

**TESIS**

**IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA  
TERHADAP LOYALITAS ALTET KARATE  
DI DOJO YOGYAKARTA**



**Oleh:**

**NEVITA ARIANI  
NIM. 20732251004**

**Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan  
untuk mendapatkan gelar Magister Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN KEPELATIHAN OLAHRAGA  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2022**

## ABSTRAK

**NEVITA ARIANI:** Impresi Kualitas Layanan, Harga, Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate Di Dojo Yogyakarta. **Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana, Universitas Negeri Yogyakarta, 2022.**

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, 2) Untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan 3) Untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap loyalitas atlet.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei analitik, yang digunakan adalah *cross sectional survey design*. Dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 100 atlet dengan teknik purposive sampling yang berasal dari sepuluh tempat: Hoshi Dojo, Dojo Banguntapan 91, Dojo Imogiri, Dojo SD Percobaan 4 Wates, SDIT Salsabila 4 Jetis, Dojo Prambanan, Dojo Inkanas Kulon Progo, Dojo SD N Srikayangan, Dojo Mts Lab. UIN, dan Dojo Lemkari. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan dianalisis menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) untuk secara bersamaan menguji semua hubungan.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, dengan nilai P sebesar 0.002. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, dengan nilai P sebesar 0.056. dan Dukungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, dengan nilai P sebesar 0.000.

**Kata Kunci:** Kualitas layanan, harga, dukungan keluarga, loyalitas, karate

## ABSTRACT

**NEVITA ARIANI:** Impression of Service Quality, Price, Family Support on Loyalty of Karate Athletes at Dojo Yogyakarta. **Thesis. Yogyakarta: Postgraduate Program, Yogyakarta State University, 2022.**

This study aims to 1) To analyze the impression of service quality on athlete loyalty, 2) To analyze price impressions on athlete loyalty, and 3) To analyze the impression of family support on athlete loyalty.

This type of research is analytic survey research, which is used is a *cross sectional survey design*. The research approach used is a quantitative and qualitative approach. The sample of this research was 100 athletes using purposive sampling technique from ten places: Hoshi Dojo, Dojo Banguntapan 91, Dojo Imogiri, Dojo SD Experiment 4 Wates, SDIT Salsabila 4 Jetis, Dojo Prambanan, Dojo Inkanas Kulon Progo, Dojo SD N Srikayangan, Dojo Mts Lab. UIN, and Dojo Lemkari. Data were collected through questionnaires, interviews, and analyzed using structural equation modeling (SEM) to simultaneously test all relationships.

The results of this study found that service quality had a significant effect on the loyalty of karate athletes at the Yogyakarta dojo, with a P value of 0.002. Price has no significant effect on the loyalty of karate athletes at the Yogyakarta dojo, with a P value of 0.056. and family support has a significant effect on the loyalty of karate du dojo athletes in Yogyakarta, with a P value of 0.000.

**Keywords:** Quality of service, price, family support, loyalty, karate

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
Nomor Induk Mahasiswa : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga  
Lembaga Asal : Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah dipergunakan sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim

Yogyakarta, 18 Januari 2022



Nevita Ariani

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA  
TERHADAP LOYALITAS ALTET KARATE  
DI DOJO YOGYAKARTA**

**NEVITA ARIANI  
NIM. 20732251004**

**Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan  
untuk mendapatkan gelar Magister Pendidikan  
Program Studi Magister Pendidikan Kepelatihan Olahraga**

**Menyetujui untuk diajukan pada ujian tesis**

**Pembimbing,**



**Prof. Dr. Tomoliyus, M.S  
NIP. 19570618 198203 1 004**

**Mengetahui:  
Fakultas Ilmu Keolahragaan  
Universitas Negeri Yogyakarta**



**Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M.Ed.  
NIP. 196407071988121001**

**Koordinator Program Studi,**



**Prof. Dr. Tomoliyus, M.S  
NIP. 195706181982031004**

LEMBAR PENGESAHAN

IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA  
TERHADAP LOYALITAS ALTET KARATE  
DI DOJO YOGYAKARTA

NEVITA ARIANI  
20732251004

Dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis Fakultas Ilmu Keolahragaan  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Tanggal, 25 Januari 2022

TIM PENGUJI

Prof. Dr. Endang Rini Sukanti, M.S  
(Ketua/Penilai)

31 / 01 / 2022

Dr. Fauzi, M.Si  
(Sekertaris/Penilai)

03 / 02 / 2022

Prof. Dr. Tomoliyus, M.S  
(Pembimbing/Penilai)

09 / 02 / 2022

Dr. Abdul Alim, M.Or  
(Penilai Utama)

31 / 01 / 2022

Yogyakarta, 7 Februari 2022  
Fakultas Ilmu Keolahragaan  
Dekan,



Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M. Ed.  
NIP. 196407071988121001

## **MOTTO**

“Jika semuanya sederhana, tidak akan ada yang namanya USAHA”

“Mulai dan Selesaikan”

“Nikmati, Jalani, Syukuri”

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya yang jauh dari kata sempurna ini dipersembahkan kepada:

1. Program Studi Pascasarjana, Jurusan Pendidikan Kepelatihan Olahraga, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta;
2. Lembaga Karate-Do Indonesia (LEMKARI) D.I. Yogyakarta; dan
3. Seluruh Pelatih dan Atlet Karate di Indonesia.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji syukur atas limpahan rahmat dan hidayah dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Tesis dengan judul “Impresi Kualitas Layanan, Harga, Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate Di Dojo Yogyakarta”.

Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini saya menyampaikann rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes., selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M.Ed., selaku Dekan Fakultas Ilmu Keloahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Tomoliyus, M.S., selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Pendidikan Kepelatihan Olahraga dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kesabaran dalam membimbing dan membantu selama menempu pendidikan dan menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan arif dan bijaksana.
4. Prof. Dr. Dra. Endang Rini Sukamti, M.S., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama menempuh Pendidikan hingga dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.
5. Segenap dosen dan karyawan yang ada di lingkungan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
6. Kedua orang tua, Ayahanda Alm. H. Yandri Fano dan Ibunda Faulina, S.Pd. Terima kasih atas semua jerih payah, nasihat dan do'a yang selalu diberikan hingga sampai pada titik ini. Semoga selalu sehat dan mendapat lindungan dari Allah SWT.

7. Nurhafni Andriana, M.Pd dan Qoim Nurani, M.Pd kedua kakak yang selalu memberikan support, nasihat dan motivasi dari awal kuliah hingga pada titik ini. Semoga selalu sehat dan mendapat lindungan dari Allah SWT.
8. Ahla Mazida Bil Azmi keponakan yang selalu menimbulkan motivasi baru untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Segenap Keluarga Besar Lemkari DIY, yang telah menerima dan memberikan banyak pengalaman berorganisasi, melatih-dilatih, serta memperkenalkan banyak orang hebat selama di perantauan.
10. Sahabat, teman dan orang baik yang telah hadir, menemani dan berproses bersama baik dalam dunia perkuliahan maupun perantauan.

Demikian ucapan terima kasih penulis sampaikan, semoga seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan karya ini mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin.

Yogyakarta, 17 Januari 2022  
Penulis



Nevita Ariani

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
ABSTRAK .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
LEMBAR PENGESAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGATAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Masalah.....	6
F. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori .....	8
1. Konsep Kualitas Layanan .....	8
2. Konsep Harga.....	9
3. Konsep Dukungan Keluarga .....	16
4. Konsep Loyalitas .....	26
5. Konsep Dojo Karate (Klub) .....	32
B. Kajian yang Relevan .....	34
C. Kerangka Pikir .....	43
D. Hipotesis Penelitian .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	

A. Jenis Penelitian.....	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
1. Tempat.....	49
2. Waktu.....	49
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
D. Variabel Penelitian.....	50
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	51
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	58
G. Teknik Analisis Data.....	60
H. Alur Penelitian.....	63
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	64
1. Analisis Hasil Penelitian.....	64
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	68
a. Uji Validitas.....	68
b. Uji Reliabilitas.....	74
3. Hasil Pengolahan Data dengan SmartPLS.....	75
a. Analisis Structural Equation Model (SEM).....	75
b. <i>Path Coefficients</i> atau Koefisien Jalur ( <i>bootstrapping</i> ).....	81
B. Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	85
1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas.....	86
2. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas.....	86
3. Pengaruh Dukungan Keluarga terhadap Loyalitas.....	86
4. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	87
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas.....	88
2. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas.....	89
3. Pengaruh Dukungan Keluarga terhadap Loyalitas.....	91
D. Keterbatasan Penelitian.....	93
 <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	94
B. Implikasi.....	94
C. Saran.....	95
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	
	<b>96</b>
 <b>LAMPIRAN.....</b>	
	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Penelitian Relevan .....	25
Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen.....	56
Tabel 3. Nilai Interpretasi Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. Alur Penelitian .....	63
Tabel 5. Kisi-Kisi Angket Kualitas Layanan, Harga, Dukungan Keluarga dan Loyalitas .....	65
Tabel 6. Uji Validasi Kualitas Layanan .....	69
Tabel 7. Uji Validasi Harga .....	70
Tabel 8. Uji Validasi Dukungan Keluarga.....	71
Tabel 9. Uji Validasi Loyalitas .....	72
Tabel 10. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas .....	73
Tabel 11. Interpretasi Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 12. Uji Reliabilitas .....	74
Tabel 13. Nilai Construct Reliability and Validity .....	77
Tabel 14. Hasil <i>Path Coefficients</i> .....	82
Tabel 15. Hasil Nilai <i>R Square</i> .....	83
Tabel 16. Uji Hipotesis Penelitian .....	85
Tabel 17. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir.....	45
Gambar 2. Rumus Aiken's V.....	59
Gambar 3. Rumus Alpha Cronbach.....	60
Gambar 4. Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	76
Gambar 5. Diagram <i>Cronbach's Alpha</i> .....	78
Gambar 6. Diagram <i>Composite Reliability</i> .....	79
Gambar 7. Diagram <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	80
Gambar 8. Diagram Nilai R Square.....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian Dojo di Yogyakarta .....	104
Lampiran 2. Surat Ijin Validasi Ahli.....	114
Lampiran 3. Hasil Penilaian Kuesioner oleh Ahli ( <i>expert judgement</i> ).....	121
Lampiran 4. Hasil Penilaian Kuesioner Uji Coba.....	142

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kenyamanan dalam olahraga adalah salah satu acara sosial terbesar di dunia dan praktik mereka membawa manfaat yang tak terhitung jumlahnya (Moreira, A.C. and da Silva, P.M, 2015). Sejak pandemi virus Covid-19 merebak di Indonesia, maka kegiatan olahraga banyak dilakukan secara mandiri di rumah begitu juga latihan karate. Dampak negatif dari isolasi sosial, dan kesepian terhadap kesehatan atlet, namun sedikit yang diketahui tentang kemungkinan faktor biologisnya (Day, F. R., Ong, K. K., & Perry, J. R. B, 2018). Di sektor jasa yang sangat kompetitif, memberikan layanan yang luar biasa merupakan prasyarat untuk kelangsungan hidup dan kesuksesan suatu organisasi (Felix, R, 2017). Perkembangan zaman begitu cepat dalam berbagai aspek. Aspek, teknologi, sikap, dan perilaku masyarakat yang sangat bervariasi menggunakan waktu luang kesehariannya. Termasuk dalam menyikapi kesehatannya, kebanyakan masyarakat saat ini memiliki daya tarik tersendiri akan dunia olahraga, baik dari yang memiliki rasa keharusan untuk berolahraga maupun untuk yang hanya menyempatkan di waktu luang. Perkembangan dunia bisnis layanan saat ini begitu cepat dan kompetisi antara perusahaan sangat tinggi, sehingga perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien (Yildiz & Kara, 2012). Salah satu peluang bisnis layanan yang sedang *berkembang* yakni pembuatan tempat latihan karate (dojo).

Di era yang semakin kompetitif ini, setiap orang makin menyadari pentingnya aspek loyalitas untuk kelanjutan dari kegiatan yang sedang dijalaninya. Dalam pelaksanaan latihan terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas fasilitas layanan dengan loyalitas atlet, kualitas fasilitas layanan di dojo berpengaruh terhadap kepuasan atlet (Napitupulu, D. At al, 2018). Pandemi Covid-19 kualitas layanan setiap tempat latihan penunjang seperti fasilitas umum, stadion, gedung olahraga, sirkuit, dan kolam renang tidak boleh digunakan untuk latihan. Atlet berharap bahwa kualitas layanan yang mereka terima tinggi dan sangat memenuhi harapan mereka (Yıldız, K., Polat, E., & Güzel, P, 2018).

Loyalitas yang perlu dicari solusinya adalah kualitas layanan, harga, dan dukungan keluarga menurut pendapat Japhet Ndayisenga dan Tomoliyus (2019) dalam penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan tarif atas kepuasan dan atlet pada latihan kebugaran menunjukkan bahwa ada impresi yang signifikan dari kualitas layanan pada sikap kepuasan, pengaruh kualitas layanan pada perilaku loyalitas yang sebagian besar tidak langsung. Harga tiket memiliki efek negatif pada kepuasan dan perilaku loyalitas.

Konsep kualitas layanan dijelaskan dalam studi oleh peneliti yang berbeda mengenai sejauh mana kinerja penyedia layanan sesuai dengan harapan atlet dan sebagai kesan keseluruhan atlet tentang kinerja layanan, sistem pengiriman layanan, dan pengalaman konsumsi secara keseluruhan yang akan membuat kualitas layanan sebuah produk atau jasa sangat begitu menarik atlet untuk kembali (Murat dan Kocak, 2011). Zulian Yamit (2010) menyatakan “kualitas adalah

seluruh faktor yang menjadi kebutuhan dan keinginan atlet terhadap penyedia jasa”.

