku diri sendiri yang sesuai dengan dunia sosial; dan (8) kecenderungan minat dan pilihan karier relatif sudah lebih jelas”. Dewi (2012: 5) menambahkan “periode remaja awal (12-18) memiliki ciri-ciri: (1) anak tidak suka diperlakukan seperti anak kecil lagi; dan (2) anak mulai bersikap kritis”.

Remaja merupakan fase antara fase anak-anak dengan fase dewasa, dengan demikian perkembangan-perkembangan terjadi pada fase ini. Seperti yang diungkapkan oleh Desmita (2009: 190-192) “secara garis besar perubahan/perkembangan yang dialami oleh remaja meliputi perkembangan fisik, perkembangan kognitif, dan perkembangan psikososial”. Yusuf (2012: 193-209) menyatakan bahwa “perkembangan yang dialami remaja antara lain perkembangan fisik, perkembangan kognitif, perkembangan emosi, perkembangan sosial, perkembangan moral, perkembangan kepribadian, dan perkembangan kesadaran beragama”. Jahja (2011: 231-234) menambahkan “aspek perkembangan yang terjadi pada remaja antara lain perkembangan fisik, perkembangan kognitif, dan perkembangan kepribadian, dan sosial”.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan yang mencolok yang dialami oleh remaja adalah dari segi perkembangan fisik dan psikologis. Berdasarkan perkembangan-perkembangan yang dialami oleh remaja, diketahui ada beberapa perbedaan perkembangan yang dialami antara remaja putra dan putri memiliki perkembangan yang berbeda.

5. Profil Kolam Renang FIK UNY

Kolam Renang Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta mulai dibangun pada tahun 1992 dan diresmikan pada tanggal 1 Juni 1996 oleh Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Prof. Dr. Ir. Bambang Soehendro, M.sc. DE . Sc., dengan nama Kolam Renang FPOK IKIP Yogyakarta. Pada awalnya Kolam Renang FIK UNY dikelola oleh sebuah yayasan yang menyewa bangunan kolam, pada tahun 2001 pihak Fakultas Ilmu Keolahragaan memutus kontrak dengan yayasan dan mulaimengelola sendiri dengan sumber daya yang ada sampai dengan sekarang.

Kolam renang FIK UNY dikelola oleh manajer Subagyo, M.Pd dan karyawannya berjumlah 19 orang yang terdiri dari beberapa bagian, diantaranya petugas loket, portir, petugas yang menjaga loker, *life guard*, dan petugas kebersihan. Kolam Renang FIK UNY memiliki 5 kolam dengan berbagai ukuran dan kedalaman, antara lain:

- a. Kolam Utama. Pada kolam utama memiliki ukuran panjang 50 meter dan lebar 25 meter dengan kedalaman 1,3 meter dan 2,3 meter, serta dilengkapi dengan *start block*. Kolam utama ini telah berstandar nasional.
- b. Kolam Terjun. Pada kolam terjun memiliki kedalaman 7 meter dan dilengkapi dengan papan terjun.
- c. Kolam Anak. Kolam anak memiliki kedalaman sekitar 0,8 meter, Dilengkapi dengan wahana bermain anak-anak.
- d. Kolam Pemula. Kolam pemula memiliki ukuran panjang 25 meter dan kedalaman 1 meter, dilengkapi dengan *start block* dan lima lintasan.

- e. Kolam Terapi. Pada dasarnya kolam renang FIK UNY memiliki kolam terapi, tetapi karena mesin yang sudah tidak beroperasi, sehingga kolam terapi tidak difungsikan dan terbengkalai.

Beberapa fasilitas lain yang terdapat di Kolam Renang FIK UNY yaitu:

- a. Tempat mandi bilas/ shower. Terdapat ruang bilas, terdiri atas ruang bilas pria dan ruang bilas wanita disertai dengan loker (tempat penitipan barang).
- b. Tribun penonton. Terdapat tribun penonton yang dapat menampung banyak penonton.
- c. Penyewaan peralatan renang. Terdapat penyewaan peralatan renang seperti ban, pelampung, kaca mata renang, dan pakaian renang. Penyewaan tersebut dikelola oleh koperasi yang anggotanya adalah semua karyawan kolam renang FIK UNY.
- d. Lahan parkir. Terdapat lahan parkir mobil dan motor yang luas. Lahan parkir tersebut dikelola oleh masyarakat kampung kuningan dengan sistem kontrak kepada pihak pengelola kolam renang.
- e. Kantin. Pada kolam renang FIK UNY terdapat kantin yang disewakan dan dikelola di luar manajemen kolam renang.
- f. Mushola/ tempat ibadah. Terdapat mushola di sebelah utara tribun penonton. Kolam Renang FIK UNY berada pada tempat yang sangat strategis di Jalan Kolombo No.1 dekat dengan kampus UNY dan UGM. Lokasinya yang strategis, sehingga memudahkan akses jalan menggunakan angkutan umum maupun kendaraan pribadi.

B. Penelitian yang Relevan

Manfaat dari penelitian yang relevan yaitu sebagai acuan agar penelitian yang sedang dilakukan menjadi lebih jelas. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Jamari (2017) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Khususnya Siswa SMA atau SMK DIY Dalam menggunakan Layanan Kolam Renang UNY Yogyakarta”. Kolam renang FIK UNY banyak diminati oleh para pengunjung terutama anak sekolah. Untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan kolam renang dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen khususnya siswa SMA/SMK DIY dalam menggunakan layanan kolam renang UNY. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Instrumen yang digunakan adalah angket (kuesioner) dengan validitas 0,441 dan reliabilitas 0,956, yang telah diuji coba kepada responden sebanyak 15 anak, dalam subjek penelitian ini adalah siswa SMA/SMK DIY yang menggunakan layanan kolam renang UNY sebanyak 55 anak. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan persentase. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diketahui kepuasan konsumen khususnya siswa SMA Atau SMK DIY dalam menggunakan layanan kolam renang UNY dalam bentuk diagram lingkaran sebagian besar pada kategori keandalan sebesar 19,95 %, ketanggapan 20,01%, keyakinan 20,29%, empati 19,61%, berwujud 20,14 %, dan pada kategori baik dengan persentase

sebesar 36,36%, pada kategori cukup baik sebesar 29,09%, pada kategori kurang sebesar 27,27%, pada kategori sangat sangat kurang sebesar 5,45% dan kategori sangat baik sebesar 1,81%.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Argi Suryo Pamungkas (2016) yang berjudul “Tingkat Kepuasan Pelanggan Kolam Renang Umbul Ponggok Kabupaten Klaten Jawa Tengah”. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan pengunjung kolam renang Umbul Ponggok. Perbaikan fasilitas seperti perluasan lahan parkir, menambah jumlah kamar mandi dan kebersihan air menjadi pendorong kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan kolam renang Umbul Ponggok Kabupaten Klaten Jawa Tengah. Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei dengan pengambilan data menggunakan angket. Populasi penelitian ini adalah pengunjung kolam renang Umbul Ponggok, sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan 80 responden yang diambil dengan metode *Insidental sampling*. Hasil uji coba instrumen dari 38 butir pernyataan, gugur 9 butir pernyataan dan diperoleh 29 butir pernyataan valid dan reliabilitasnya sebesar 0,911 yang dihitung dengan program *SPSS versi 16*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif persentase. Hasil dari penelitian tingkat kepuasan pelanggan kolam renang Umbul Ponggok Kabupaten Klaten Jawa Tengah yaitu (1) faktor kualitas produk masuk kategori memuaskan dengan persentase 76,25%, (2) faktor harga masuk kategori memuaskan dengan 52,5%, (3) faktor kualitas pelayanan masuk kategori memuaskan dengan 81,25%, (4) faktor emosional masuk

kategori memuaskan dengan 52,5%, dan (5) faktor kemudahan masuk kategori memuaskan dengan 57,5%.

C. Kerangka Berpikir

Perusahaan jasa pasti bertujuan untuk mempertahankan pelanggan. Tujuan tersebut dapat diperoleh dengan cara mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dan bagaimana cara memberikan pelayanan prima. Konsumen merupakan pemakai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, sehingga adanya konsumen sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pengelolaan tempat dan jasa olahraga dengan baik sangat diperlukan dalam mempertahankan konsumen, yang akhirnya dapat memberikan keuntungan.

Kolam renang UNY merupakan salah satu pelayanan jasa tempat aktivitas jasmani atau rekreasi yang ada di UNY. Jasa kolam renang UNY selalu dikunjungi oleh konsumen yang ingin mencari kebutuhan berolahraga, mengisi waktu luang dan berekreasi. Waktu luang berarti waktu yang dicari oleh seseorang untuk melakukan aktivitas di luar waktu pokok. Dalam persaingan yang semakin ketat di antara usaha jasa kolam renang saat ini, maka kepuasan konsumen menjadi prioritas utama. Apabila konsumen merasa puas dalam menggunakan layanan kolam renang UNY dan harapannya merasa tercapai, maka kualitas layanan yang diberikan oleh kolam renang UNY adalah bagus dan sebaliknya.