Harga merupakan aspek pertama yang perlu diperhatikan oleh penjual dalam usaha memasarkan produknya, dan dari segi pembeli harga merupakan salah satu aspek yang ikut menentukan pilihan apakah jadi membeli atau tidak. Menurut Bob (2012) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Harga yang tinggi terhadap penawaran, maka atlet akan menuntut kualitas yang tinggi dan persepsi mereka akan mempengaruhi ekspektasinya, sebaliknya apabila harga penawaran rendah, maka atlet akan meragukan kemampuan perusahaan jasa tersebut (Daryanto & Setyobudi, 2014).

Dukungan keluarga adalah suatu bentuk hubungan interpersonal yang melindungi seseorang dari efek stress yang buruk (Kaplan dan Sadock, 2002). Dukungan keluarga menurut Friedman (2010) adalah sikap, tindakan penerimaan keluarga terhadap anggota keluarganya, berupa dukungan informasional, dukungan penilaian, dukungan instrumental dan dukungan emosional. Jadi dukungan keluarga adalah suatu bentuk hubungan interpersonal yang meliputi sikap, tindakan dan penerimaan terhadap anggota keluarga, sehingga anggota keluarga merasa ada yang memperhatikan. Dari pendapat diatas dapat dilihat bahwa dukungan keluarga juga menjadi sangat penting untuk meningkatkan loyalitas yang dimiliki atlet.

Sedangkan dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan angket kepada atlet-atlet karate yang latihan di tiap dojo secara

random. Peneliti ingin melihat bagaimana tanggapan dari atlet-atlet karate terhadap loyalitas atlet khususnya sesama temannya di dojo mereka masing-masing. Dalam survei tersebut diajukan sepuluh pertanyaan yang membahas mengenai kualitas layanan, harga, dukungan keluarga dan juga loyalitas. Survei menunjukkan bahwa 100% atlet berpendapat jika kualitas layanan, harga, dukungan keluarga dapat menunjang performa dan loyalitas mereka terhadap dojo mereka saat melakukan kumite maupun kata. Dari 20 responden (atlet) menyebutkan kualitas layanan, harga dan dukungan keluarga itu penting untuk memotivasi atlet berprestasi. Dan 14 (75%) responden mengatakan kualitas layanan rendah, tetapi 6 responden (atlet) mengatakan kualitas layanan cukup. Harga di dojo DIY, 10 atlet menyebutkan cukup tinggi, tetapi 10 atlet mengatakan tinggi. Dukungan keluarga di dojo DIY, 16 atlet menyebutkan kurang dukungan dari keluarga, 4 atlet dukungan keluarga besar.

Berdasarkan hasil kajian penelitian terdahulu telah ditemukan impresi kualitas layanan, harga serta loyalitas, pada perusahaan-perusahaan pada umumnya, sedangkan kualitas layanan, harga, dukungan keluarga, loyalitas atlet karate kurang dilakukan penelitian (Pakurár, M., at al, 2019; Putra, A. K., & Frianto, A., 2018; Kliwon, K., & Sarwanto, A., 2019; Cardoso, V. D., at al, 2018). Hanya ada yang membahas tentang perusahaan fitness tetapi belum mengkaitkan tentang, lingkungan, motivasi dan finansial. Atas dasar dari wawancara dan kajian penelitian terdahulu, maka peneliti merasa perlu meneliti penelitian yang berjudul Impresi Kualitas Layanan, Harga, Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate Di Dojo Yogyakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Kualitas layanan yang diberikan dojo (pelatih) kurang maksimal sehingga atlet mencari yang terbaik.
2. Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan yang di dapat atlet
3. Dojo dengan nama perguruan yang kecil kurang berkembang
4. Persaingan dojo antar perguruan yang mencapai loyalitas atlet menyebabkan beberapa atlet berpindah.
5. Sikap dukungan keluarga pada umumnya masih kurang

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah, karena agar penelitian ini menjadi lebih focus. Keterbatasan waktu dan keterbatasan biaya yang dialami peneliti saat peneliti, maka perlu dilakukan pembatasan obyek kajian dan subyek kajian. Obyek kajian dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, dukungan orang tua, loyalitas. Dan subyek kajian adalah atlet karate di dojo Yogyakarta.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil sebuah rumusan masalah dalam penelitian “Bagaimana kualitas layanan, harga, dan dukungan keluarga terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta”? Secara khusus rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat impresi kualita layanan terhadap loyalitas atlet?

2. Apakah terdapat impresi harga terhadap loyalitas atlet?
3. Apakah terdapat impresi dukungan keluarga terhadap loyalitas atlet
4. Bagaimana kualitas layanan, harga dan dukungan keluarga terhadap atlet karate di dojo Yogyakarta?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Seiring dengan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet,
2. Untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet,
3. Untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
  - a. Menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam dunia ilmu keolahragaan dibidang manajemen dan marketing olahraga.
  - b. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya pada periode berikutnya.
  - c. Menambah wawasan dalam dunia pendidikan ataupun bisnis olahraga dibidang olahraga tentang meningkatkan kualitas layanan, harga, dan

dukungan keluarga terhadap loyalitas.

2. Manfaat secara praktis
  - a. Bagi masyarakat terkhusus atlet karate, sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-dojjo karate yang ada di D.I Yogyakarta dan mengetahui kondisi impresi kualitas pelayanan, harga, dukungan keluarga terhadap loyalitas atlet di dojo Yogyakarta
  - b. Bagi Pelatih karate dan pemilik dojo, sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojo karate di Yogyakarta.
  - c. Bagi peneliti selanjutnya dapat memberikan masukan dan referensi kepada peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait kualitas pelayanan, harga, dan dukungan keluarga terhadap loyalitas yang diharapkan lebih berkembang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Konsep Kualitas Layanan**

Konsep kualitas layanan dijelaskan dalam studi oleh peneliti yang berbeda mengenai sejauh mana kinerja penyedia layanan sesuai dengan harapan atlet dan sebagai kesan keseluruhan atlet tentang kinerja layanan, sistem pengiriman layanan, dan pengalaman konsumsi secara keseluruhan yang akan membuat kualitas layanan sebuah produk atau jasa sangat begitu menarik atlet untuk kembali (Murat dan Kocak, 2011).

Zulian Yamit (2010) menyatakan “kualitas adalah seluruh faktor yang menjadi kebutuhan dan keinginan atlet terhadap penyedia jasa”. (Toni Wijaya, 2011: 11) kualitas adalah sesuatu yang diharapkan oleh atlet terhadap penyedia jasa. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman masa lalu atlet atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan apa yang telah dirasakan oleh atlet atau persepsi dari atlet. Crosby yang dikutip Zulian Yamit (2010) menyatakan kualitas sebagai kesesuaian terhadap sesuatu hal yang diinginkan atlet. Kualitas dan layanan mempunyai peranan penting dalam pemasaran semua produk/jasa, dan terutama dalam banyak industri olahraga karena merupakan pembeda, serta sebagai nilai yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa. (Nurhasyimad, 2010: 2) menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa yang diberikan

kepada atlet, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap nilai produk/jasa, sikap, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan atlet terhadap penyedia jasa. Kemampuan untuk mengenali kebutuhan dan keinginan atlet tidak secara langsung, berarti adalah sebuah tindakan. Ini adalah tindakan yang terkait dengan proses pemasaran atau promosi dalam olahraga khususnya untuk industri olahraga. Ini dikenal sebagai proses manajemen pemasaran, yang digambarkan oleh (Kotler et al., 2016) sebagai analisis, perencanaan, penerapan, pengendalian program oleh penyedia layanan produk atau jasa (Shilbury et al., 2014).

## **2. Konsep Harga**

Harga terhadap produk atau jasa banyak mempengaruhi persepsi, kualitas, kepuasan dan nilai jasa. Hal tersebut disebabkan jasa tidak berwujud dan sering sulit dinilai sebelum terjadinya pembelian, maka harga seringkali dikaitkan sebagai indikator pendukung yang mempengaruhi harapan dan persepsi jasa. Diperkuat pendapat Pradeep et.al (2020) mengungkapkan bahwa harga adalah jumlah yang dibayar oleh atlet untuk nilai produk berwujud dan tidak berwujud yang ditawarkan oleh dojo. Harga yang tinggi terhadap penawaran, maka atlet akan menuntut kualitas yang tinggi dan persepsi mereka akan mempengaruhi ekspektasinya, sebaliknya apabila harga penawaran rendah, maka atlet akan meragukan kemampuan perusahaan jasa tersebut (Daryanto & Setyobudi, 2014:

96). Harga merupakan aspek pertama yang perlu diperhatikan oleh penjual dalam usaha memasarkan produknya, dan dari segi pembeli harga merupakan salah satu aspek yang ikut menentukan pilihan apakah jadi membeli atau tidak. Diperkuat Bob (2012: 410) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Sudut pandang dari sisi penerimaan, atlet yang loyal mungkin tidak menghabiskan lebih banyak uang daripada atlet yang sesekali datang, dan banyak kasus yang dimana atlet mengharapkan diskon harga (Lovelock, Wirtz & Mussry, 2010: 78). Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Definisi tersebut dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli iitu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Senada dengan Pradeep, et.al (2020: 3 ) mengungkapkan bahwa atlet akan seleksi harga dari beberapa perusahaan jasa (dojo) sebelum membeli produk atau asa yang telah ditawarkan. Adapun Olorunniwo, F., Hsu, M. K., & Udo, G. J (2006: 2) menyatakan bahwa untuk menetapkan tingkat harga suatu barang biasanya dilakukan uji pasar yang tidak sedikit mengabiskan biaya dan memerlukan waktu kerja yang cukup lama, artinya harga barang yang akan ditetapkan itu dapat diterima atau tidak oleh pembeli. Jika tidak dapat diterima maka dapat segera dilakukan perubahan harga barang tersebut. Harga ialah mewakili nilai yang terdapat di suatu produk (jasa) dan harga itu sendiri serta atlet harus menerima untuk mendapatkan produk tertentu. Senada dengan Maulana (2016: 7) menatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dikatakan sebagai

alat tukar untuk memperoleh produk/jasa. Atlet menentukan nilai dari suatu produk (jasa) dengan cara menyeimbangkan manfaat yang diharapkan dari pembelian produk (jasa) tersebut terhadap harga yang diharapkan dari produk yang dibeli. Jika manfaat yang diakibatkan oleh suatu produk melebihi harga yang tercakup pada produk, maka atlet akan percaya bahwa produk tersebut mempunyai nilai. Hal tersebut dapat memunculkan kepuasan dan loyalitas atlet terhadap suatu produk yang bernilai. Adapun Soteriou & Stavrinides (2000: 4) menyatakan bahwa pengambilan keputusan penetapan harga perlu ditinjau apakah yang menjadi tujuan bagi penjual dalam menetapkan harga atau harga produknya. Tujuan-tujuan tersebut antara lain: 1. Meningkatkan penjualan 2. Mempertahankan dan memperbaiki market share 3. Stabilisasi harga 4. Mencapai target pengembalian investasi 5. Mencapai laba maksimum dan sebagainya. Pengetahuan yang mempengaruhi terhadap usaha penjualan jasa secara keseluruhan yang berkaitan dengan 4P (product, price, promotion, and place). Senada dengan Nusair, et.al (2010: 1-2) menyatakan bahwa promosi harga yang baik dipelajari dalam pemasaran akan mempengaruhi penjualan. Diperkuat Putra dan Achmad (2017: 381-382) perusahaan jasa (dojo) harus mempunyai kemampuan memberikan kepuasan kepada atlet dengan produk/jasa yang berkualitas (product), memberikan harga yang lebih murah (price), penyerahan produk/jasa lebih cepat (place), atau informasi yang lebih baik dan akurat (promotion) daripada dojo lainnya. Selain itu, meningkatkan persepsi kualitas pelayanan, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan jasa, termasuk dalam pemasaran dalam aktivitas fisik di dojo.

Pengetahuan tentang bagaimana atlet menanggapi promosi harga sangat penting dalam membuat keputusan penting mengenai individu maupun kelompok menggunakan jasa yang ditawarkan oleh dojo. Selaras dengan Pradeep, et.al (2020: 3) menyatakan bahwa promosi harga mempunyai peran penting sebagai komunikasi dengan atlet untuk mencapai target dojo menangkau atlet baru maupun mempertahankan peanggan ang potensial. Atlet baru membeli produk atau jasa yang ditawarkan pihak dojo harus membayar harga keanggotaan yang bergabung awal. Senada Schweidel (2008: 1) mengungkapkan bahwa efek promosi selalu meningkatkan akurasi perkiraan perilaku atlet untuk meningkatkan pembelian secara signifikan. Diperkuat pendapat Kim (2017: 1) menyatakan bahwa promosi harga adalah salah satu alat pemasaran yang paling sering digunakan untuk menarik atlet baru dan mempertahankan atlet yang sudah ada (atlet lama). (Kotler, 2012: 345) harga dapat didefenisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa yang telah diberikan atau dapat didefenisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan atlet untuk keuntungan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai atlet yang dibuatnya. Harga menurut (Kotler, 2012: 405) mendefinisikan bahwa: *“Price is the one element of the marketing mix that produces revenue, the other elements produce coasts. Prices are perhaps the easiest element of the marketing program to adjust; product features, channels, and even communication take more time”*.

(Buchari Alma, 2011: 169) mendefinisikan bahwa: “Harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan nominal atau uang”. Harga memiliki dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi untuk atlet.

(Rajput et al., 2012: 487) harga memiliki impresi penting untuk kualitas ketika satu-satunya informasi yang ditunjukkan tersedia. Menurut studi atlet lebih suka untuk memiliki harga dan kualitas dari pada aspek-aspek teknis barang tahan lama. Alat pemasaran dasar adalah harga dan nilai harga dapat diukur ke efektifan dari biaya, markup, dan sisi pembayaran yang telah diciptakan oleh perusahaan atau penyedia jasa (Chintagunta dalam Rajput et al., 2012: 487). Seperti sebelumnya studi juga menemukan bahwa kelompok demografis tertentu seperti perempuan, orang-orang yang sudah menikah, orang tua, dan rumah pekerja adalah lebih bertanggung jawab untuk menggunakan informasi harga secara sadar dan realistis. Literatur menunjukkan harga memiliki dampak besar bagi atlet untuk membeli dengan sangat efektif. Setiap atlet membutuhkan lebih banyak kesadaran mengenai harga dan keadilan dalam harga dalam bentuk paket dan diskon yang diberikan oleh perusahaan atau penyedia jasa. Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga merupakan keputusan secara kritis untuk menunjang keberhasilan suatu perusahaan atau penyedia jasa.

Informasi harga dalam pelayanan Harga menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah nilai sesuatu barang/jasa yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Informasi harga di dojo mempunyai arti penting atau menarik atlet

baru dalam penggunaan layanan. Senada pendapat Soman & Gourville (2001: 2) mengungkapkan bahwa harga mempengaruhi atlet mengambil keputusan untuk niat atlet menggunakan jasa secara berulang (loyalitas). Harga pelayanan yang ditentukan oleh kegunaan harga itu sendiri yaitu cara penetapan harga, apabila ada perubahan harga terdapat pemberitahuan yang jelas, target pasar bagian dari tujuan, kemungkinan diskon dan kupon berhadiah, terstruktur tata cara pembayaran, dan keterbukaan harga yang jelas. Keputusan Menpan nomor 63 tahun 2004 menyatakan penetapan besaran harga pelayanan publik perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut: 1) Sesuai tingkat kemampuan dan daya beli masyarakat. 2) Harga yang berlaku sesuai dengan barang atau jasa. 3) Terperinci harga harus jelas untuk jenis pelayanan yang memerlukan tindakan di lapangan, misal penelitian, pemeriksaan, pengukuran dan pengajuan. 4) Pejabat yang berwenang harus memperhatikan memberlakukan proses pelayanan sesuai peraturan undang-undang yang berlaku. Berdasarkan hal di atas, senada yang terjadi di lapangan bahwa penyesuaian harga terhadap suatu produk (jasa) dengan fasilitas yang baik, tentunya akan memanjakan atlet. Terdapat suatu produk atau jasa yang dibutuhkan atlet telah terpenuhi, kemudahan yang terkait dengan waktu, dan harga yang harus dikeluarkan untuk atlet. Hal tersebut atlet mendapatkan keuntungan melalui penghematan waktu, tenaga dan harga akomodasi untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang dibeli. Zaman era digital sekarang ini, perilaku manusia dalam menggunakan media digital untuk mendapatkan berbagai macam informasi. Lister, et. al (2009: 13-14) berpendapat bahwa media digital

memiliki beberapa karakteristik yang interaktif, hypertextual, virtual, jaringan, dan simulasi. Adapun Safko (2010: 10) mengungkapkan bahwa semua orang di era digital dapat menjadi produser terhadap informasi yang dimiliki.

Mengukur Harga Harga mempunyai indikator yang mempengaruhi yaitu harga produk/jasa yang terjangkau, harga produk/jasa sesuai dengan kualitas produk/jasa, dan harga bersaing. Selain itu, potongan harga masuk dalam indikator untuk menarik pembelian secara cepat yang dilakukan atlet dengan sadar. Senada dengan Nusair, Yoon, Naipaul, dan Parsa (2010: 4) menyatakan bahwa potongan harga (diskon) sebagai alat yang efektif dalam mempengaruhi perepatan pembelian produk/jasa. Diperkuat Tjiptono dan Chandra (2012: 152) menyatakan bahwa harga memiliki dua peran utama yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Mengukur harga dalam pelayanan dapat dilihat pada faktor dan indikator sebagai berikut: 1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa Indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa adalah kesesuaian harga dengan produk yang berwujud dan kesesuaian harga dengan jasa pelayanan yang dirasakan oleh atlet. 2) Daftar harga (list price) Indikator daftar harga adalah daftar harga offline dan daftar harga online. 3) Potongan harga (Allowance) Indikator potongan harga adalah memberikan potongan harga secara seasional atau musiman pada waktu tertentu dan potongan harga kepada atlet baru. 4) Harga yang dipersepsikan Indikator harga yang dipersepsikan adalah tanggapan atlet terhadap harga menjadi member dojo dan tanggapan atlet terhadap harga jasa instruktur.

### **3. Konsep Dukungan Keluarga**

Dukungan yang dimiliki oleh seseorang dapat mencegah berkembangnya masalah akibat tekanan yang dihadapi. Seseorang dengan dukungan yang tinggi akan lebih berhasil menghadapi dan mengatasi masalahnya dibanding dengan yang tidak memiliki dukungan.

Dukungan keluarga adalah suatu bentuk hubungan interpersonal yang melindungi seseorang dari efek stress yang buruk (Kaplan dan Sadock, 2002). Dukungan keluarga menurut Friedman (2010) adalah sikap, tindakan penerimaan keluarga terhadap anggota keluarganya, berupa dukungan informasional, dukungan penilaian, dukungan instrumental dan dukungan emosional. Jadi dukungan keluarga adalah suatu bentuk hubungan interpersonal yang meliputi sikap, tindakan dan penerimaan terhadap anggota keluarga, sehingga anggota keluarga merasa ada yang memperhatikan.

Definisi klasik (struktural-fungsional) tentang keluarga, menurut sosiolog George Murdock keluarga merupakan kelompok sosial yang memiliki karakteristik tinggal bersama, terdapat kerjasama ekonomi, dan terjadi proses reproduksi. Dukungan keluarga adalah hal yang sangat bermanfaat ketika individu mengalami stres. Dukungan ini merupakan sesuatu yang sangat efektif terlepas dari strategi mana yang digunakan untuk mengatasi stress (Lestari, 2012:3)

Perkawinan dan keluarga barangkali merupakan sumber dukungan yang paling penting. Dukungan keluarga adalah suatu bentuk hubungan interpersonal yang melindungi seseorang dari efek stress yang buruk. Dengan demikian Sarafino

mengusulkan dukungan keluarga mengacu pada kesenangan yang dirasakan, penghargaan akan kepedulian, atau membantu menolong orang yang diterima dari orang lain atau kelompok (Sarafino,2006 :97)

Menurut Gottlieb (1983) dukungan keluarga terdiri dari informasi atau nasehat verbal dan non verbal, bantuan nyata, atau tindakan yang diberikan oleh keakraban sosial atau didapat karena kehadiran mereka dan mempunyai manfaat emosional atau efek perilaku bagi pihak penerima.(Smet, B :135)

. Menurut Rook dukungan keluarga merupakan salah satu di antara fungsi pertalian atau ikatan sosial yang mencakup dukungan emosional, adanya ungkapan perasaan, pemberian informasi, nasehat dan bantuan material. Ikatan-ikatan sosial menggambarkan tingkat dan kualitas umum dari hubungan interpersonal. Selain itu, dukungan sosial keluarga harus dianggap sebagai konsep yang berbeda, dukungan sosial hanya menunjuk pada hubungan interpersonal yang melindungi orang-orang terhadap konsekuensi negatif dari stres. (Smet, B :134)Menurut Commission on the family 1998 bahwa dukungan keluarga dapat memperkuat setiap individu, menciptakan kekuatan keluarga, memperbesar penghargaan terhadap diri sendiri, mempunyai potensi sebagai strategi pencegahan yang utama bagi seluruh keluarga dalam menghadapi tantangan di dalam kehidupan sehari-hari.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa dukungan keluarga adalah dukungan emosi yang berupa simpati, kasih sayang, perhatian, yang diberikan keluarga kepada keluarga lain sebagai wujud kasih sayang, sehingga

orang menerima dukungan merasa diperhatikan, dihargai dan dicintai, dan dengan adanya dukungan tersebut individu seakan mendapatkan kekuatan baru. Dukungan yang diterima diharapkan dapat membantu individu beradaptasi dengan kejadian-kejadian hidup yang penuh dengan stres.

Dukungan keluarga yang kurang terhadap narapidana akan mempengaruhi keadaan psikis karena narapidana dianggap tidak dibutuhkan lagi dan terlepas dari integral keluarga maupun masyarakat. Kondisi ini akan mempengaruhi tingkat stres, oleh karena itu individu merupakan bagian integral dari keluarga, maka seharusnya keluarga lebih memperhatikan keadaan narapidana. Semakin baik dukungan keluarga yang dimiliki maka akan sangat membantu narapidana dalam menghadapi lingkungan sosial baru selama masa hukuman.

Peranan keluarga sangat penting karena keluarga merupakan awal dari interaksi setiap individu dimana terjadi proses tumbuh kembang. Keluarga merupakan sebuah sistem yang saling tergantung satu sama lain karena perubahan fungsi dari salah satu anggota keluarga akan memberi dampak pada semua anggota keluarga.

a. Aspek-aspek Dukungan Keluarga

Aspek-aspek dukungan keluarga dalam penelitian ini mengacu pada aspek-aspek dukungan sosial (Social Support). Hal ini sangat berguna, karena Nampak beberapa situasi (penuh stres) yang berbeda memerlukan jenis bantuan atau dukungan yang sama sekali berbeda. Sarafino membedakan empat jenis atau dimensi dukungan keluarga yaitu: dukungan emosional,

dukungan instrumental, dukungan informatif, dukungan penghargaan (Sarafino,2006 : 98).

- 1) Dukungan Emosional Dukungan ini merupakan dukungan yang melibatkan rasa empati, kasih sayang, peduli terhadap seseorang sehingga memberikan perasaan nyaman, dihargai, diperhatikan dan dicintai.
- 2) Dukungan Penghargaan Dukungan ini meliputi dukungan yang terjadi lewat ungkapan rasa hormat (penghargaan) positif untuk orang itu, dorongan maju atau persetujuan dengan gagasan atau perasaan individu, dan perbandingan positif orang itu dengan orang-orang lain, seperti misalnya orang-orang yang kurang mampu atau lebih buruk keadaanya (menambah penghargaan diri).
- 3) Dukungan Informatif Jenis dukungan ini adalah dengan memberikan nasehat, arahan atau sugesti mengenai bagaimana seseorang melakukan sesuatu. Dukungan ini dapat diberikan dengan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh seseorang.
- 4) Dukungan Instrumental Dukungan jenis ini meliputi bantuan yang diberikan secara langsung atau nyata, sebagaimana yang memberikan atau meminjam uang atau menolong langsung teman, kerabat yang sedang membutuhkan pertolongan, misalnya keluarga memberikan uang dan membawakan baju ganti untuk dipakai narapidana di lapas.

Menurut House dan Kahn (1985) dalam Friedman (2010), terdapat empat tipe dukungan keluarga yaitu:

- a. Dukungan Emosional Keluarga sebagai tempat yang aman dan damai untuk bersistirahat dan juga menenangkan pikiran. Setiap orang pasti membutuhkan bantuan dari keluarga. Individu yang menghadapi persoalan atau masalah akan merasa terbantu kalau ada keluarga yang mau mendengarkan dan memperhatikan masalah yang sedang dihadapi.
- b. Dukungan Penilaian Keluarga bertindak sebagai penengah dalam pemecahan masalah dan juga sebagai fasilitator dalam pemecahan masalah yang sedang dihadapi. Dukungan dan perhatian dari keluarga merupakan bentuk penghargaan positif yang diberikan kepada individu.
- c. Dukungan instrumental Keluarga merupakan sebuah sumber pertolongan dalam hal pengawasan, kebutuhan individu. Keluarga mencari solusi yang dapat membantu individu dalam melakukan kegiatan.
- d. Dukungan informasional Keluarga berfungsi sebagai penyebar dan pemberi informasi. Disini diharapkan bantuan informasi yang disediakan keluarga dapat digunakan oleh individu dalam mengatasi persoalan-persoalan yang sedang dihadapi.

Jenis dukungan yang diterima dan diperlukan orang tergantung pada keadaan-keadaan yang penuh stres. Dukungan instrumental akan lebih efektif untuk kesukaran seperti kemiskinan. Dukungan informatif akan berfaedah kalau terdapat kekurangan pengetahuan dan keterampilan dan dalam hal yang amat tidak

pasti tentang persoalan yang terkait. Untuk peristiwa-peristiwa yang penuh stres, dimensi-dimensi lainnya nampaknya lebih penting (Smet B, :137).

Berdasarkan pemaparan empat aspek dukungan keluarga yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa dukungan keluarga merupakan dukungan yang penting. Dukungan ini meliputi memberikan bantuan yang diberikan secara langsung berupa uang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari didalam lapas, memberikan informasi yang dibutuhkan, dan memberikan pujian sebagai wujud kasih sayang dan perhatian yang dapat membuat narapidana akan merasa nyaman, dihargai dan diperhatikan.

#### b. Tipe Keluarga

Dukungan keluarga terhadap seseorang dapat dipengaruhi oleh tipe keluarga. Menurut Siti Partini pembagian tipe keluarga tergantung pada konteks keilmuan dan orang yang mengelompokkan. Secara tradisional tipe keluarga dapat dibagi menjadi dua yaitu: (Hadi, 2016:55, Suprajitno, 2004)

- 1) Keluarga inti (nuclear family) adalah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan anak yang diperoleh dari keturunannya atau adopsi atau keduanya.
- 2) Keluarga besar (extended family) adalah keluarga inti ditambah anggota keluarga lain yang masih memiliki hubungan darah seperti kakek, nenek, paman dan bibi.