Sehubungan dengan hal itu terkait dengan kajian teoritik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan kolam renang UNY, maka digunakan 5 dimensi pokok untuk mengukur

kepuasan konsumen yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan keterwujudan.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Sugiyono (2007: 147), menyatakan penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Arikunto (2006: 152) menyatakan survei adalah salah satu pendekatan penelitian yang pada umumnya digunakan untuk pengumpulan data yang luas dan banyak.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu di kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta, yang beralamat di Jl. Colombo No.1, Karang Malang, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan 26 Mei-15 Juli 2019.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Arikunto (2006: 173) menyatakan “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian adalah pelanggan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta khususnya siswa SMA di Yogyakarta. Sugiyono (2007: 81) menyatakan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *sampling* menggunakan *acidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasar kejadian kebetulan, yaitu siapa saja yang dianggap tepat dan secara kebetulan bertemu peneliti dapat dijadikan sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 27 siswa.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Arikunto, (2006: 118) menjelaskan “Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta. Definisi operasionalnya yaitu untuk mendapatkan data kepuasan konsumen khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan layanan kolam renang UNY dengan menggunakan angket dengan jawaban sangat memuaskan, memuaskan, tidak memuaskan, sangat tidak memuaskan yang meliputi faktor keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan berwujud.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket tertutup. Arikunto (2006: 168), menyatakan angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda *check list* (√) pada kolom atau tempat yang sesuai, dengan angket langsung menggunakan skala bertingkat. Skala bertingkat dalam angket ini menggunakan modifikasi skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban yaitu, sebagai berikut:

Tabel 1. Alternatif Jawaban Angket

Pernyataan	Alternatif Pilihan			
	SM	M	TM	STM
Positif	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4

Penyusunan instrumen, menurut Hadi (1991: 9), digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menetapkan indikator-indikator pada masing-masing variabel dalam bentuk kisi-kisi dalam menyusun instrumen.
- b. Dari kisi-kisi kemudian dijabarkan sebagai butir-butir pertanyaan yang merupakan instrumen penelitian.
- c. Instrumen ini selanjutnya dikonsultasikan kepada ahli atau dosen pembimbing guna memperoleh masukan dari dosen pembimbing atau ahli.
- d. Mengadakan perbaikan instrumen sesuai masukan dari dosen pembimbing atau ahli.

Instrumen dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Jamari (2017). Instrumen tersebut sudah divalidasi oleh dosen ahli, dan sudah diuji cobakan Validitas instrumen sebesar 0,653 dan reliabilitas sebesar 0,956. Kisi-kisi instrumen uji coba disajikan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Faktor	Indikator	Nomor Butir	Σ
Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta	<i>Reliability/</i> Keandalan	Ketepatan, kedisiplinan dan pelayanan	1, 2, 3, 4, 5, 6	6
	<i>Responsiveness/</i> Ketanggapan	Respon terhadap masukan pelanggan	7, 8, 9, 10, 11, 12	6
	<i>Assurance/</i> Keyakinan	Keamanan dan kenyamanan kolam renang	13, 14, 15, 16, 17, 18	6
	<i>Empathy/</i> Empati	Kemudahan, harga dan perhatian	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	12
	<i>Tangibles/</i> Berwujud	Fasilitas di dalam lingkungan kolam renang	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46	16
Jumlah			46	

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah dengan pemberian angket kepada responden yang menjadi subjek dalam penelitian. Adapun mekanismenya adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti meminta surat izin penelitian dari Fakultas.
- b. Peneliti mencari data responden dalam hal ini pelanggan kolam renang khususnya siswa SMA di Yogyakarta.
- c. Peneliti menyebarkan angket kepada responden.
- d. Selanjutnya peneliti mengumpulkan angket dan melakukan transkrip atas hasil pengisian angket.
- e. Setelah memperoleh data penelitian peneliti mengambil kesimpulan dan saran.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif persentase (Sugiyono, 2007: 112). Dengan rumus sebagai berikut (Sudijono, 2009: 40):

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase yang dicari (Frekuensi Relatif)

F = Frekuensi

N = Jumlah Responden

Azwar (2016: 163) menyatakan untuk menentukan kriteria skor dengan menggunakan Penilaian Acuan Norma (PAN) pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Norma Penilaian

No	Interval	Kategori
1	$M + 1,5 S < X$	Sangat Tinggi
2	$M + 0,5 S < X \leq M + 1,5 S$	Tinggi
3	$M - 0,5 S < X \leq M + 0,5 S$	Cukup
4	$M - 1,5 S < X \leq M - 0,5 S$	Rendah
5	$X \leq M - 1,5 S$	Sangat Rendah

(Sumber: Azwar, 2016: 163)

Keterangan:

M : nilai rata-rata (*mean*)

X : skor

S : *standar deviasi*

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan data yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta, yang diungkapkan dengan angket yang berjumlah 46 butir, dan terbagi dalam lima faktor, yaitu (1) *Reliability*/Keandalan, (2) *Responsiveness*/Ketanggapan, (3) *Assurance*/Keyakinan, (4) *Empathy*/Empati, dan (5) *Tangibles*/Berwujud. Hasil analisis data dipaparkan sebagai berikut:

Deskriptif statistik data hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta didapat skor terendah (*minimum*) 133,00, skor tertinggi (*maksimum*) 157,00, rerata (*mean*) 147,04, nilai tengah (*median*) 148,00, nilai yang sering muncul (*mode*) 144,00, standar deviasi (SD) 6,07. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Deskriptif Statistik Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta

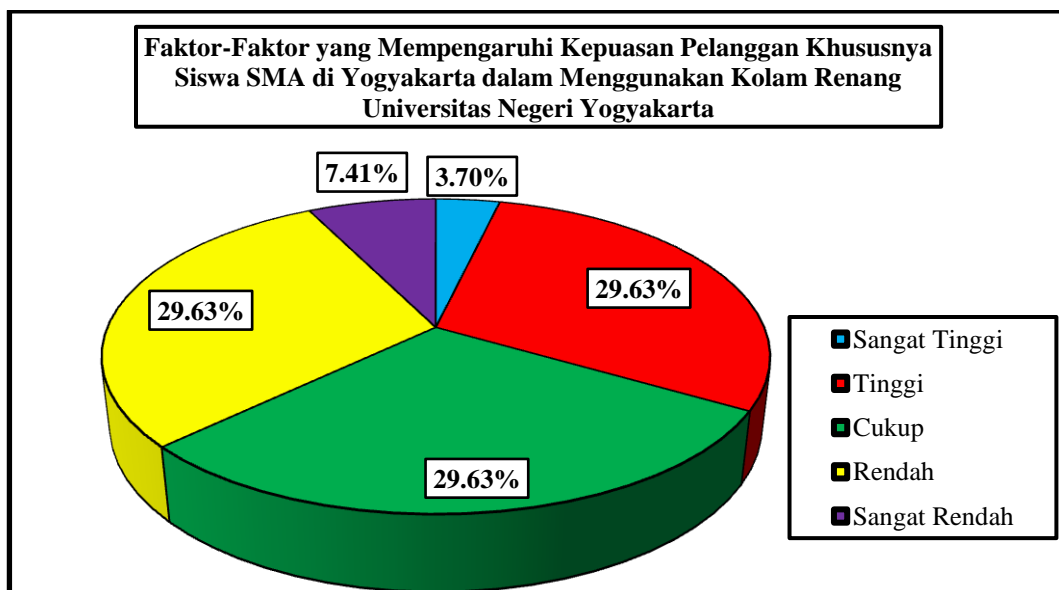
Statistik	
<i>N</i>	27
<i>Mean</i>	147.04
<i>Median</i>	148.00
<i>Mode</i>	144.00 ^a
<i>Std, Deviation</i>	6.07
<i>Minimum</i>	133.00
<i>Maximum</i>	157.00

Apabila ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta disajikan pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Norma Penilaian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	$156,15 < X$	Sangat Tinggi	1	3.70%
2	$150,08 < X \leq 156,15$	Tinggi	8	29.63%
3	$144,01 < X \leq 150,08$	Cukup	8	29.63%
4	$137,94 < X \leq 144,01$	Rendah	8	29.63%
5	$X \leq 137,94$	Sangat Rendah	2	7.41%
Jumlah			27	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada tabel 5 tersebut di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta dapat disajikan pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Pie Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta

Berdasarkan tabel 5 dan gambar 2 di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 7,41% (2 siswa), “rendah” sebesar 29,63% (8 siswa), “cukup” sebesar 29,63% (8 siswa), “tinggi” sebesar 29,63% (8 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 3,70% (1 siswa). Berdasarkan nilai rata-rata, yaitu 147,04, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta dalam kategori “cukup”.