Menurut Allender & Spradley (2001) dalam Achjar (2010). Tipe keluarga tradisional dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Keluarga inti (nuclear family) yaitu keluarga yang terdiri dari suami, istri dan anak (anak kandung atau anak angkat).
- 2) Keluarga besar (extended family), yaitu keluarga inti ditambah dengan keluarga lain yang masih mempunyai hubungan darah, misalnya kakek, nenek, paman dan bibi.
- 3) Keluarga dyad yaitu keluarga yang terdiri dari suami istri tanpa anak.
- 4) Single parent yaitu keluarga yang terdiri dari satu orang tua dengan anak kandung atau anak angkat.
- 5) Keluarga usia lanjut yaitu keluarga yang terdiri dari suami istri yang berusia lanjut.

Menurut Friedman (1998), individu yang tinggal dalam keluarga besar (extended family) akan mendapatkan dukungan keluarga yang lebih besar dibandingkan dengan individu yang tinggal dalam keluarga inti (nuclear family). Tipe keluarga yang dianut oleh masyarakat di Indonesia adalah tipe keluarga tradisional. Menurut Horton dan Hunt beliau menjelaskan tipe keluarga antara lain sebagai berikut: (Ibid, :54)

- 1) Keluarga Inti (Nuclear family atau conjugal family atau Basic family) adalah keluarga yang terdiri dari suami, isteri dan anakanak mereka.
- 2) Keluarga Besar (Exextended family atau Consanguine family atau joint family) adalah keluarga yang tidak hanya terdiri dari suami, istri, dan anak-anak mereka, melainkan termasuk juga orang-orang yang ada hubungan darah

dengan mereka, misalnya kakek, nenek, paman, bibi, keponakan dan sebagainya.

- 3) Keluarga Berantai (Serial family) adalah keluarga yang terdiri dari wanita dan pria yang menikah lebih dari satu kali dan merupakan satu keluarga inti.
- 4) Keluarga Duda/janda (Single family) adalah keluarga yang terjadi karena perceraian atau kematian.
- 5) Keluarga Berkomposisi (Composite) adalah keluarga yang perkawinannya berpoligami dan hidup secara bersama.
- 6) Keluarga Kabitas (Cohabitation) adalah dua orang yang terjadi tanpa pernikahan tetapi membentuk suatu keluarga.

c. Fungsi Keluarga Keluarga

Menjalankan fungsi yang penting bagi keberlangsungan masyarakat dari generasi ke generasi. Dari kajian lintas budaya ditemukan dua fungsi utama keluarga, yakni internal yaitu memberikan perlindungan psikososial bagi para anggotanya. Dan eksternal yaitu mentransmisikan nilai-nilai budaya pada generasi selanjutnya (lestari, :22). Keluarga memiliki lima fungsi dasar, yaitu:

- 1) Reproduksi. Keluarga memiliki tugas untuk mempertahankan populasi yang ada di dalam masyarakat.
- 2) Sosialisasi/edukasi. Keluarga menjadi sarana untuk transmisi nilai, keyakinan, sikap, pengetahuan, keterampilan, dan teknik dari generasi sebelumnya ke generasi yang lebih muda.

- 3) Penugasan peran sosial. Keluarga memberikan identitas pada para anggotanya seperti ras, etnik, religi, sosial ekonomi, dan peran gender.
- 4) Dukungan ekonomi. Keluarga menyediakan tempat berlindung, makanan, dan jaminan kehidupan.
- 5) Dukungan emosi/pemeliharaan. Keluarga memberikan pengalaman interaksi sosial yang pertama.

Sedangkan menurut Oqbum dalam buku Sosiologi Pendidikan bahwa fungsi keluarga itu adalah fungsi kasih sayang, fungsi ekonomi, fungsi pendidikan, fungsi perlindungan/penjagaan, fungsi rekreasi, fungsi status keluarga dan fungsi agama. (Hadi, :68)

d. Faktor yang Mempengaruhi Dukungan Keluarga

Menurut Friedman (2013) ada bukti kuat dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa keluarga besar dan keluarga kecil secara kualitatif menggambarkan pengalaman-pengalaman perkembangan. Anak-anak yang berasal dari keluarga kecil menerima lebih banyak perhatian daripada anak-anak yang berasal dari keluarga yang lebih besar. Selain itu dukungan keluarga yang diberikan oleh orang tua (khususnya ibu) juga dipengaruhi oleh usia. Ibu yang masih muda cenderung untuk lebih tidak bisa merasakan atau mengenali kebutuhan anaknya dan juga lebih egosentris dibandingkan ibu-ibu yang lebih tua. Friedman (2013) juga menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi dukungan keluarga adalah kelas sosial ekonomi meliputi tingkat pendapatan atau pekerjaan

dan tingkat pendidikan. Dalam keluarga kelas menengah, suatu hubungan yang lebih demokratis dan adil mungkin ada, sementara dalam keluarga kelas bawah, hubungan yang ada lebih otoritas dan otokrasi. Selain itu orang tua dan kelas sosial menengah mempunyai tingkat dukungan, afeksi dan keterlibatan yang lebih tinggi daripada orang tua dengan kelas sosial bawah. Faktor lainnya adalah adalah tingkat pendidikan, semakin tinggi tingkat pendidikan kemungkinan semakin tinggi dukungan yang diberikan pada keluarga yang sakit.

Cara Menilai Dukungan Keluarga Menurut Nursalam (2008), untuk mengetahui besarnya dukungan keluarga dapat diukur dengan menggunakan kuisioner dukungan keluarga yang terdiri dari 12 buah pertanyaan yang mencakup empat jenis dukungan keluarga yaitu dukungan informasional, dukungan emosional, dukungan penilaian dan dukungan instrumental. Dari 12 buah pertanyaan, pertanyaan no 1-4 mengenai dukungan emosional dan penghargaan, pertanyaan no 5-8 mengenai dukungan fasilitas, dan pertanyaan no 9-12 mengenai dukungan informasi atau pengetahuan. Masing-masing dari pertanyaan tersebut terdapat 4 alternatif jawaban yaitu “selalu”, “sering”, “kadang-kadang”, dan “tidak pernah”. Jika menjawab “selalu” akan mendapat skor 3, menjawab “sering” mendapat skor 2, menjawab “kadang-kadang” mendapat skor 1, dan menjawab “tidak pernah” mendapat skor 0. Total skor pada kuisioner ini adalah 0-36. Jawaban dari responden dilakukan dengan scoring.

#### **4. Konsep Loyalitas**

Pentingnya loyalitas atlet terhadap suatu produk/jasa yang diberikan perusahaan jasa (dojo). Loyalitas atlet dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan atlet. Senada dengan Avourdiadou & Nicholas (2014: 1) menyatakan dominasi dalam manajemen olahraga kualitas pelayanan dan harga sebagai pendorong utama loyalitas atlet. Semakin ketat persaingan perusahaan jasa (dojo) dalam mempertahankan atlet dengan upaya antara lain: mempertimbangkan daya beli masyarakat/atlet, manajemen perusahaan dikelola dengan baik dan transparan. Selain itu perusahaan jasa (dojo) memberikan dukungan kepercayaan atlet untuk menumbuhkan semangat dan kenyamanan saat berlatih.

Pengertian Loyalitas Perusahaan jasa (dojo) mendapatkan atlet dan mempertahankan atlet yang tepat menjadi inti dari kesuksesannya dapat mulai dari komunikasi yang baik. Selaras pendapat Priyono (2012: 115) di samping memilih dan melakukan berbagai pendekatan untuk kesuksesan suatu perusahaan jasa (dojo), juga perlu dibangun komunikasi yang baik dengan berbagai pihak khususnya antara dojo dan atlet. Komunikasi mampu memecahkan masalah/konflik, sehingga akan didapatkan konsep solusi yang berkualitas. Atlet yang loyal dapat membangun hubungan yang akan terus menggunakan layanan perusahaan jasa (dojo) di masa yang akan datang. Diperkuat Thein (2019: 9) mengungkapkan bahwa loyalitas atlet secara umum mengacu untu tindakan atlet yang mencerminkan keinginan untuk meningkatkan hubungan ang berkelanjutan antara atlet dan perusahaan jasa (dojo). Adapun Lovelock, Wirtz dan Mussry

(2010: 76) menyatakan bahwa loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan terhadap Negara, gerakan atau individu. Belakangan ini, loyalitas digunakan dalam konteks bisnis untuk menggambarkan kesediaan atlet agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada orang lain atau temannya. Loyalitas atlet melampaui perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan dan itikad di masa yang akan mendatang. Loyalitas atlet yang meliputi keinginan atlet untuk kembali kepada perusahaan penyedia jasa dan merekomendasikan penyedia jasa tersebut kepada orang lain. Atlet jangka panjang yang merasa menerima suatu produk/jasa yang bernilai mempengaruhi loyalitas perlu dipertahankan.. Diperkuat yang dikemukakan Lovelock dan Wright dalam Jasfar (2012: 22) bahwa loyalitas atlet merupakan kesediaan atlet untuk terus berlangganan pada suatu perusahaan jasa dalam jangka waktu yang panjang, atlet membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berulang-ulang serta sukarela merekomendasikan produk/jasa tersebut kepada orang lain. Senada dengan Pradeep (2020: 3) mengungkapkan bahwa atlet yang loyal atau setia adalah atlet yang kembali membeli produk atau jasa dari perusahaan jasa (dojo) yang sama yang bersedia mengeluarkan uang untuk layanan, tetapi uga mampu merekomendasikan dojo untuk atlet baru.

Klasifikasi Pola Loyalitas Loyalitas dapat ditunjukkan dari seberapa besar dukungan seorang atlet terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh

perusahaan jasa (Yeung, M. C. H., Ging, L., & Ennew, C. T., 2002: 9-10). Historis loyalitas telah dipelajari dari perspektif perilaku yang berfokus pada pembelian berulang (Avourdiadou & Nicholas, 2014: 3). Suatu komitmen yang sangat mendalam dari atlet untuk membeli kembali suatu produk perusahaan jasa yang disukai secara konsisten. Loyalitas atlet sangat penting dan diperhitungkan oleh perusahaan jasa. Atlet yang dikatakan sangat loyal apabila atlet mempunyai pola konsumsi terhadap satu pelayanan dan tidak berpindah ke pelayanan perusahaan lainnya dari waktu ke waktu. Adapun Seth & Deshmukh (2005: 8) bahwa atlet yang belum melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut, maka belum dikatakan loyalitas disebabkan atlet merasakan kesenjangan kualitas pelayanan tidak sesuai harapannya. Loyalitas atlet dapat dijadikan dasar atau patokan dalam mengambil kebijakan untuk menambahkan atau mengurangi nilai produk bagi atlet. Adapun menurut Griffin (2003: 22-23) menyatakan keterikatan adalah paling tinggi bila atlet mempunyai preferensi yang kuat akan produk atau jasa tertentu dan dapat secara jelas membedakannya dari produk atau jasa pesaing. Disisi lain menentukan loyalitas atlet terhadap produk atau jasa tertentu adalah pembelian berulang. Loyalitas terdapat empat jenis yang muncul berbeda bila keterikatan rendah dan tinggi yang diklasifikasikan dengan pola pembelian ulang yang rendah dan tinggi. Penjelasan empat jenis loyalitas sebagai berikut: 1) Tanpa Loyalitas Beberapa atlet tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Keterikatan yang rendah terhadap layanan yang dikombinasikan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan tidak adanya loyalitas. Misalnya salah satu

atlet (bukan member) jarang pergi ke dojo yang sama dengan dua kali berturut-turut tidak datang dan ia tidak peduli dengan harus datang ke fitness tersebut. 2) Loyalitas yang Lemah Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (inertia loyalty). Atlet ini membeli karena kebiasaan yang menunjukkan faktor non sikap dan faktor situasi merupakan alasan utama membeli. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada produk atau jasa yang sering dibeli. Memungkinkan bagi perusahaan jasa untuk mengubah loyalitas lemah ke dalam bentuk loyalitas yang lebih tinggi dengan secara aktif mendekati atlet dan meningkatkan diferensiasi positif yang dibenarkan atlet mengenai jasa perusahaan tersebut dibandingkan dengan produk lain. Misalnya atlet yang menggunakan perusahaan dojo dalam situasi keinginan yang peduli kesehatan dirinya sendiri 3) Loyalitas Tersembunyi Tingkat preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (latent loyalty). Atlet yang memiliki loyalitas yang tersembunyi merupakan pengaruh situasi bukan impresi sikap yang menentukan pembelian berulang. Misalnya atlet A yang sering datang ke dojo tertentu, juga memiliki teman dekat (atlet B) yang pernah datang ke dojo tersebut. Akan tetapi teman dekat (atlet B) tidak menyukai dojo tersebut dikarenakan tidak ada instruktur yang mengarahkan cara penggunaan alat dojo dengan baik dan benar. 4) Loyalitas Premium Jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan apabila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Loyalitas premium merupakan jenis yang lebih disukai untuk semua atlet

di setiap perusahaan. Tingkat preferensi paling tinggi tersebut, atlet bangga menggunakan produk atau jasa tertentu dan senang membagi informasi kepada rekan dan keluarga. Misalnya atlet (member) yang selalu rutin datang ke dojo tertentu dan menyarankan orang lain ikut datang ke dojo tersebut. c. Komponen Perilaku Loyalitas Dick dan Basu (1994) dalam kutipan Jasfar tahun (2012: 22) menyatakan customer loyalty adalah kegiatan dan perilaku atlet terhadap perusahaan jasa dalam memberikan penilaian yang dilakukan secara berulang-ulang. Pembelian ulang dengan mengombinasikan komponen perilaku atlet dapat dikelompokkan dalam empat situasi kemungkinan loyalitas sebagai berikut: 1) No loyalty. Apabila perilaku pembelian ulang oleh atlet yang samasama lemah, maka loyalitas atlet tidak terbentuk. 2) Spurious loyalty (captive loyalty) yang ditandai dengan impresi faktor norma terhadap perilaku, missal norma subjektif dan faktor situasional. 3) Latent loyalty yang ditandai dari sikap terhadap perilaku yang kuat disertai dengan pola pembelian yang lemah. 4) Loyalty atau loyalitas merupakan situasi ideal yang paling diharapkan para perusahaan barang atau jasa yang dimana atlet bersikap positif terhadap barang atau jasa yang telah diberikan penyedia saja dan atlet melakukan pola pembelian yang berulang-ulang secara konsisten. d. Mengukur Loyalitas Komunikasi yang terjalin baik antara atlet dan pihak dojo dapat meningkatkan loyalitas atlet. Selaras dengan Kotler dan Amstrong (2016: 27) mengungkapkan pemasaran merupakan suatu seni yang menentukan sasaran pasar untuk menjaga dan meningkatkan penggunaan produk/jasa oleh atlet dengan cara pengomunikasian terhadap