1. Faktor Keandalan (*Reliability*)

Deskriptif statistik data hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) didapat skor terendah (*minimum*) 16,00, skor tertinggi (*maksimum*) 22,00, rerata (*mean*) 19,04, nilai tengah (*median*) 19,00, nilai yang sering muncul (*mode*) 20,00, *standar deviasi* (SD) 1,87. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Deskriptif Statistik Faktor Keandalan (*Reliability*)

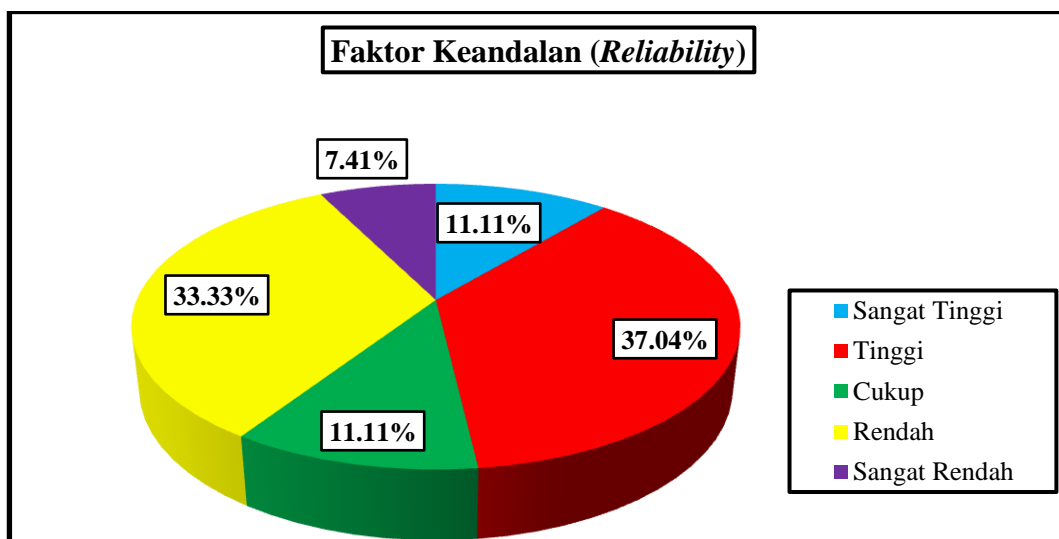
Statistik	
<i>N</i>	27
<i>Mean</i>	19.04
<i>Median</i>	19.00
<i>Mode</i>	20.00
<i>Std, Deviation</i>	1.87
<i>Minimum</i>	16.00
<i>Maximum</i>	22.00

Apabila ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Keandalan (*Reliability*)

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	$21,85 < X$	Sangat Tinggi	3	11.11%
2	$19,98 < X \leq 21,85$	Tinggi	10	37.04%
3	$18,11 < X \leq 19,98$	Cukup	3	11.11%
4	$16,24 < X \leq 18,11$	Rendah	9	33.33%
5	$X \leq 16,24$	Sangat Rendah	2	7.41%
Jumlah			27	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada tabel 7 tersebut di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) dapat disajikan dalam bentuk diagram batang pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Keandalan (*Reliability*)

Berdasarkan tabel 7 dan gambar 3 di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 7,41% (2 siswa), “rendah” sebesar 33,33% (9 siswa), “cukup” sebesar 11,11% (3 siswa), “tinggi” sebesar 37,04% (10 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 11,11% (3 siswa). Berdasarkan nilai rata-rata, 19,04, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) dalam kategori “cukup”.

2. Faktor Ketanggapan (*Responsiveness*)

Deskriptif statistik data hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor ketanggapan (*responsiveness*) didapat skor terendah (*minimum*) 16,00, skor tertinggi (*maksimum*) 22,00, rerata (*mean*) 18,59, nilai tengah (*median*) 18,00, nilai yang sering muncul (*mode*) 16,00, *standar deviasi* (SD) 2,32. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Deskriptif Statistik Faktor Ketanggapan (*Responsiveness*)

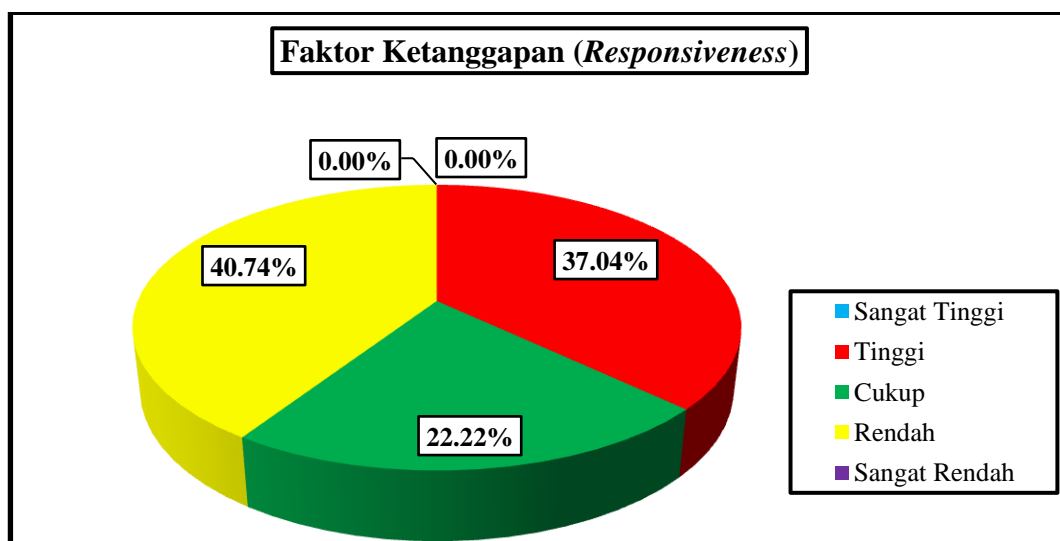
Statistik	
<i>N</i>	27
<i>Mean</i>	18.59
<i>Median</i>	18.00
<i>Mode</i>	16.00
<i>Std, Deviation</i>	2.32
<i>Minimum</i>	16.00
<i>Maximum</i>	22.00

Apabila ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) pada tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Ketanggapan (*Responsiveness*)

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	$22,07 < X$	Sangat Tinggi	0	0.00%
2	$19,75 < X \leq 22,07$	Tinggi	10	37.04%
3	$17,43 < X \leq 19,75$	Cukup	6	22.22%
4	$15,11 < X \leq 17,43$	Rendah	11	40.74%
5	$X \leq 15,11$	Sangat Rendah	0	0.00%
Jumlah			27	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada tabel 9 tersebut di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) dapat disajikan dalam bentuk diagram batang pada gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Ketanggapan (*Responsiveness*)

Berdasarkan tabel 9 dan gambar 4 di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor ketanggapan (*responsiveness*) berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 0% (0 siswa), “rendah” sebesar 40,74% (11 siswa), “cukup” sebesar 22,22% (6 siswa), “tinggi” sebesar 37,04% (10 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 0% (0 siswa). Berdasarkan nilai rata-rata, 18,59, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang UNY berdasarkan faktor ketanggapan (*responsiveness*) dalam kategori “cukup”.

3. Faktor Keyakinan (*Assurance*)

Deskriptif statistik data hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keyakinan (*assurance*) didapat skor terendah (*minimum*) 16,00, skor tertinggi (*maksimum*) 22,00, rerata (*mean*) 19,26, nilai tengah (*median*) 19,00, nilai yang sering muncul (*mode*) 18,00, *standar deviasi* (SD) 1,68. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Deskriptif Statistik Faktor Keyakinan (*Assurance*)

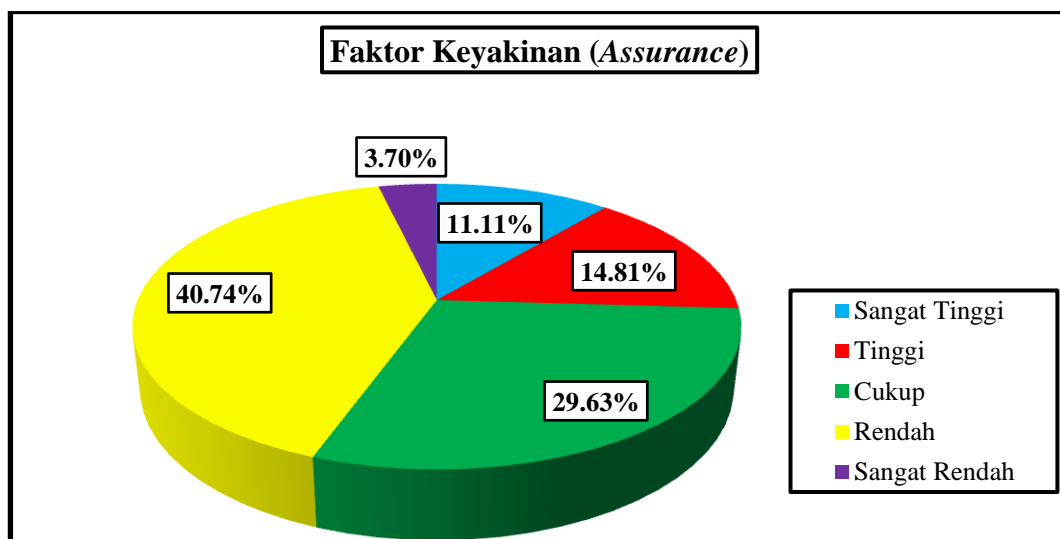
Statistik	
<i>N</i>	27
<i>Mean</i>	19.26
<i>Median</i>	19.00
<i>Mode</i>	18.00
<i>Std, Deviation</i>	1.68
<i>Minimum</i>	16.00
<i>Maximum</i>	22.00

Apabila ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keyakinan (*assurance*) pada tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Keyakinan (*Assurance*)

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	$21,78 < X$	Sangat Tinggi	3	11.11%
2	$20,10 < X \leq 21,78$	Tinggi	4	14.81%
3	$18,42 < X \leq 20,10$	Cukup	8	29.63%
4	$16,74 < X \leq 18,42$	Rendah	11	40.74%
5	$X \leq 16,74$	Sangat Rendah	1	3.70%
Jumlah			27	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada tabel 11 tersebut di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keyakinan (*assurance*) dapat disajikan dalam bentuk diagram batang pada gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Keyakinan (*Assurance*)

Berdasarkan tabel 11 dan gambar 5 di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keyakinan (*assurance*) berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 3,70% (1 siswa), “rendah” sebesar 40,74% (11 siswa), “cukup” sebesar 29,63% (8 siswa), “tinggi” sebesar 14,81% (4 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 11,11% (3 siswa). Berdasarkan nilai rata-rata, 19,26, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor keyakinan (*assurance*) dalam kategori “cukup”.

4. Faktor Empati (*Empathy*)

Deskriptif statistik data hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor empati (*empathy*) didapat skor terendah (*minimum*) 34,00, skor tertinggi (*maksimum*) 45,00, rerata (*mean*) 39,70, nilai tengah (*median*) 39,00, nilai yang sering muncul (*mode*) 39,00, *standar deviasi* (SD) 2,78. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 12. Deskriptif Statistik Faktor Empati (*Empathy*)

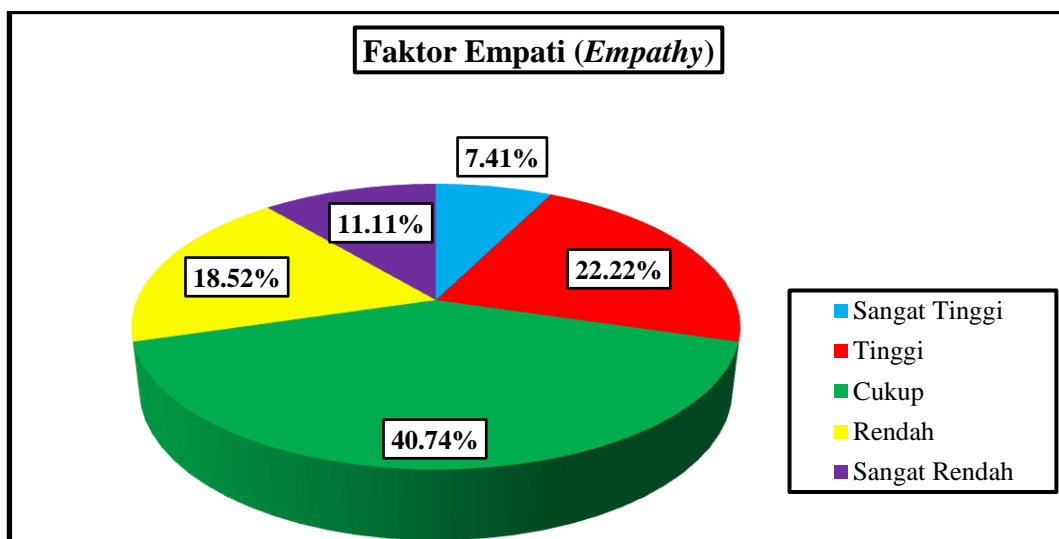
Statistik	
<i>N</i>	27
<i>Mean</i>	39.70
<i>Median</i>	39.00
<i>Mode</i>	39.00
<i>Std, Deviation</i>	2.78
<i>Minimum</i>	34.00
<i>Maximum</i>	45.00

Apabila ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor empati (*empathy*) pada tabel 13 sebagai berikut:

Tabel 13. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Empati (*Empathy*)

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	$43,87 < X$	Sangat Tinggi	2	7.41%
2	$41,09 < X \leq 43,87$	Tinggi	6	22.22%
3	$38,31 < X \leq 41,09$	Cukup	11	40.74%
4	$35,53 < X \leq 38,31$	Rendah	5	18.52%
5	$X \leq 35,53$	Sangat Rendah	3	11.11%
Jumlah			27	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada tabel 13 tersebut di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor empati (*empathy*) dapat disajikan dalam bentuk diagram batang pada gambar 6 sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Empati (*Empathy*)

Berdasarkan tabel 13 dan gambar 6 di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor empati (*empathy*) berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 11,11% (3 siswa), “rendah” sebesar 18,52% (5 siswa), “cukup” sebesar 40,70% (11 siswa), “tinggi” sebesar 22,22% (6 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 7,41% (2 siswa). Berdasarkan nilai rata-rata, 39,70, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor empati (*empathy*) dalam kategori “cukup”.

5. Faktor Berwujud (*Tangibles*)

Deskriptif statistik data hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor berwujud (*tangibles*) didapat skor terendah (*minimum*) 39,00, skor tertinggi (*maksimum*) 57,00, rerata (*mean*) 50,44, nilai tengah (*median*) 51,00, nilai yang sering muncul (*mode*) 51,00, *standar deviasi* (SD) 4,35. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Deskriptif Statistik Faktor Berwujud (*Tangibles*)

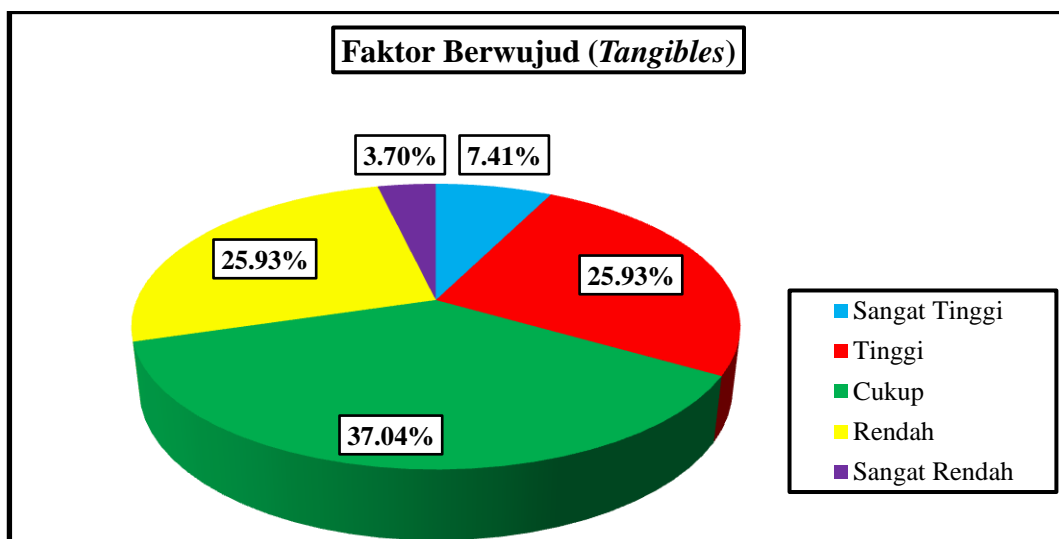
Statistik	
<i>N</i>	27
<i>Mean</i>	50.44
<i>Median</i>	51.00
<i>Mode</i>	51.00
<i>Std, Deviation</i>	4.35
<i>Minimum</i>	39.00
<i>Maximum</i>	57.00

Apabila ditampilkan dalam bentuk distribusi frekuensi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor berwujud (*tangibles*) pada tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 15. Norma Penilaian Berdasarkan Faktor Berwujud (*Tangibles*)

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	$56,97 < X$	Sangat Tinggi	2	7.41%
2	$52,62 < X \leq 56,97$	Tinggi	7	25.93%
3	$48,27 < X \leq 52,62$	Cukup	10	37.04%
4	$43,92 < X \leq 48,27$	Rendah	7	25.93%
5	$X \leq 43,92$	Sangat Rendah	1	3.70%
Jumlah			27	100%

Berdasarkan Norma Penilaian pada tabel 15 tersebut di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor berwujud (*tangibles*) dapat disajikan dalam bentuk diagram batang pada gambar 7 sebagai berikut:



Gambar 7. Diagram Pie Berdasarkan Faktor Berwujud (*Tangibles*)

Berdasarkan tabel 15 dan gambar 7 di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor berwujud (*tangibles*) berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 3,70% (1 siswa), “rendah” sebesar 25,93% (7 siswa), “cukup” sebesar 37,04% (10 siswa), “tinggi” sebesar 25,93% (7 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 7,41% (2 siswa). Berdasarkan nilai rata-rata, 50,44, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan faktor berwujud (*tangibles*) dalam kategori “cukup”.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta, diungkapkan dengan angket yang berjumlah 46 butir, dan terbagi dalam lima faktor. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta masuk dalam kategori “cukup”.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya. Kepuasan pelanggan ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri. Sebuah kepuasan akan muncul pada setiap orang jika memperoleh sebuah layanan yang baik, seperti halnya layanan yang diberikan Kolam Renang UNY untuk bagi

pengunjung kolam renang. Hal tersebut diartikan bahwa kolam renang UNY memberikan layanan yang baik kepada pengunjung layanan seperti, ketepatan waktu, keramahan pelayan, kelengkapan fasilitas, kenyamanan kolam renang, keamanan kolam renang, dan juga harga yang terjangkau bagi pelajar.