manfaat produk/jasa agar atlet senantiasa menggunakan suatu produk/jasa tersebut. Adapun Huot dan Pithoon (2019: 8) mengungkapkan faktor yang berkontribusi untuk melihat lebih dalam komposisi loyalitas atlet dan perilaku yang mengarah pada komitmen atlet (loyalitas), sebagai berikut: 1) Identification Dojo memberikan perhatian kepada atlet untuk menciptakan identitas hubungan. Misal, reward dan staff/instruktur menciptakan komunikasi yang baik kepada atlet. 2) Exclusive consideration Kesadaran atlet membayar untuk layanan dan manfaat pelayanan. 3) Advocacy (Word of mouth) Kepercayaan atlet yang tinggi kepada dojo dan atlet merekomendasikan kepada orang lain (dari mulut ke mulut). 4) Strength of preference Penyedia layanan memprioritaskan kepentingan atlet dan kekuatan kualitas layanan yang mempunyai hubungan dengan atlet. 5) Share of wallet Penyedia layanan (dojo) memahami keinginan dan harapan atlet, serta evaluasi terkait loyalitas atlet dapat melalui angket atau kuesioner. Atlet dapat menjadi atlet setia karena mencari perusahaan yang cocok. Tingkat loyalitas atlet memiliki kecenderungan untuk menjadi lebih tinggi ketika mempertahankan dan mengembangkan loyalitas atlet kepada perusahaan yang sangat diuntungkan (Nguyen & Leblanc, 2001: 1). Banyak penelitian di masa lalu telah jelas menunjukkan dampak meningkatkan loyalitas atlet pada arus kas, pangsa pasar, profitabilitas, dan indikator keuangan lainnya. Adapun Chao (2015: 3) menyatakan bahwa pentingnya pusat kebugaran untuk mempertahankan atlet yang sudah ada. Mereka juga mengusulkan pentingnya meningkatkan loyalitas atlet. Manfaat penting dari atlet setia atau loyalitas terhadap perusahaan adalah atlet merasa puas

akan cenderung merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Atlet setia akan membantu peningkatan pemasaran yang mampu bersaing dengan perusahaan lain untuk meningkatkan profit perusahaan jasa (dojo) tertentu. Klasifikasi perilaku loyalitas atlet kepada perusahaan jasa yang memiliki tingkat loyalitas atlet yang tinggi memberikan gambaran kemungkinan reaksi pesaing

## **5. Konsep Dojo/Klub Karate**

### **a. Pengertian Dojo/Klub**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Klub (Club) berarti suatu perkumpulan yang kegiatannya mengadakan persekutuan untuk maksud tertentu. Klub juga dapat berarti gedung tempat pertemuan anggota suatu perkumpulan. Sedangkan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata dojo adalah tempat latihan aikido. Sehingga berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa dojo/klub karate adalah suatu perkumpulan yang kegiatannya melakukan proses latihan aikido atau karate.

Di Indonesia perkembangan dojo/klub karate sudah sangat pesat, hal ini dilihat dari sejarahnya masuknya olahraga karate pada tahun 1963 yang dibawa dan diprakarsai oleh mahasiswa Indonesia yang telah menyelesaikan studi di Jepang dan kembali ke Indonesia. Diantara mahasiswa tersebut adalah: boud AD Adikusumo, Muchtar dan Karyanto. Mereka mendirikan Dojo di Jakarta. Mereka memperkenalkan karate (aliran Shoto-kan) di Indonesia. Setelah itu disusul oleh alumni Jepang lainnya seperti: Setyo Haryono (pendiri Gojukai), Anton Lesiangi (salah satu pendiri Lemkari). Sabeth Muchsin (salah satu pendiri Inkai dan Choirul

Taman mengembangkan karate di Indonesia. (Danardono, 2006:7). Seiring dengan berjalannya waktu perguruan karate yang memiliki aliran yang berbeda-beda tersebut semakin menyebar dan membesar hingga sampai saat ini dojo/klub karate yang ada di Indonesia khususnya di Yogyakarta terbilang sangat banyak.

b. Klasifikasi Latihan Pada Dojo/Klub Karate

Klasifikasi latihan yang dilakukan di dalam dojo/klub Karate dapat dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

1. Latihan Umum

Latihan ini ditujukan untuk orang yang baru atau awal ingin mengenal kegiatan karate, dalam latihan ini gerakan biasanya diajarkan kepada para pemula (kohai) yakni gerakan dasar saja, seperti kuda-kuda, pukulan, tendangan, dan tangkisan.

2. Latihan Atlet

Latihan atlet yang dimaksudkan disini adalah latihan yang ditujukan untuk para pemula yang masih berpotensi untuk mengejar prestasi dibidang olahraga karate. Latihan yang dijalani pada fase ini biasanya lebih berat dari latihan umum hal ini disebabkan oleh tujuan dari latihan atlet ini adalah untuk mendapatkan prestasi yang tinggi. Dan focus pelatih untuk pemula (kohai) pada latihan ini terdiri dari kelas kata dan kumite. Hal tersebut disebabkan karena pertandingan karate terdiri dari 2 kelas pertandingan tersebut.

3. Latihan Beladiri

Latihan ini bertujuan untuk diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari guna melindungi diri atau membela diri dari hal-hal yang merugikan atau membahayakan.

c. Fasilitas Dojo/Klub Karate

1. Ruangan luas (aula) dengan sirkulasi udara yang baik
2. Matras
3. Target
4. Cermin
5. Toilet/Kamar ganti
6. P3K

**B. Kajian Penelitian yang Relevan**

Dalam kajian pustaka penelitian relevan untuk membuktikan bahwa penelitian yang akan saya lakukan belum pernah dilakukan penelitian. Dengan kata lain ada inovasi atau kebaruan dari penelitian yang terdahulu. Adapun penelitian relevan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kajian Penelitian Relevan

No	Nama peneliti dan tahun publis	Judul	Topik/obyek kajian	Metode, subyek, intrumen, dan analisis data	Hasil penelitian
1	Dian Metasari Nursanti, Tomoliyus, Japhet Ndayisenga (2020)	<i>Exploring of Service Quality, Customer Satisfaction, Price and word-of-mouth on Yogyakarta Health Clubs</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. menguji pengaruh word of mouth dan harga terhadap kualitas layanan, Kepuasan atlet di Puskesmas Klaten dan Yogyakarta</li> <li>b. memberikan arahan manajemen olahraga kepada perusahaan</li> <li>c. mengevaluasi perilaku pengaduan pihak ketiga dalam konteks klub kebugaran</li> </ul>	<p>studi eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 181 subjek dari 10 Yogyakarta fitness klub diambil secara random sampling</p> <p>Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji kesamaan dan hubungan antar variabel</p>	<p>kualitas layanan dinilai melalui staf, fasilitas evaluasi program, ruang latihan, dan peralatan. Loyalitas dan kepuasan dipengaruhi secara signifikan oleh Behavior; Promosi dari mulut ke mulut memiliki efek positif pada layanan kualitas dari; Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan nilai CR sebesar 1,96 dan nilai P di bawah 0,05 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antar variabel.</p>
2	Japhet Ndayisenga	<i>Effect of Service Quality and Rates on</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. mengetahui pengaruh dari kualitas layanan</li> </ul>	<p>Metode campuran. Subyek penelitian ini adalah 85 Atlet yang diambil sampel secara</p>	<p>ada impresi yang signifikan dari kualitas layanan pada sikap kepuasan, pengaruh kualitas</p>

	&Tomoliyus (2019)	<i>Satisfaction and Loyalty of Customer Behavior at Fitness</i>	<p>pada kepuasan layanan dan perilaku atlet pusat kebugaran</p> <p>b. menentukan Pengaruh tarif terhadap loyalitas atlet pusat kebugaran</p> <p>c. mengetahui pengaruh kepuasan pada perilaku loyalitas atlet pada kebugaran</p>	acak. Teknik analisis data menggunakan korelasi dan regresi linier antara Indikator-variabel, dan antara variable itu sendiri dengan Software SPSS.21 dan PLS-SEM	layanan pada perilaku loyalitas yang sebagian besar tidak langsung
3	Ali Qalati, S., Wen Yuan, L., Iqbal, S., Yassir Hussain, R., & Ali, S. (2019)	<i>Impact of Price on Customer Satisfaction: Mediating Role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector</i>	Mengetahui peran mediasi dari perilaku pembelian atlet	Metode campuran. Subyek penelitian ini sebanyak 567 orang. Teknik analisis data menggunakan Smart PLS Untuk mengukur skala dan model bootstrap, Algoritma, Fornell dan kriteria Larker (Discriminant Validity) dan rasio HTMT (sensitivitas multikolinearitas) Studi mengisi kesenjangan mediasi CBB	Hubungan positif antara harga dan perilaku pembelian atlet, dan peran mediasi positif dari perilaku pembelian atlet antara harga dan kepuasan atlet
4	Yıldız, K., Polat, E., &	A Study Investigating	Menyelidiki tingkat kualitas	Sampel terdiri dari 680 (300 perempuan, 380 laki-laki)	kualitas layanan merupakan factor yang sangat penting

	Güzel, P. (2018)	the Perceived Service Quality Levels of Sport Center Members: A Kano Model Perspective.	layanan yang dirasakan anggota pusat olahraga dengan pandangan untuk model harapan dan persyaratan atlet Kano	anggota sanggar yang dipilih melalui multistage sampling (Cluster) Sport Dojos Perceived Service Quality Scale dan Expectation Scale digunakan sebagai alat pengumpulan data. Uji-t sampel independen, analisis Korelasi Pearson dan uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis data	untuk mempertahankan eksistensi bisnis.
5	Rashid, A., & Rokade, V (2019).	Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty	mengukur dimensi kualitas layanan ritel yang berdampak pada kepuasan atlet dan loyalitas atlet dalam pembeli ritel makanan dan bahan makanan yang terorganisir di Kota Bhopal India tengah	Jumlah Sampel 216 atlet makanan dan grosir dengan menggunakan teknik Convenience Sampling melalui Structured Questionnaire Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji kesamaan dan hubungan antar variabel	tiga faktor yaitu aspek fisik, harga dan pembayaran tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan atlet
6	Aminuddin Yusof, Arporn Popa	Perception of Service Quality among Malaysian	menguji persepsi pengguna tentang kualitas layanan dan niat	Kuesioner terdiri dari item-item yang didasarkan pada layanan Skala Likert Quality Assessment Scale (SQAS	pengguna pusat kebugaran rekreasi UPM memiliki niat yang tinggi ( $m = 4.02$ ), untuk merekomendasikan tempat

	and Soh Kim Geok (2018)	University Recreational Dojo Users	masa depan untuk menggunakan pusat kebugaran rekreasi kampus di Universiti Putra Malaysia		rekreasi tersebut kepada orang lain orang dan memperbarui keanggotaan mereka. Hasilnya juga menunjukkan kualitas layanan staf secara keseluruhan ( $\beta = .288$ p <.05) dan kualitas layanan fasilitas secara keseluruhan ( $\beta = .251$ , p <. 05) berkontribusi signifikan terhadap prediksi niat perilaku
7	Hayati & Caniago, (2012).	Islamic Work Ethic: The Role of Intrinsic Motivation, Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Performance	menyelidiki pengaruh etika kerja Islami terhadap motivasi intrinsik, kepuasan kerja, komitmen organisasi dan prestasi kerja	Menggunakan sampel 149 karyawan Bank Syariah di Bandar Lampung di Indonesia IWE diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Ali (2001	Bahwa etos kerja islami berpengaruh lebih besar terhadap motivasi intrinsik dan komitmen organisasi daripada impresinya terhadap kepuasan kerja dan prestasi kerja. Selain itu, hasil empiris menunjukkan kepuasan kerja dan motivasi intrinsik memoderasi hubungan etika kerja Islam terhadap komitmen organisasi dan prestasi kerja. implikasi dan batasan dibahas.
8	Barshan, G., Elahi, A., & Aghaei, N. (2017).	Impact of Service Quality on Satisfaction, Loyalty and	mengetahui pengaruh kepuasan atlet dan sikap loyalitas dan	Metodologi penelitian adalah korelasional di lapangan. Populasi penelitian ini adalah semua kolam di provinsi	Hasil LISREL output menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan yang meliputi tangibility, reliability,