1. Faktor Keandalan (*reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan penyedia layanan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan konsisten dan terpecaya. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila kualitas produk/jasa yang diberikan sesuai dengan janjinya kepada para pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan konsumen berdasarkan faktor keandalan (*reliability*) sebagian besar pada kategori tinggi dengan persentase sebesar 37,04%, kategori rendah sebesar 33,33%, selanjutnya kategori cukup dan sangat tinggi sebesar 11,11%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelayanan di kolam renang UNY mampu memberikan pelayanan yang baik, pelayanan tersebut dibuktikan dengan ketepatan waktu dalam membuka dan menutup layanan, petugas mampu bertanggung jawab terhadap pengunjung dengan memberikan layanan yang terbaik dan selalu bersikap ramah kepada pengunjung. Meskipun dalam hal ini adalah siswa SMA/SMK. Petugas tetap bersikap baik dan memberi pelayanan yang cukup maksimal. Sopiadin (2010: 40-43) menyatakan bahwa dimensi ini berkaitan dengan kemampuan lembaga untuk menyampaikan jasanya secara benar, dapat memenuhi janjinya dan andal. Aspek yang harus diperhatikan pada dimensi ini adalah konsistensi kinerja dan sifat dapat dipercaya.

2. Faktor Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Ketanggapan akan memberikan pengaruh yang baik terhadap pelanggan, karena tanggapan yang baik akan memberikan nilai kepuasan yang baik pula. Berdasarkan hasil penelitian diketahui kepuasan konsumen berdasarkan faktor ketanggapan (*responsiveness*) sebagian besar pada kategori rendah dengan persentase sebesar 40,74%, kategori tinggi sebesar 37,04%, selanjutnya kategori cukup sebesar 22,22%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa ketanggapan petugas dalam memberikan layanan adalah baik. Ketanggapan tersebut dibuktikan dengan daya respon yang baik terhadap pengunjung, petugas selalu melayani dengan baik, cepat dan tepat. Jika ada masukan dan keluhan petugas selalu menanggapi dengan baik dan tindak lanjut untuk hasil yang lebih baik lagi. Sopiadin (2010: 40-43) menyatakan bahwa dimensi ini berkenaan dengan kemampuan para karyawan/guru, yakni keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Dalam hal ini karyawan bersedia membantu para pelanggan pengguna jasa (peserta didik) untuk memberikan layanan maupun informasi secara cepat dan tepat

3. Faktor Keyakinan (*Assurance*)

Keyakinan merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "*assurance*". Jadi, pelanggan akan merasa puas apabila ada jaminan terhadap kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa maupun terhadap keamanan barang yang dibawa

pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui kepuasan konsumen berdasarkan faktor keyakinan/ *assurance* sebagian besar pada kategori rendah dengan persentase sebesar 40,74%, kategori cukup sebesar 29,63%, selanjutnya pada kategori tinggi sebesar 14,81%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kategori baik dan kurang mempunyai persentase yang sama besar, hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian siswa menyatakan bahwa pengetahuan dan kesopanan petugas baik. Akan tetapi sebagian siswa juga menyatakan pengetahuan dan kesopanan petugas menyatakan kurang. Hal tersebut dikarenakan bahwa petugas yang bertugas di kolam renang UNY banyak atau bergantian. Dengan banyaknya petugas di kolam renang UNY tentu saja mempunyai karakter yang berbeda, ada sebagian petugas yang mampu memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, akan tetapi ada juga petugas yang belum maksimal dalam memberikan pelayanan, sehingga kesannya kurang ramah terhadap pengunjung. Hal tersebut yang membuat sebagian pengunjung menyatakan bahwa kepuasannya kurang. Sopiadin (2010: 40-43) menyatakan bahwa pada dimensi ini, perilaku karyawan/guru diharapkan mampu untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga pendidikan. Jaminan ini dapat diartikan pula bahwa karyawan selalu bersikap sopan serta memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menjawab segala pertanyaan dan keluhan oleh pelanggan pengguna jasa yaitu peserta didik.

4. Faktor Empati (*empathy*)

Empati merupakan adanya rasa peduli, pemberian perhatian pribadi bagi pelanggan. Hal ini menjadi penting karena kepuasan pelanggan juga akan tercapai apabila timbul rasa nyaman yang dialami oleh pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil tersebut diketahui kepuasan konsumen faktor empati (*empathy*) sebagian besar pada cukup dengan persentase sebesar 40,74%, kategori tinggi sebesar 22,22%, selanjutnya kategori rendah sebesar 18,52%. Hasil tersebut diartikan petugas mempunyai rasa peduli yang cukup terhadap pengunjung, rasa peduli kepada pengunjung dibuktikan dengan selalu mengarahkan kepada penjung mengenai fasilitas dan ruangan yang dapat digunakan. Petugas mampu memberikan penjelasan mengenai penggunaan kolam renang dan segala fasilitas yang ada di kolam renang.

5. Faktor Berwujud (*tangibles*)

Keterwujudan adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi. Faktor ini juga akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, karena semakin baik kualitas dari fasilitas-fasilitas yang digunakan dalam pemberian jasa akan semakin baik pula tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui kepuasan konsumen berdasarkan faktor berwujud (*tangibles*) sebagian besar pada kategori cukup dengan persentase sebesar 37,04%, kategori rendah dan tinggi sebesar 25,93%. Hasil tersebut diartikan bahwa fasilitas dan sarana di kolam renang UNY cukup memuaskan. Hasil tersebut dibuktikan bahwa kondisi kolam adalah baik, fasilitasnya baik dan memadai, serta keamanan yang cukup baik di berikan oleh

pihak kolam renang dengan adanya penjaga parkir di tempat parkir sepeda motor. Akan tetapi jika penganjung yang berkunjung terlalu banyak, kadang fasilitas seperti pelampung, ban, dan alat bantu renang habis, sehingga harus bergantian dengan pengunjung yang lain. Fasilitas umum yang lumayan lengkap, seperti mushola, kantin, taman, tempat tunggu, tempat duduk, tempat parkir, ruang ganti, ruang bilas, toilet, tribun, penitipan barang, pengawas yang siap menjaga di area kolam, serta adanya peringatan untuk bilas dengan air bersih apabila akan tutup. Sopiadin (2010: 40-43) menyatakan bahwa dimensi ini adalah hal yang sering menjadi perhatian pertama para pelanggan jasa. Dengan adanya bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi dari pengguna jasa terhadap mutu dari lembaga tersebut.

C. Keterbatasan Hasil Penelitian

Kendatipun peneliti sudah berusaha keras memenuhi segala kebutuhan yang dipersyaratkan, bukan berarti penelitian ini tanpa kelemahan dan kekurangan. Beberapa kelemahan dan kekurangan yang dapat dikemukakan di sini antara lain:

1. Sulitnya mengetahui kesungguhan responden dalam mengerjakan angket.
Usaha yang dilakukan untuk memperkecil kesalahan yaitu dengan memberi gambaran tentang maksud dan tujuan penelitian ini.
2. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya didasarkan pada hasil angket, sehingga dimungkinkan adanya unsur kurang objektif dalam pengisian angket.
Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya sifat responden sendiri

seperti kejujuran dan ketakutan dalam menjawab responden tersebut dengan sebenarnya.

3. Saat pengambilan data penelitian yaitu saat penyebaran angket penelitian kepada responden, tidak dapat dipantau secara langsung dan cermat apakah jawaban yang diberikan oleh responden benar-benar sesuai dengan pendapatnya sendiri atau tidak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat diambil kesimpulan, bahwa tingkat kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta berada pada kategori “sangat rendah” sebesar 7,41% (2 siswa), “rendah” sebesar 29,63% (8 siswa), “cukup” sebesar 29,63% (8 siswa), “tinggi” sebesar 29,63% (8 siswa), dan “sangat tinggi” sebesar 3,70% (1 siswa).

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan implikasi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang kurang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta perlu diperhatikan dan dicari pemecahannya agar faktor tersebut lebih membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Pengurus kolam renang dapat menjadikan hasil ini sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta dengan memperbaiki faktor-faktor yang kurang.