		Intention to Revisit of Sport Customers: The Case Study of Swimming Pools in Alborz Province	kemauan kolam renang di provinsi Alborz	Alborz, atlet laki-laki pengisian kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 361 orang	responsiveness, assurance dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan keseluruhan masing-masing. Selain itu, loyalitas sikap berpengaruh terhadap 0.61% dan loyalitas perilaku berpengaruh pengaruh 0,24 pada niat untuk mengunjungi kembali atlet.
9	Behnam, M., Pyun, D. Y., Doyle, J. P., & Delshab, V (2020)	The Impact of Consumer Knowledge on Profitable Consumer Loyalty Through Perceived Service Quality and Psychological Involvement in Non-Profit Sport Clubs	menguji pengaruh manajemen pengetahuan konsumen terhadap sikap dan loyalitas perilaku melalui kualitas layanan dan keterlibatan psikologis	Data dianalisis dengan Structural Equation Modeling menggunakan Mplus 7.4.	pengaruh kualitas layanan terhadap keterlibatan psikologis bergantung pada manajemen pengetahuan konsumen. Selain itu, ada efek mediasi kualitas layanan dan keterlibatan psikologis dalam hubungan antara manajemen pengetahuan konsumen dan loyalitas.
10	Jõesaar, H., Hein, V., & Hagger, M. S. (2011).	Peer influence on young athletes' need satisfaction, intrinsic motivation and	menguji model motivasi ketekunan dalam olahraga yang menggabungkan	Desain penelitian ini menggunakan desain prospektif sampel sebanyak 424 atlet olahraga tim Estonia kusioner	iklim motivasi rekan yang melibatkan tugas atlet muda secara tidak langsung mempengaruhi motivasi intrinsik dan ketekunan mereka dalam olahraga melalui

		persistence in sport: A 12-month prospective study	iklim motivasi teman sebaya		kepuasan kebutuhan yang dirasakan akan otonomi, kompetensi, dan keterkaitan
11	Yusof, A., Popa, A., & Geok, S. K. (2018).	<i>Relationship between Perceptions of Fitness Facility Service Quality and Future Intentions of Dojo Users in Thailand</i>	hubungan persepsi kualitas pelayanan fasilitas fitness dengan niat menggunakan pusat kebugaran kampus di Universitas Mahasarakham Thailand	Kuesioner terdiri dari item-item yang didasarkan pada Service Quality Assessment Scale (SQAS) skala Likert	kualitas pelayanan fasilitas fitness ( $\beta = .300$ , $p < .05$ ) dan kualitas pelayanan fasilitas secara keseluruhan ( $\beta = .278$ , $p < .05$ ) memberikan kontribusi yang signifikan dalam memprediksi niat berperilaku
12	Sell, L., & Cleal, B. (2011).	<i>Job Satisfaction, Work Environment, and Rewards: Motivational Theory Revisited</i>	model kepuasan kerja yang mengintegrasikan variabel ekonomi dan lingkungan kerja dikembangkan dan digunakan untuk menguji interaksi antara penghargaan dan bahaya lingkungan kerja	Data berasal dari panel perwakilan karyawan Denmark	faktor lingkungan kerja psikososial seperti informasi tentang keputusan tentang tempat kerja, dukungan sosial, dan pengaruh berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan kerja

13	Kafui Agbozo, G. (2017).	The Effect of Work Environment on Job Satisfaction: Evidence from the Banking Sector in Ghana. <i>Journal of Human Resource Management</i>	memastikan dampak lingkungan fisik dan mental terhadap kinerja karyawan, mengetahui tingkat kepuasan karyawan secara keseluruhan di bank dan mempelajari apakah lingkungan kerja fisik, sosial dan psikologis mempengaruhi kepuasan kerja	Analisis data menggunakan Statistik untuk Ilmu Sosial (SPSS), data yang dikumpulkan dari studi lapangan	sebagian besar pegawai di Bank merasa puas dengan lingkungan kerja mereka, terutama suasana fisik
14	Riyadi, S. (2011).	Pengaruh Kompensasi Finansial, Gaya Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan	mengetahui hubungan kompensasi finansial, gaya kepemimpinan dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada perusahaan manufaktur.	Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuesioner. Instrumen dikalibrasi dengan menggunakan validitas item dan koefisien reliabilitas. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan paket PLS Smart.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. tidak terdapat pengaruh kompensasi finansial (X1) terhadap motivasi kerja (Z).</li> <li>b. gaya kepemimpinan (X2) memiliki pengaruh positif dan motivasi (Z) signifikan.</li> <li>c. tidak ada impresi kompensasi finansial (X1) terhadap kinerja karyawan (Y).</li> </ul>

		Manufaktur di Jawa Timur		Dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang	d. gaya kepemimpinan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y). e. motivasi kerja (Z) secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan (Y).
15	Al Salman, W., & Hassan, Z. (2016).	Impact of Effective Teamwork on Employee Performance.	untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi motivasi kerja di Pakistan dan menemukan sejauh mana motivasi mempengaruhi kinerja karyawan	Menggunakan kuisioner mandiri dengan jumlah sampel 160 guru Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi	terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara motivasi kerja dan kinerja karyawan

Berdasarkan kajian pustaka penelitian yang relevan tersebut di atas, maka penelitian yang berjudul “Impresi Kualitas Layanan, Harga, Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate Di Dojo Yogyakarta” menunjukkan bahwa variable-vaairbael yang diteliti terdapat beberapa penelitian yang mempunyai kesamaan variabel. Namun, menggunakan dimensi dan pengukuran indikator yang berbeda dengan penelitian ini yang disesuaikan dengan masalah dan budaya Indonesia. Penelitian ini memiliki keunggulan yaitu adanya perbedaan ranah penelitian, yang pada sebelumnya ranah penelitian dilakukan secara umum di perusahaan-perusahaan ataupun dojo

### **C. Kerangka Pikir**

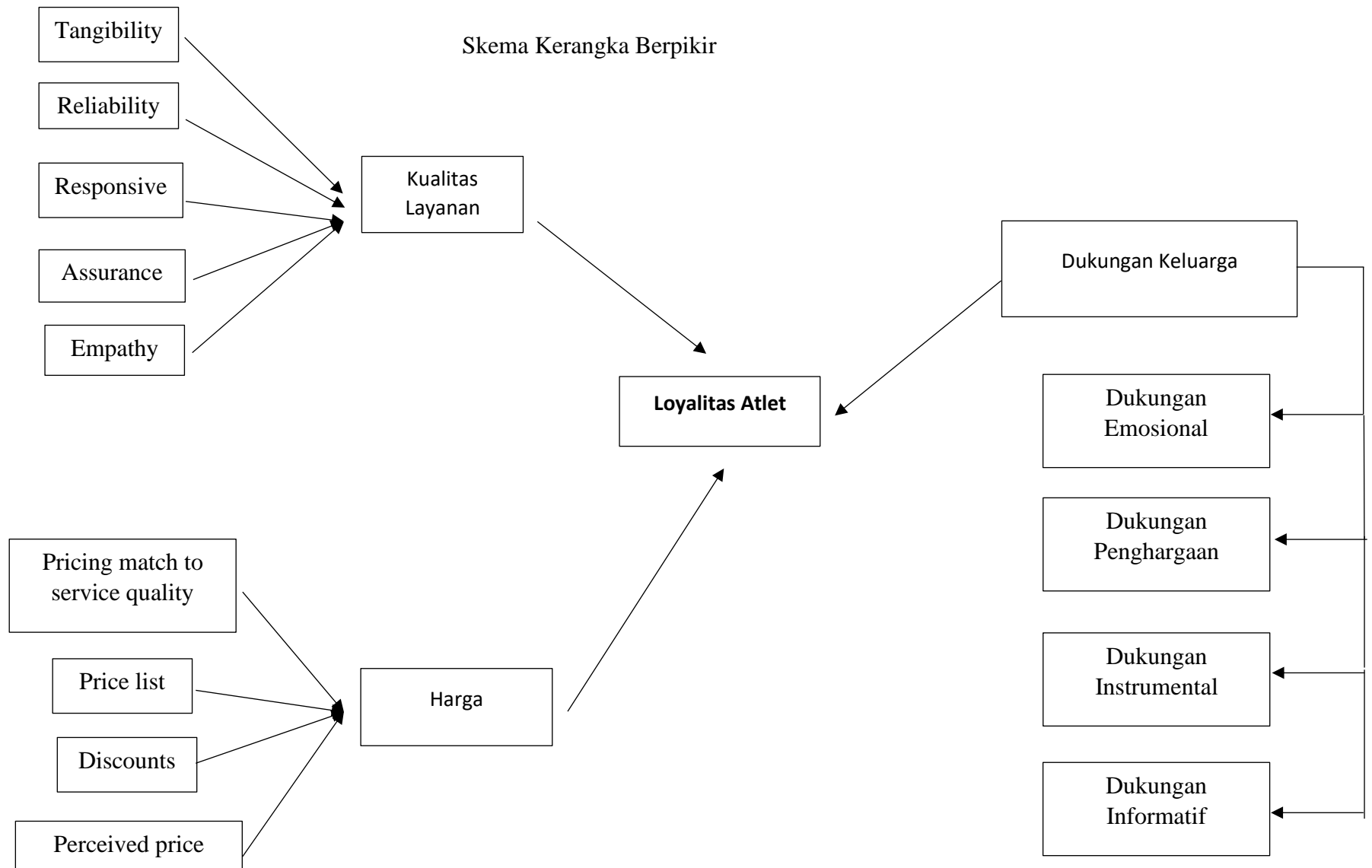
Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan atlet dan berakhir pada persepsi atlet. Semua pihak yang memakai jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Peneliti berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh jasa dojo karate dapat mempengaruhi loyalitas atlet terhadap dojanya.

Harga menjadi indikator yang dipertimbangkan oleh atlet. Harga dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu jasa oleh atlet. Harga yang ditentukan sangat baik jika mempertimbangkan banyak aspek yang dimiliki oleh dojo. Murah atau mahal nya harga (biaya) yang dikeluarkan pada saat latihan di dojo karate sangat relatif sifatnya. Hal ini dapat dibandingkan dengan harga produk atau jasa serupa yang ditawarkan oleh pesaing. Peneliti berpendapat bahwa

harga dapat mempengaruhi loyalitas atlet karate karena semakin tinggi dojo menerapkan harga maka harus semakin tinggi pula harapan akan manfaat yang akan didapat oleh atlet.

Dari luar diri atlet bisa berupa kehadiran orang lain dalam kehidupan pribadi yang memberikan dukungan dalam menghadapi berbagai masalah yang ada ditempat latihan akan membentuk jiwa loyalitas atlet tersebut. Dukungan keluarga merupakan salah satu di antara fungsi pertalian atau ikatan sosial yang mencakup dukungan emosional, adanya ungkapan perasaan, pemberian informasi, nasehat dan bantuan material. Ikatan-ikatan sosial menggambarkan tingkat dan kualitas umum dari hubungan interpersonal.

Kualitas layanan, harga, dan dukungan keluarga sama-sama memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi loyalitas atlet. Penulis berpendapat, pelayanan terbaik akan memberikan pengalaman terbaik pula di benak atlet, harga yang diterapkan pun harus sesuai dengan manfaat yang diterima dan dukungan keluarga terutama orang tua akan berperan terhadap pembentukan karakter atlet khususnya pada loyalitas atlet tersebut.



Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kajian teori, kajian Pustaka dan kerangka berpikir dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. H1: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta.
2. H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta.
3. H3: Dukungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei analitik. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik melalui analisis statistik dari sampel menggunakan instrumen yang telah ditetapkan (Creswell, 2013:377). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian survei. Jenis survei analitik yang digunakan adalah cross sectional survey design yaitu desain penelitian yang mengumpulkan data pada satu waktu kepada sampel (Creswell, 2013 :377).

Desain survei analitik cross sectional dapat mengukur kebutuhan layanan pendidikan pelatihan yang berhubungan dengan program, fasilitas latihan, atau keterlibatan dalam pelatihan atau dalam masyarakat (Creswell, 2012: 379). Oleh karena itu, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai informasi dalam pengembangan program dan layanan pelatihan khususnya dalam program pelatihan dojo karate untuk membantu pencapaian tujuan pendidikan pelatihan olahraga karate.

Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan dianalisis menggunakan structural pemodelan persamaan (SEM) untuk secara bersamaan menguji semua hubungan dalam model. SEM merupakan metode statistik yang

menggunakan pendekatan konfirmatori dalam melakukan analisa multivariat dari teori struktural berdasarkan fenomena yang terjadi (Byrne, 1998). SEM biasanya terdiri dari dua model yaitu model pengukuran dan model persamaan struktural (Schumaker dan Lomax, 1996). Model pengukuran menetapkan bagaimana konstruk hipotesis diukur dalam bentuk variabel terobservasi dan menggambarkan alat-alat pengukuran seperti reliabilitas dan validitas. Model persamaan struktural mendefinisikan pola hubungan antar konstruk dan menggambarkan sejumlah varian yang tidak terjelaskan. (Holmes-Smith dan Rowe, 1994) menyatakan bahwa variabel terobservasi yang digunakan dalam analisis ini harus reliabel dan akurat dalam menjelaskan konstruk yang mendasari.

Mengembangkan kuesioner yang valid dan dapat diandalkan sangat penting untuk mengurangi kesalahan pengukuran, yang merupakan perbedaan antara atribut responden dan tanggapan survei mereka (Groves, 1987). Sementara validitas berarti bahwa kami mengukur apa yang kami klaim, keandalannya berkaitan dengan konsistensi ukuran. Dalam penelitian ini kesulitan mengembangkan kuesioner yang valid dan dapat diandalkan, diatasi dengan beralih ke skala sebelumnya yang teruji dan divalidasi. Model diuji menggunakan kuesioner. Item yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk diadopsi dari penelitian yang ada untuk memastikan validitas konten, meskipun beberapa diadaptasi agar lebih sesuai dengan konteks klub kesehatan. Kualitas layanan dan dimensinya dievaluasi menggunakan SQAS (Lam et al., 2005). SQAS didasarkan pada enam dimensi: staf, program, ruang ganti, fasilitas fisik, fasilitas

latihan, dan perawatan anak. Dari enam dimensi awal yang diusulkan dalam SQAS, perawatan anak diabaikan, karena layanan itu tidak disediakan oleh klub kesehatan tempat penelitian ini dilakukan. Skala SQAS ini diuji dengan hasil positif dalam industri layanan kesehatan (Moreira and da Silva, 2015).

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat**

Tempat pelaksanaan penelitian ini dilakukan kepada 10 dojo karate dari seluruh perguruan yang ada di D.I Yogyakarta.