C. Saran

Ada beberapa saran yang perlu disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini, antara lain:

1. Agar mengembangkan penelitian lebih dalam lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Agar melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta dengan menggunakan metode lain.
3. Lebih melakukan pengawasan pada saat pengambilan data agar data yang dihasilkan lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Argi Suryo Pamungkas. (2016). *Tingkat kepuasan pelanggan kolam renang Umbul Ponggok Kabupaten Klaten Jawa Tengah*. Skripsi, sarjana tidak diterbitkan. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2016). *Fungsi dan pengembangan pengukuran tes dan prestasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Desmita. (2009). *Psikologi perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, H.E. (2012). *Memahami perkembangan fisik remaja*. Yogyakarta: Kanisius.
- Gaspersz, V. (2006). *Total quality management*. Jakarta: Gramedia.
- Hadi, S. (1991). *Analisis butir untuk instrument angket, tes, dan skala nilai dengan BASICA*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Irawan, H. (2002). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Jamari. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen khususnya siswa SMA atau SMK DIY dalam menggunakan layanan kolam renang UNY Yogyakarta*. Skripsi, sarjana tidak diterbitkan. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2004). *Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Musanto, T. (2004). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: studi kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2: 123 – 136.
- Sopiatin, P. (2010). *Manajemen belajar berbasis kepuasan siswa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Sudijono, A. (2009). *Pengantar evaluasi pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.
- Tangkilisan, H.N.S. (2005). *Manajemen publik*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Tasunar, N. (2006). Kualitas pelayanan sebagai strategi menciptakan kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 1 Mei 2006, h. 41-62.
- Tjiptono, F. (2006). *Strategi pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, H. (2000). *Riset pemasaran & perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Yulairmi & Putu, R. (2007). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yusuf, S. (2004). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zeithaml, V, Bitner & Gremler. (2006). *Service marketing - integrating customer focus accross the firm forth edition*. New York: McGraw Hill.

LAMPIRAN

Lampiran 3. Angket Penelitian

Assalamu'alaikum wr wb

Sehubungan dengan pengumpulan data penelitian kami yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta**", untuk itu kami mohon untuk berkenan mengisi daftar pertanyaan atau pernyataan dalam angket ini.

Informasi yang diberikan sangat berguna untuk penelitian ini, untuk itu kami mohon saudara dapat mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban yang anda berikan adalah benar asalkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Wassalamu'alaikum wr wb
Peneliti

Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

RESPONDEN

- Nama :
- TTL :
- Sekolah :
- Alamat :

1. Isilah identitas diri saudara di tempat yang telah disediakan
2. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama
3. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda centang (**V**) pada tempat yang telah disediakan.
4. Alternatif tanggapan
SM : Sangat Memuaskan
M : Memuaskan
TM : Tidak Memuaskan
STM : Sangat Tidak Memuaskan

PERNYATAAN

No	Pernyataan	SM	M	TM	STM
1	Ketepatan waktu buka dan tutup kolam renang				
2	Rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh semua staf/karyawan sesuai tujuannya				
3	Pembelian langsung secara umum pada pengunjung petugas tidak membedakan layanan antara pengunjung satu dengan yang lainnya				
4	Ketepatan layanan petugas berjaga di tempatkan tugas masing-masing				
5	Petugas memberikan informasi yang jelas terhadap pengunjung				
6	Ketepatan layanan petugas penyelamat siap siaga di tempat bila terjadi kecelakaan				
7	Tanggapan pengelola terhadap keluhan pengunjung				
8	Tanggapan pengelola terhadap sarana dan kritik pengunjung				
9	Pengelola merespon masukan dari setiap pengunjung				
10	Pengelola menanggapi masuknya dari setiap pengunjung				
11	Pada saat pemesanan dilayani dengan baik				
12	Petugas kolam renang cepat dalam pelayanan				
13	Keamanan barang bawaan terjamin di penitipan kolam renang				
14	Keamanan kendaraan di tempat parkir terjamin				
15	Keamanan helm di tempat parkir terjamin				
16	Kenyamanan terhadap keselamatan pengunjung				
17	Kenyamanan menggunakan fasilitas kolam renang				
18	Kualitas air terjamin dari penyakit (tidak kotor)				
19	Kemudahan dalam menyewa perlengkapan renang				
20	Kemudahan dalam membeli tiket				
21	Biaya masuk kolam renang terjangkau				

22	Potongan biaya masuk diberikan kepada rombongan				
23	Biaya masuk kolam renang sesuai dengan fasilitas yang ada				
24	Biaya penyewaan perlengkapan renang terjangkau				
25	Komunikasi petugas ramah				
26	Pelayanan pengelola kolam renang terhadap pengunjung				
27	Petugas loket ramah dalam melayani pengunjung kolam renang				
28	Petugas mempunyai penampilan berpakaian yang sesuai ketentuan				
29	Teguran terhadap pengunjung dilakukan dengan sopan bila ada yang melanggar ketertiban atau berbuat gaduh				
30	Sopan santun karyawan				
31	Kondisi toilet/WC				
32	Loker tersedia				
33	Ruang bila banyak				
34	Lingkungan kolam renang bersih				
35	Kolam renang bersih				
36	Air kolam renang bersih				
37	Adanya tempat papan loncat				
38	Kolam renang untuk anak-anak				
39	Kolam renang untuk dewasa				
40	Kolam renang yang luas				
41	Ruang bila, kamar mandi, ruang ganti terpisah antara perempuan dan laki-laki				
42	Adanya tempat penyewaan peralatan renang				
43	Air untuk bilas lancar				
44	Tersedia kantin atau penjual di halaman/lingkungan kolam renang				
45	<i>Sound system</i> untuk penyiaran baik				
46	Hiburan lagu-lagu diberikan sesuai keinginan pengunjung				

Lampiran 4. Contoh Pengisian Angket

Assalamu'alaikum wr wb

Sehubungan dengan pengumpulan data penelitian kami yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta**”, untuk itu kami mohon untuk berkenan mengisi daftar pertanyaan atau pernyataan dalam angket ini.

Informasi yang diberikan sangat berguna untuk penelitian ini, untuk itu kami mohon saudara dapat mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban yang anda berikan adalah benar asalkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Wassalamu'alaikum wr wb
Peneliti

Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

RESPONDEN

- Nama :
- TTL :
- Sekolah :
- Alamat :

5. Isilah identitas diri saudara di tempat yang telah disediakan
6. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama
7. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda centang (V) pada tempat yang telah disediakan.
8. Alternatif tanggapan
SM : Sangat Memuaskan
M : Memuaskan
TM : Tidak Memuaskan
STM : Sangat Tidak Memuaskan

No	Pernyataan	SM	M	TM	STM
1	Ketepatan waktu buka dan tutup kolam renang				
2	Rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh semua staf/karyawan sesuai tujuannya				
3	Pembelian langsung secara umum pada pengunjung petugas tidak membedakan layanan antara pengunjung satu dengan yang lainnya				
4	Ketepatan layanan petugas berjaga di tempatkan tugas masing-masing				
5	Petugas memberikan informasi yang jelas terhadap pengunjung				
6	Ketepatan layanan petugas penyelamat siap siaga di tempat bila terjadi kecelakaan				
7	Tanggapan pengelola terhadap keluhan pengunjung				
8	Tanggapan pengelola terhadap sarana dan kritik pengunjung				
9	Pengelola merespon masukan dari setiap pengunjung				
10	Pengelola menanggapi masuknya dari setiap pengunjung				
11	Pada saat pemesanan dilayani dengan baik				
12	Petugas kolam renang cepat dalam pelayanan				
13	Keamanan barang bawaan terjamin di penitipan kolam renang				
14	Keamanan kendaraan di tempat parkir terjamin				
15	Keamanan helm di tempat parkir terjamin				
16	Kenyamanan terhadap keselamatan pengunjung				
17	Kenyamanan menggunakan fasilitas kolam renang				
18	Kualitas air terjamin dari penyakit (tidak kotor)				
19	Kemudahan dalam menyewa perlengkapan renang				
20	Kemudahan dalam membeli tiket				
21	Biaya masuk kolam renang terjangkau				
22	Potongan biaya masuk diberikan kepada rombongan				

23	Biaya masuk kolam renang sesuai dengan fasilitas yang ada				
24	Biaya penyewaan perlengkapan renang terjangkau				
25	Komunikasi petugas ramah				
26	Pelayanan pengelola kolam renang terhadap pengunjung				
27	Petugas loket ramah dalam melayani pengunjung kolam renang				
28	Petugas mempunyai penampilan berpakaian yang sesuai ketentuan				
29	Teguran terhadap pengunjung dilakukan dengan sopan bila ada yang melanggar ketertiban atau berbuat gaduh				
30	Sopan santun karyawan				
31	Kondisi toilet/WC				
32	Loker tersedia				
33	Ruang bila banyak				
34	Lingkungan kolam renang bersih				
35	Kolam renang bersih				
36	Air kolam renang bersih				
37	Adanya tempat papan loncat				
38	Kolam renang untuk anak-anak				
39	Kolam renang untuk dewasa				
40	Kolam renang yang luas				
41	Ruang bila, kamar mandi, ruang ganti terpisah antara perempuan dan laki-laki				
42	Adanya tempat penyewaan peralatan renang				
43	Air untuk bilas lancar				
44	Tersedia kantin atau penjual di halaman/lingkungan kolam renang				
45	<i>Sound system</i> untuk penyiaran baik				
46	Hiburan lagu-lagu diberikan sesuai keinginan pengunjung				

Assalamu'alaikum wr wb

Sehubungan dengan pengumpulan data penelitian kami yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta**”, untuk itu kami mohon untuk berkenan mengisi daftar pertanyaan atau pernyataan dalam angket ini.