### **2. Waktu**

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak bulan maret dalam bentuk proposal tesis dan proses bimbingan berlangsung.

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi mempunyai peran penting dalam penelitian untuk menentukan objek/subjek pengambilan data yang memiliki karakteristik. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013: 119). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari Dojo Karate yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013: 120). Penelitian ini menggunakan teknik

sampling yang digunakan teknik purposive sampling. Sugiyono (2011:84) menjelaskan bahwa purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dojo yang akan diteliti dengan pertimbangan tertentu. Sehubungan dengan pengertian di atas, Sampel penelitian ini adalah atlet karate yang memiliki dojo untuk latihan. Teknik Penentuan sampel penelitian adalah menggunakan random insidental dari populasi. Jumlah sampel 10 dojo di DIY.

#### **D. Variabel Penelitian**

Pentingnya variabel dalam penelitian untuk mengetahui hasil yang berporos tujuan yang diteliti. Variabel merupakan atribut seseorang, atau obyek dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Variabel adalah suatu atribut atau menilai orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk memperlajari dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2011: 64). Penelitian ini terdapat variabel independen (variabel bebas), dan variabel dependen (variabel terikat).

Sugiyono (2011: 64) menyatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat), dan variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan terikat. Variabel bebas adalah variabel yang dianggap memiliki impresi terhadap

variabel yang lain, namun tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model. Variabel terikat adalah variabel yang dianggap dipengaruhi oleh variabel lain dalam model.

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas (X1, X2, X3), dan satu variabel terikat (Y1). Adapun definisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan (X1), definisi operasional kualitas layanan adalah kualitas mengenai baik buruknya jasa layanan dojo karate meliputi fisik, perhatian, keandalan, ketanggapan dan jaminan.

2. Variabel dukungan orang tua (X2), adalah sikap dukungan orang tua meliputi dukungan emosional, penghargaan, instrumental dan informatif.

3. Variabel harga (X3) adalah nilai suatu jasa atau barang yang dinyatakan dengan nominal atau uang, nilai ini diukur dengan kesesuaian harga dengan ekonomi DIY, diskon dan daftar harga off line dan online.

4. Loyalitas (Y1) adalah keinginan, kesadaran, kepercayaan atlet dan prioritas untuk kembali kepada dojo karate penyedia jasa dan merekomendasikan penyedia jasa tersebut kepada orang lain.

#### **E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

Sebuah pendekatan pemodelan persamaan struktural (SEM) digunakan dalam penelitian ini. SEM memungkinkan kita untuk memeriksa dan menguji hubungan kausal antara konstruk dan untuk menguji model terhadap data pengukuran yang diperoleh untuk mengidentifikasi seberapa baik model yang

diusulkan sesuai dengan data (Hair et al., 2006). Kualitas layanan dan dimensinya dievaluasi menggunakan SQAS (Lam et al., 2005). SQAS didasarkan pada enam dimensi: staf, program, ruang ganti, fasilitas fisik, fasilitas latihan, dan perawatan anak. Dari enam dimensi awal yang diusulkan dalam SQAS, perawatan anak dijatuhkan, karena layanan itu tidak disediakan oleh klub kesehatan tempat penelitian ini dilakukan. Skala SQAS ini diuji dengan hasil positif dalam industri layanan kesehatan (Moreira and da Silva, 2015).

Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan structural pemodelan persamaan (SEM) untuk secara bersamaan menguji semua hubungan dalam model klub kesehatan/dojo di Klaten dan Yogyakarta. Sebelum melakukan interview peneliti melakukan review mengenai klub kesehatan dan pengisian kuesioner dengan atlet. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Suharsini Arikunto, 2006: 160). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh responden. (Sutrisno Hadi, 1991: 77) ada tiga langkah pokok dalam pembuatan angket sebagai instrumen sebagai berikut:

1. Mendefinisikan konstruk

Medefinisikan konstruk adalah langkah pertama, yaitu membatasi variabel yang akan diukur. Variabel utama yang akan diukur adalah tingkat

kepuasan yang diterima anggota pusat kebugaran dari jasa pelayanan pusat kebugaran tersebut. Untuk mengukur kepuasan di bidang jasa, peneliti menggunakan metode angket. Metode ini melakukan pengukuran terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles (bukti langsung), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (kemudahan).

## 2. Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah langkah kedua, yaitu unsur atau faktor-faktor dari variabel di atas dijabarkan menjadi faktor-faktor yang diukur. Faktor-faktor itu dijadikan tolak ukur untuk menyusun instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden.

## 3. Menyusun Butir-butir Pertanyaan

Menyusun butir-butir pertanyaan adalah langkah ketiga, dengan menyusun butir pertanyaan berdasarkan faktor yang menyusun konstruk. Butir pertanyaan harus merupakan penjabaran isi faktor. (Sutrisno Hadi, 2004: 186) petunjuk-petunjuk dalam menyusun butir angket adalah sebagai berikut:

- a. Gunakan kata-kata yang tidak rangkap artinya.
- b. Susun kalimat yang sederhana dan jelas.
- c. Hindari kata-kata yang tidak ada gunanya.
- d. Hindari pertanyaan yang tidak perlu.

- e. Masukkan semua kemungkinan jawaban agar pilihan jawaban mempunyai dasar yang beralasan, tapi hindari pengkhususan yang tidak esensial, baik dalam pertanyaan ataupun jawaban.
- f. Perhatikan item yang dimasukkan harus diterapkan pada situasi kaca mata responden.
- g. Hindari menanyakan pendapat responden, kecuali pendapat itulah yang hendak diteliti.
- h. Hindari kata-kata yang terlalu kuat (suggestif, menggiring) dan yang terlalu lemah.
- i. Susun pertanyaan-pertanyaan yang tidak memaksa responden menjawab yang tidak sebenarnya karena takut akan tekanan-tekanan sosial.
- j. Hindari pertanyaan-pertanyaan yang multiple respons bila hanya satu jawaban yang diinginkan.
- k. Jika mungkin susunlah pertanyaan-pertanyaan sedemikian rupa sehingga dapat dijawab dengan hanya memberi tanda silang atau tanda-tanda checking lainnya
- l. Pertanyaan harus diajukan sedemikian rupa sehingga dapat membebaskan responden dari berpikir terlalu kompleks.
- m. Hindari kata-kata sentimentil, seperti dungu, budak, proletar, diktator, kurang ajar, dsb. Sekiranya ada kata-kata yang lebih sopan dan netral.

Setiap pertanyaan dilengkapi dengan alternatif jawaban yang disusun berdasarkan skala likert yang dimodifikasi. Skala Likert merupakan skala

yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Linkert berisi lima tingkatan jawaban mengenai ketersetujuan responden terhadap statemen atau pertanyaan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2010: 135). Untuk memungkinkan para atlet menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan, peneliti menggunakan skala 5. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecenderungan responden yang asal isi dari skala yang digunakan (Handi Irawan, 2002: 122).

Sebelum pengambilan data instrumen, dilakukan validasi/*expert judgment* dan disebut *content validity*. Tahap validasi menggunakan rumus formula Aiken's yang dilakukan oleh dosen ahli dalam bidangnya sebagai validator yaitu Prof. Dr. Tomoliyus, M.S dan Dr. Endang Rini Sukamti, M.S. Selain itu juga ada 5 expert judgement yang menilai kuesioner penelitian ini. Alternatif jawaban terdiri dari 5 alternatif jawaban, skor 1 untuk jawaban "sangat tidak puas", skor 2 untuk jawaban "tidak puas", skor 3 untuk jawaban "cukup", skor 4 untuk jawaban "puas", skor 5 untuk jawaban "sangat puas". Angket berbentuk pilihan, sehingga responden hanya membubuhkan tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan responden. Langkah yang penting dalam hal ini adalah menyusun butir-butir pertanyaan harus merupakan penjabaran dari isi. Untuk menyusun butirbutir pertanyaan dibuat kisi-kisi angket terlebih dahulu. Kisi-kisi angket dapat dilihat pada tabel 2 pada halaman berikut ini:

Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Faktor	Indikator
1	Kualitas Layanan	Tangibility (berwujud)	Fasilitas penampilan pelatih
		Reliability (kehandalan)	Penyiapan pelayanan kemampuan pelatih
		Responsive (daya tahan)	Kesigapan merespon dan ketepatan pelayanan
		Assurance (jaminan)	Keamanan dan keselamatan; kesopanan dan keramahan
		Empathy (empati)	Kemudahan perhatian khusus
2	Harga	Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa (Pricing match to service quality)	Harga sesuai dengan produk berwujud dan jasa pelayanan
		Daftar harga (Price list)	Daftar harga umum dan privat
		Potongan harga (Discounts)	Potongan harga secara seasional (musiman) dan potongan harga kepada atlet baru

		Harga yang dipersepsikan (Perceived price)	Tanggapan harga menjadi member dojo dan harga jasa pelatih
3	Dukungan Keluarga	Dukungan Emosional	Perhatian Kasih sayang Menjadi pendengar yang baik
		Dukungan Penghargaan	Penilaian positif Memberi Pujian
		Dukungan Instrumental	Biaya Pertolongan langsung
		Dukungan Informatif	Nasehat atau sugesti Memberi informasi
4	Loyalitas	Identification	Reward dan komunikasi
		Exclusive consideration	Kesadaran membayar dan manfaat pelayanan
		Advocacy (word of mouth)	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dari mulut ke mulut
		Strength of preference	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas pelayanan

		Share of wallet	Keinginan dan harapan atlet; Hasil loyalitas atlet
--	--	-----------------	---

## F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validasi instrumen dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrument yang disusun benar-benar instrument yang baik. Instrumen divalidasi dengan bantuan seorang ahli, pertanyaan yang tidak pantas tersingkir. Setelah menyusun item kuesioner dengan saran dari pakar yang sama, kuesioner ditunjukkan oleh kesahihan (validitas) melalui penilaian ahli atau expert judgment dan keandalan (reliabilitas) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.

Instrumen penelitian ini telah mengadopsi dari Sanyoto (2011: 30), sehingga instrument dalam penelitian ini sudah pernah dilakukan uji coba. Akan tetapi peneliti melakukan variasi atau penambahan bentuk instrument dan kembali melakukan uji validitas dan reliabilitas instrument supaya menjadi lebih kuat untuk digunakan sebagai alat pengambilan data penelitian. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji tingkat kesahihan instrument masing-masing variabel. Diperjelas Arikunto (2010: 211) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan peneliti dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Penelitian

ini mengukur uji validitas menggunakan rumus formula Aiken (1985: 142) dalam Azwar (2012: 113) menyatakan formula Aiken's V untuk menghitung content validity coefficient yang didasarkan pada hasil penilaian dari panel ahli yang berkompeten atau expert judgement terhadap suatu item dapat mewakili konstruk yang diukur. Rumus formula Aiken's V dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Rumus } V = \frac{\sum s}{(n (C-1))} \quad s = r - L_o$$

Gambar 2. Rumus Aiken's V

Keterangan:  $s = r - l_o$   $l_o$  = Angka penilaian validitas yang terendah (angka 1)  $c$  = Angka penilaian validitas yang tertinggi (angka 5)  $r$  = Angka yang diberikan oleh penilai  $n$  = Jumlah Expert judgment Uji validitas pada skala menggunakan expert judgement yang dilakukan oleh panel ahli untuk mengetahui apakah item yang digunakan dapat mewakili variabel atau konstruk yang akan diukur. Perhitungan uji validitas menggunakan formula Aiken's V dengan hasil skor minimal 0.666666667 yang dibulatkan menjadi 0.666 sampai skor maksimal 1.000. Berdasarkan hal tersebut, jika suatu item memiliki skor 0.666-1.000, maka item tersebut dinyatakan valid. Item yang dinyatakan valid dalam instrumen dapat digunakan sebagai alat penelitian. Diperkuat Sugiyono (2017: 137) menyatakan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

## 2. Uji Reabilitas

Menurut Arikunto (2006: 221) menyatakan bahwa instrument yang baik ialah instrument tidak bersifat tendensius yang mengarahkan responden (atlet) untuk memilih jawaban tertentu. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Reabilitas instrument dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach (Arikunto, 2010: 239), setelah menemukan jumlah varian butir dan varian total kemudian dimasukkan ke dalam rumus sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma_o^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Gambar 3. Rumus Alpha Cronbach

Keterangan :

$r$  = koefisien reliabilitas instrument (Cronbach alpha)  
 $k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal  
 $\Sigma \sigma_o^2$  = total varians butir  
 $\sigma_1^2$  = total varians

Tabel 3. Nilai Interpretasi Uji Reliabilitas

Nilai r	Interprestasi
Antara 0.800 sampai 1.00	Tinggi
Antara 0.600 sampai 0.800	Cukup
Antara 0.400 sampai 0.600	Agak Rendah
Antara 0.200 sampai 0.400	Rendah
Antara 0.000 sampai 0.200	Sangat Rendah

## G. Teknik Analisis Data

Mencapai tujuan penelitian dari hasil data penelitian yang perlu dianalisis untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Struktural Equation Model-

Partial Least Square (SEM-PLS). Penelitian ini dalam pengolahan data dengan kuesioner yang dikumpulkan diberi kode ke dalam SPSS 23.0 dan software SmartPLS. Adapun Juliandi (2019: 17) menyatakan bahwa SEM atau model persamaan struktural adalah analisis statistik untuk penelitian yang membutuhkan analisis secara serempak/simultan dengan seluruh variabel dan indikatornya.

PLS (Partial Least Square) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Diperkuat Ghozali (2008: 15) menyatakan bahwa SEM adalah teknik analisis data yang memungkinkan menganalisis terdapat pengaruh beberapa variabel terhadap variabel lainnya secara simultan. PLS-SEM merupakan cara alternatif pemecahan masalah dunia nyata yang berbasis kovarian (Gohar, et. al., 2019: 2).