Informasi yang diberikan sangat berguna untuk penelitian ini, untuk itu kami mohon saudara dapat mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban yang anda berikan adalah benar asalkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Wassalamu'alaikum wr wb
Peneliti

Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

RESPONDEN

- Nama :
- TTL :
- Sekolah :
- Alamat :

9. Isilah identitas diri saudara di tempat yang telah disediakan
10. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama
11. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda centang (V) pada tempat yang telah disediakan.
12. Alternatif tanggapan
 - SM** : Sangat Memuaskan
 - M** : Memuaskan
 - TM** : Tidak Memuaskan
 - STM** : Sangat Tidak Memuaskan

No	Pernyataan	SM	M	TM	STM
1	Ketepatan waktu buka dan tutup kolam renang				
2	Rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh semua staf/karyawan sesuai tujuannya				
3	Pembelian langsung secara umum pada pengunjung petugas tidak membedakan layanan antara pengunjung satu dengan yang lainnya				
4	Ketepatan layanan petugas berjaga di tempatkan tugas masing-masing				
5	Petugas memberikan informasi yang jelas terhadap pengunjung				
6	Ketepatan layanan petugas penyelamat siap siaga di tempat bila terjadi kecelakaan				
7	Tanggapan pengelola terhadap keluhan pengunjung				
8	Tanggapan pengelola terhadap sarana dan kritik pengunjung				
9	Pengelola merespon masukan dari setiap pengunjung				
10	Pengelola menanggapi masuknya dari setiap pengunjung				
11	Pada saat pemesanan dilayani dengan baik				
12	Petugas kolam renang cepat dalam pelayanan				
13	Keamanan barang bawaan terjamin di penitipan kolam renang				
14	Keamanan kendaraan di tempat parkir terjamin				
15	Keamanan helm di tempat parkir terjamin				
16	Kenyamanan terhadap keselamatan pengunjung				
17	Kenyamanan menggunakan fasilitas kolam renang				
18	Kualitas air terjamin dari penyakit (tidak kotor)				
19	Kemudahan dalam menyewa perlengkapan renang				
20	Kemudahan dalam membeli tiket				
21	Biaya masuk kolam renang terjangkau				
22	Potongan biaya masuk diberikan kepada rombongan				

23	Biaya masuk kolam renang sesuai dengan fasilitas yang ada				
24	Biaya penyewaan perlengkapan renang terjangkau				
25	Komunikasi petugas ramah				
26	Pelayanan pengelola kolam renang terhadap pengunjung				
27	Petugas loket ramah dalam melayani pengunjung kolam renang				
28	Petugas mempunyai penampilan berpakaian yang sesuai ketentuan				
29	Teguran terhadap pengunjung dilakukan dengan sopan bila ada yang melanggar ketertiban atau berbuat gaduh				
30	Sopan santun karyawan				
31	Kondisi toilet/WC				
32	Loker tersedia				
33	Ruang bila banyak				
34	Lingkungan kolam renang bersih				
35	Kolam renang bersih				
36	Air kolam renang bersih				
37	Adanya tempat papan loncat				
38	Kolam renang untuk anak-anak				
39	Kolam renang untuk dewasa				
40	Kolam renang yang luas				
41	Ruang bila, kamar mandi, ruang ganti terpisah antara perempuan dan laki-laki				
42	Adanya tempat penyewaan peralatan renang				
43	Air untuk bilas lancar				
44	Tersedia kantin atau penjual di halaman/lingkungan kolam renang				
45	<i>Sound system</i> untuk penyiaran baik				
46	Hiburan lagu-lagu diberikan sesuai keinginan pengunjung				

Assalamu'alaikum wr wb

Sehubungan dengan pengumpulan data penelitian kami yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Khususnya Siswa SMA di Yogyakarta dalam Menggunakan Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta**”, untuk itu kami mohon untuk berkenan mengisi daftar pertanyaan atau pernyataan dalam angket ini.

Informasi yang diberikan sangat berguna untuk penelitian ini, untuk itu kami mohon saudara dapat mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban yang anda berikan adalah benar asalkan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Wassalamu'alaikum wr wb
Peneliti

Khadik Agung Priangga
NIM. 12601241041

RESPONDEN

- Nama :
- TTL :
- Sekolah :
- Alamat :

13. Isilah identitas diri saudara di tempat yang telah disediakan

14. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama

15. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda centang (V) pada tempat yang telah disediakan.

16. Alternatif tanggapan

- SM** : Sangat Memuaskan
- M** : Memuaskan
- TM** : Tidak Memuaskan
- STM** : Sangat Tidak Memuaskan

No	Pernyataan	SM	M	TM	STM
1	Ketepatan waktu buka dan tutup kolam renang				
2	Rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh semua staf/karyawan sesuai tujuannya				
3	Pembelian langsung secara umum pada pengunjung petugas tidak membedakan layanan antara pengunjung satu dengan yang lainnya				
4	Ketepatan layanan petugas berjaga di tempatkan tugas masing-masing				
5	Petugas memberikan informasi yang jelas terhadap pengunjung				
6	Ketepatan layanan petugas penyelamat siap siaga di tempat bila terjadi kecelakaan				
7	Tanggapan pengelola terhadap keluhan pengunjung				
8	Tanggapan pengelola terhadap sarana dan kritik pengunjung				
9	Pengelola merespon masukan dari setiap pengunjung				
10	Pengelola menanggapi masuknya dari setiap pengunjung				
11	Pada saat pemesanan dilayani dengan baik				
12	Petugas kolam renang cepat dalam pelayanan				
13	Keamanan barang bawaan terjamin di penitipan kolam renang				
14	Keamanan kendaraan di tempat parkir terjamin				
15	Keamanan helm di tempat parkir terjamin				
16	Kenyamanan terhadap keselamatan pengunjung				
17	Kenyamanan menggunakan fasilitas kolam renang				
18	Kualitas air terjamin dari penyakit (tidak kotor)				
19	Kemudahan dalam menyewa perlengkapan renang				
20	Kemudahan dalam membeli tiket				
21	Biaya masuk kolam renang terjangkau				
22	Potongan biaya masuk diberikan kepada rombongan				

23	Biaya masuk kolam renang sesuai dengan fasilitas yang ada				
24	Biaya penyewaan perlengkapan renang terjangkau				
25	Komunikasi petugas ramah				
26	Pelayanan pengelola kolam renang terhadap pengunjung				
27	Petugas loket ramah dalam melayani pengunjung kolam renang				
28	Petugas mempunyai penampilan berpakaian yang sesuai ketentuan				
29	Teguran terhadap pengunjung dilakukan dengan sopan bila ada yang melanggar ketertiban atau berbuat gaduh				
30	Sopan santun karyawan				
31	Kondisi toilet/WC				
32	Loker tersedia				
33	Ruang bila banyak				
34	Lingkungan kolam renang bersih				
35	Kolam renang bersih				
36	Air kolam renang bersih				
37	Adanya tempat papan loncat				
38	Kolam renang untuk anak-anak				
39	Kolam renang untuk dewasa				
40	Kolam renang yang luas				
41	Ruang bila, kamar mandi, ruang ganti terpisah antara perempuan dan laki-laki				
42	Adanya tempat penyewaan peralatan renang				
43	Air untuk bilas lancar				
44	Tersedia kantin atau penjual di halaman/lingkungan kolam renang				
45	<i>Sound system</i> untuk penyiaran baik				
46	Hiburan lagu-lagu diberikan sesuai keinginan pengunjung				

Lampiran 5. Data Penelitian

No	Reliability/ Keandalan						Responsiveness/ Ketanggapan						Assurance/ Keyakinan						Empathy/ Empati										Tangibles/ Berwujud														Σ					
	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	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42		43	44	45	46	
1	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	133			
2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	4	3	3	143	
3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	136		
4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	148	
5	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	147	
6	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	141			
7	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	2	4	144		
8	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	155	
9	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3	4	4	2	4	3	3	147	
10	3	4	3	4	4	4	2	4	3	2	2	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	153	
11	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	150	
12	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	2	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	139	
13	4	4	4	3	2	3	2	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	140		
14	2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	152		
15	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	148	
16	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	148	
17	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	154		
18	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	2	4	3	2	4	153	
19	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	144		
20	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	157		
21	3	2	3	3	3	2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	149		
22	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	142		
23	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	3	4	146	
24	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	144	
25	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	2	4	3	3	3	151		
26	2	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	155	
27	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	151

Lampiran 6. Deskriptif Statistik

Statistics

	kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang UNY	Keandalan	Ketanggapan	Keyakinan	Empati	Berwujud
N Valid	27	27	27	27	27	27
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	147.04	19.04	18.59	19.26	39.70	50.44
Median	148.00	19.00	18.00	19.00	39.00	51.00
Mode	144.00 ^a	20.00	16.00	18.00	39.00	51.00
Std. Deviation	6.07	1.87	2.32	1.68	2.78	4.35
Minimum	133.00	16.00	16.00	16.00	34.00	39.00
Maximum	157.00	22.00	22.00	22.00	45.00	57.00
Sum	3970.00	514.00	502.00	520.00	1072.00	1362.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

kepuasan pelanggan khususnya siswa SMA di Yogyakarta dalam menggunakan kolam renang Universitas Negeri Yogyakarta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 133	1	3.7	3.7	3.7
136	1	3.7	3.7	7.4
139	1	3.7	3.7	11.1
140	1	3.7	3.7	14.8
141	1	3.7	3.7	18.5
142	1	3.7	3.7	22.2
143	1	3.7	3.7	25.9
144	3	11.1	11.1	37.0
146	1	3.7	3.7	40.7
147	2	7.4	7.4	48.1
148	3	11.1	11.1	59.3
149	1	3.7	3.7	63.0
150	1	3.7	3.7	66.7
151	2	7.4	7.4	74.1
152	1	3.7	3.7	77.8
153	2	7.4	7.4	85.2
154	1	3.7	3.7	88.9
155	2	7.4	7.4	96.3
157	1	3.7	3.7	100.0
Total	27	100.0	100.0	

Keandalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	2	7.4	7.4	7.4
	17	6	22.2	22.2	29.6
	18	3	11.1	11.1	40.7
	19	3	11.1	11.1	51.9
	20	7	25.9	25.9	77.8
	21	3	11.1	11.1	88.9
	22	3	11.1	11.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

Ketanggapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	8	29.6	29.6	29.6
	17	3	11.1	11.1	40.7
	18	4	14.8	14.8	55.6
	19	2	7.4	7.4	63.0
	20	1	3.7	3.7	66.7
	21	5	18.5	18.5	85.2
	22	4	14.8	14.8	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

Keyakinan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	3.7	3.7	3.7
	17	2	7.4	7.4	11.1
	18	9	33.3	33.3	44.4
	19	2	7.4	7.4	51.9
	20	6	22.2	22.2	74.1
	21	4	14.8	14.8	88.9
	22	3	11.1	11.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

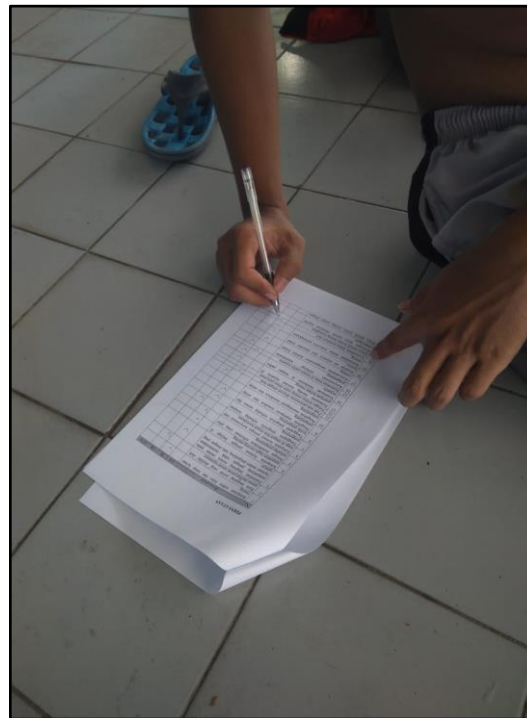
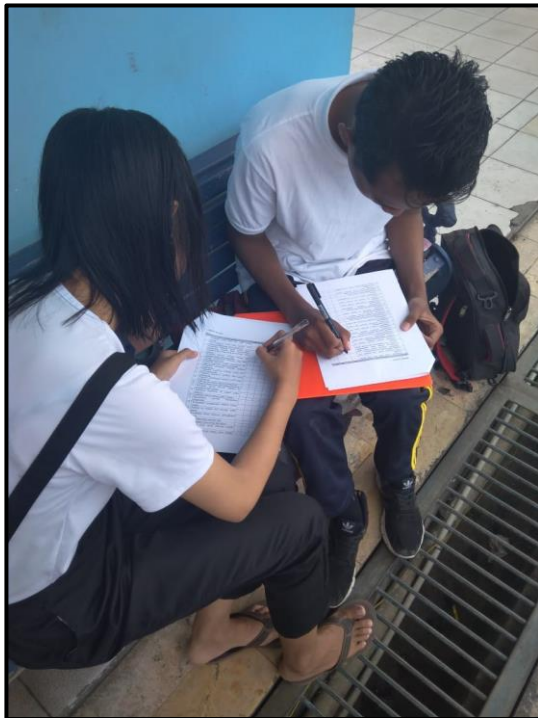
Empati

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	34	1	3.7	3.7	3.7
	35	2	7.4	7.4	11.1
	36	1	3.7	3.7	14.8
	37	1	3.7	3.7	18.5
	38	3	11.1	11.1	29.6
	39	6	22.2	22.2	51.9
	41	5	18.5	18.5	70.4
	42	5	18.5	18.5	88.9
	43	1	3.7	3.7	92.6
	44	1	3.7	3.7	96.3
	45	1	3.7	3.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

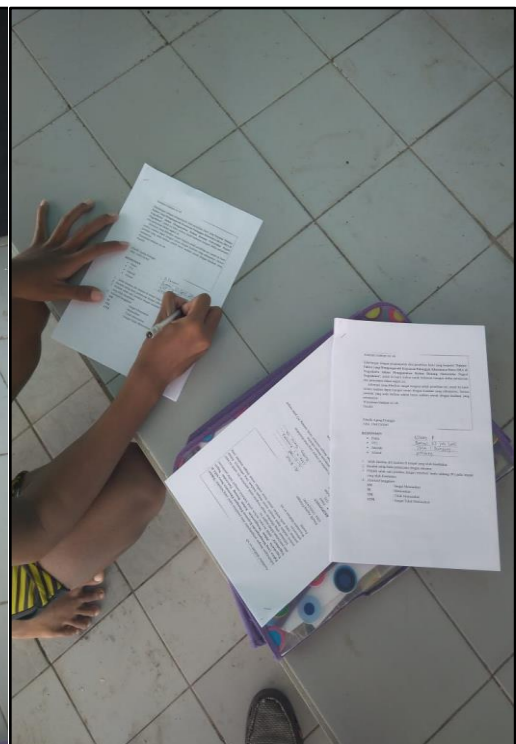
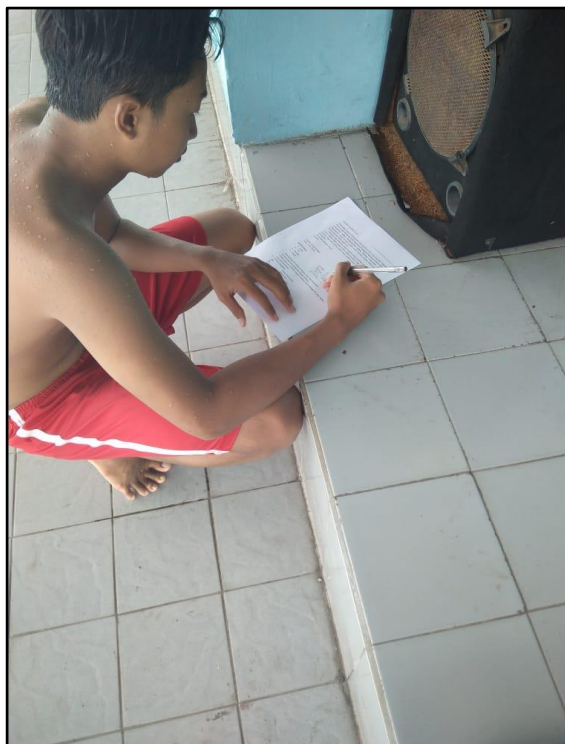
Berwujud

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	39	1	3.7	3.7	3.7
	44	1	3.7	3.7	7.4
	45	3	11.1	11.1	18.5
	46	1	3.7	3.7	22.2
	47	1	3.7	3.7	25.9
	48	1	3.7	3.7	29.6
	49	1	3.7	3.7	33.3
	51	6	22.2	22.2	55.6
	52	3	11.1	11.1	66.7
	53	3	11.1	11.1	77.8
	54	2	7.4	7.4	85.2
	55	1	3.7	3.7	88.9
	56	1	3.7	3.7	92.6
	57	2	7.4	7.4	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

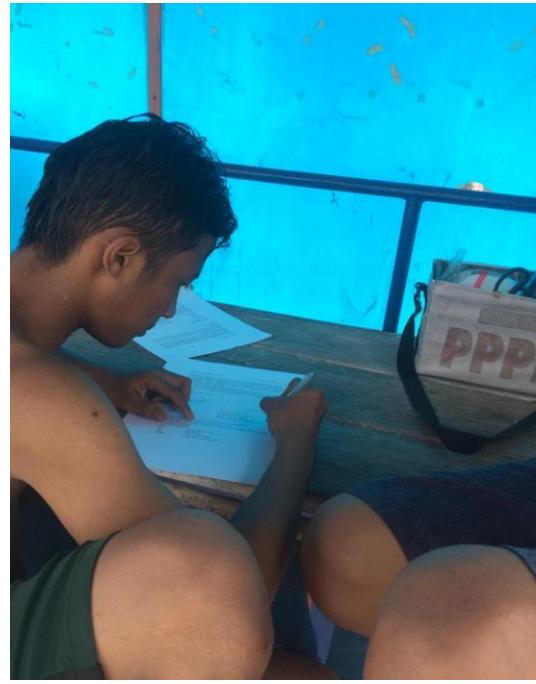
Lampiran Dokumentasi Penelitian



Gambar responden sedang mengisi angket



Gambar responden sedang mengisi angket



Gambar responden sedang mengisi angket