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Adapun Lee (2017:8) menyatakan bahwa analisis frekuensi untuk karakteristik umum dan analisis faktor eksploratori untuk validitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan analisis komponen utama dan rotasi. Kusnendi (2008: 270) menyatakan bahwa Structural Equation Model (SEM) adalah metode analisis data multivariat yang bertujuan menguji model pengukuran dan model struktural variabel laten. Adapun Christian, et.al (2018: 1) mengungkapkan bahwa model persamaan struktural kuadrat terkecil (PLS-SEM) telah menjadi teknik analisis multivariat utama yang sering digunakan oleh para peneliti. Diperjelas

Juliandi (2019: 16) menyatakan bahwa analisis multivariat merupakan analisis statistik untuk penelitian yang menggunakan lebih dari dua variabel, antara lain: korelasi dan regresi berganda, analisis jalur (path analysis), moderated regression analysis (MRA), dan structural equation model (SEM).

SEM dapat mengukur suatu variabel dikatakan reliabel tidaknya melakukan uji reliabilitas dengan nilai Cronbach's  $\alpha$ , nilai composite reliability. Uji validasi variabel dengan nilai average variance extracted (AVE) dimana suatu konstruk (variabel/indikator) dikatakan valid apabila nilai  $AVE > 0.07$ . Uji model penelitian, dengan pemodelan persamaan struktural (SEM) analisis dilakukan. Semua tingkat signifikansi statistik yang ditetapkan sebesar p values 0.05 atau

## H. Alur Penelitian

Dibawah ini merupakan alur penelitian dan menunjukkan tahapan tahapan yang akan diikuti saat sedang mencari capaian.

Tabel 4. Alur Penelitian

<b>Tahapan</b>	<b>Kegiatan Penelitian</b>	<b>Metode</b>	<b>Subyek/ Bahan</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data</b>	<b>Teknik Analisis</b>	<b>Indikator Capaian</b>
Bulan I	Penelitian Literatur Review	Sistematika / literatur review	Jurnal-Jurnal Internasional	Naratif	Kualitatif	a. Dokumen kualitas layanan, harga, dukungan keluarga dan loyalitas b. Dokumen kisi-kisi instrumen
Bulan II	Uji Ahli	Evaluasi	7 orang ahli	Teknik Delphi	Aiken	Dokumen hasil uji validitas isi dan reliabilitas antar rater
Bulan III	Uji Coba Lapangan		Atlet Karate	Penyebaran kuesioner	Alpha Cronbach dengan SPSS	Dokumen validitas produk
Bulan VI dan V	Pengumpulan Data	Survei	Atlet Karate	Penyebaran kuesioner	Structural pemodelan persamaan (SEM)	Teruji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas atlet karate di dojo yogyakarta

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **1. Analisis Hasil Penelitian**

Sebelum penelitian dimulai, persiapan yang dilakukan harus sangat matang agar nantinya kendala-kendala yang akan terjadi lapangan dapat dikurangi. Hasil dari penelitian ini didapatkan beberapa tahapan sebagai berikut

Tahapan pertama kali adalah menentukan topik, variabel dan hipotesis penelitian karena penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Untuk mendukung hipotesis tersebut, peneliti melakukan analisis dokumen dengan studi literatur atau studi pustaka, yaitu mencari, mempelajari dan memahami literatur-literatur yang relevan mengenai teori, asumsi, maupun data-data yang terkait baik dari buku, jurnal hasil penelitian terdahulu.

Tahapan kedua adalah mencari target penelitian yang sesuai dan tepat dengan permasalahan yang akan dikaji. Karena peneliti ingin meneliti tentang kualitas layanan, harga dan dukungan keluarga terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, maka dipilihlah dojo karate dari berbagai perguruan yang ada di Yogyakarta sebagai sasaran dalam penelitian ini.

Tahapan ketiga adalah menyusun desain penelitian. Karena penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, maka desain penelitian merupakan alat penentu bagi peneliti dalam melakukan proses penyusunan instrumen penelitian dan

menghasilkan data yang valid dan dapat diandalkan. Setelah melakukan analisis dokumen telah dihasilkan kisi-kisi angket perilaku oleh pihak ketiga: kualitas layanan, harga, dukungan keluarga, dan loyalitas di dojo karate Yogyakarta seperti pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Kisi-Kisi Angket Kualitas Layanan, Harga, Dukungan Keluarga dan Loyalitas

No	Variabel	Faktor	Indikator	Nomor Butir
1	Kualitas Layanan	Tangibility (berwujud)	Fasilitas penampilan pelatih	1
		Reliability (kehandalan)	Penyiapan pelayanan kemampuan pelatih	2
		Responsive (daya tahan)	Kesigapan merespon dan ketepatan pelayanan	3
		Assurance (jaminan)	Keamanan dan keselamatan; kesopanan dan keramahan	4
		Empathy (empati)	Kemudahan perhatian khusus	5

2	Harga	Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa (Pricing match to service quality)	Harga sesuai dengan produk berwujud dan jasa pelayanan	6
		Daftar harga (Price list)	Daftar harga umum dan privat	7
		Potongan harga (Discounts)	Potongan harga secara seasional (musiman) dan potongan harga kepada atlet baru	8
		Harga yang dipersepsikan (Perceived price)	Tanggapan harga menjadi member dojo dan harga jasa pelatih	9
3	Dukungan Keluarga	Dukungan Emosional	Perhatian Kasih sayang Menjadi pendengar yang baik	10

		Dukungan Penghargaan	Penilaian positif Memberi Pujian	11
		Dukungan Instrumental	Biaya Pertolongan langsung	12
		Dukungan Informatif	Nasehat atau sugesti Memberi informasi	13
4	Loyalitas	Identification	Reward dan komunikasi	14
		Exclusive consideration	Kesadaran membayar dan manfaat pelayanan	15
		Advocacy (word of mouth)	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dari mulut ke mulut	16
		Strength of preference	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas pelayanan	17
		Share of wallet	Keinginan dan harapan atlet; Hasil loyalitas atlet	18

Setelah itu dilakukan FGD untuk mencari kesepakatan ahli apada indicator dan item angket, selanjutnya dilakukan penilaian ahli. Hasil penilaian ahli pada indicator dan item angket tersebut, di analisis dengan formula Aiken, Hasilnya analisis Aiken semua item menunjukkan nilai koefesiensi V di atas 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa semua aitem valid secara konten.

Tahapan keempat adalah Pengumpulan Data. Pengumpulan data dilakukan sejak tanggal 06 Juli sampai dengan 27 Juli 2021. Peneliti meminta bantuan pada pelatih karate di dojo perguruan karate Yogyakarta. Telah dihasilkan pengumpulan data dari angket sebanyak 100 responden sebagai subyek penelitian ini.

Tahapan kelima adalah analisis data. Sebelum melakukan uji hipotesis perlu dikaji terlebih dahulu dilakukan analisis dengan Structural Equation Model (SEM) dengan software Smart PLS.

## 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Penelitian ini mengukur uji validitas menggunakan rumus formula Aiken (1985: 142) rumus formula Aiken's V untuk menghitung content-validity coefficient yang didasarkan pada hasil penilaian dari 7 ahli yang berkompeten atau expert judgement terhadap suatu item dapat mewakili konstruk yang diukur. Perhitungan uji validitas menggunakan formula Aiken's V dengan hasil skor minimal 0.666666667 yang dibulatkan menjadi 0.666 sampai skor maksimal 1.000. Berdasarkan hal tersebut, jika suatu item memiliki skor 0.666-1.000, maka item

tersebut dinyatakan valid. Item yang dinyatakan valid dalam instrumen dapat digunakan sebagai alat ukur/instrumen penelitian ini maupun penelitian selanjutnya.

1) Variabel Kualitas Layanan (X1)

Tabel 6. Uji Validasi Kualitas Layanan

No	Faktor	Indikator	Butir Pertanyaan	Hasil	Keterangan
1	Tangibility (berwujud)	Fasilitas penampilan pelatih	Item 1	0.82	Valid
2	Reliability (kehandalan)	Penyiapan pelayanan kemampuan pelatih	Item 2	0.86	Valid
3	Responsive (daya tahan)	Kesigapan merespon dan ketepatan pelayanan	Item 3	0.89	Valid
4	Assurance (jaminan)	Keamanan dan keselamatan; kesopanan dan keramahan	Item 4	0.82	Valid
5	Empathy (empati)	Kemudahan perhatian khusus	Item 5	0.82	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan (item) pada indikator-indikator variabel kualitas layanan memiliki nilai validasi diatas 0.666. Nilai validasi terendah 0.82 dan nilai validasi tertinggi 0.89. Dari hasil nilai validasi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai validasi butir-butir pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur/instrumen penelitian ini maupun penelitian selanjutnya.

2) Variabel Harga (X2)

Tabel 7. Uji Validasi Harga

No	Faktor	Indikator	Butir Pertanyaan	Hasil	Keterangan
1	Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa (Pricing match to service quality)	Harga sesuai dengan produk berwujud dan jasa pelayanan	Item 6	0.79	Valid
2	Daftar harga (Price list)	Daftar harga umum dan privat	Item 7	0.93	Valid
3	Potongan harga (Discounts)	Potongan harga secara seasional (musiman) dan potongan harga kepada atlet baru	Item 8	0.75	Valid
4	Harga yang dipersepsikan (Perceived price)	Tanggapan harga menjadi member dojo dan harga jasa pelatih	Item 9	0.75	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan (item) pada indikator-indikator variabel kualitas layanan memiliki nilai validasi terendah 0.75 dan nilai validasi tertinggi 0.93. Dari hasil nilai validasi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai validasi butir-butir pertanyaan dinyatakan valid

dan dapat digunakan sebagai alat ukur/instrumen penelitian ini maupun penelitian selanjutnya.

3) Variabel Dukungan Keluarga (X3)

Tabel 8. Uji Validasi Dukungan Keluarga

No	Faktor	Indikator	Butir Pertanyaan	Hasil	Keterangan
1	Dukungan Emosional	Perhatian Kasih saying Menjadi pendengar yang baik	Item 10	0.89	Valid
2	Dukungan Penghargaan	Penilaian positif Memberi Pujian	Item 11	0.93	Valid
3	Dukungan Instrumental	Biaya Pertolongan langsung	Item 12	0.82	Valid
4	Dukungan Informatif	Nasehat atau sugesti Memberi informasi	Item 13	0.93	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan (item) pada indikator-indikator variabel kualitas layanan memiliki nilai validasi terendah 0.82 dan nilai validasi tertinggi 0.93. Dari hasil nilai validasi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai validasi butir-butir pertanyaan dinyatakan valid

dan dapat digunakan sebagai alat ukur/instrumen penelitian ini maupun penelitian selanjutnya.

4) Variabel Loyalitas (Y1)

Tabel 9. Uji Validasi Loyalitas

No	Faktor	Indikator	Butir Pertanyaan	Hasil	Keterangan
1	Identification	Reward dan komunikasi	Item 1	0.86	Valid
2	Exclusive consideration	Kesadaran membayar dan manfaat pelayanan	Item 2	0.86	Valid
3	Advocacy (word of mouth)	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dari mulut ke mulut	Item 3	0.86	Valid
4	Strength of preference	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas pelayanan	Item 4	0.82	Valid
5	Share of wallet	Keinginan dan harapan atlet; Hasil loyalitas atlet	Item 5	0.86	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan (item) pada indikator-indikator variabel kualitas layanan memiliki nilai validasi rata-rata diangkat 0.80, sedangkan nilai validasi terendah 0.82 dan nilai validasi tertinggi 0.86. Dari hasil nilai validasi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai validasi butir-butir pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur/instrumen penelitian ini maupun penelitian selanjutnya

## 5) Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Pentingnya uji validitas dalam tahapan penelitian. Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang akan digunakan dalam suatu proses mengukur apa yang akan diukur. Hasil uji validitas menentukan apakah suatu alat (instrumen) dapat digunakan atau tidak untuk mendapatkan suatu data penelitian. Analisis keseluruhan data menggunakan Struktural Equation Model- Partial Least Square (SEM\_PLS) dapat disimpulkan hasil uji validitas, sebagai berikut:

Tabel 10. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>KUALI_LAYANAN</b>	<b>0.706</b>
<b>HARGA</b>	<b>0.674</b>
<b>DUK_KELUARGA</b>	<b>0.659</b>
<b>LOYALITAS_ATLIT</b>	<b>0.649</b>

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas menggunakan SmartPLS menunjukkan nilai average varian extracted (AVE) yang digunakan sebagai penentu nilai validitas. Semua variabel kualitas pelayanan, harga, dukungan keluarga, dan loyalitas menunjukkan nilai AVE > 0.5 yang berarti variabel-variabel tersebut dinyatakan valid. Hal tersebut membuktikan bahwa instrument dalam variabel-variabel penelitian ini, dapat digunakan sebagai alat ukur/instrumen untuk memperoleh data penelitian ini maupun penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mempunyai peran penting dalam penelitian ini. Reabilitas instrument penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Uji reliabilitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden (pelanggan fitness center) memenuhi syarat reliabel. Kuesioner penelitian dapat dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0.6 atau 60%. Penelitian ini menggunakan nilai interpretasi uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 11. Interpretasi Uji Reliabilitas

Nilai r	Interpretasi
Antara 0.800 sampai 1.00	Tinggi
Antara 0.600 sampai 0.800	Cukup
Antara 0.400 sampai 0.600	Agak Rendah
Antara 0.200 sampai 0.400	Rendah
Antara 0.000 sampai 0.200	Sangat Rendah

Uji reliabilitas penelitian ini dengan rumus Cronbach Alpha. Uji reliabilitas data penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil nilai uji reliabilitas data untuk mengetahui tingkat keandalan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 12. Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha
KUALI_LAYANAN	0.860
HARGA	0.841
DUK_KELUARGA	0.828
LOYALITAS_ATLIT	0.818

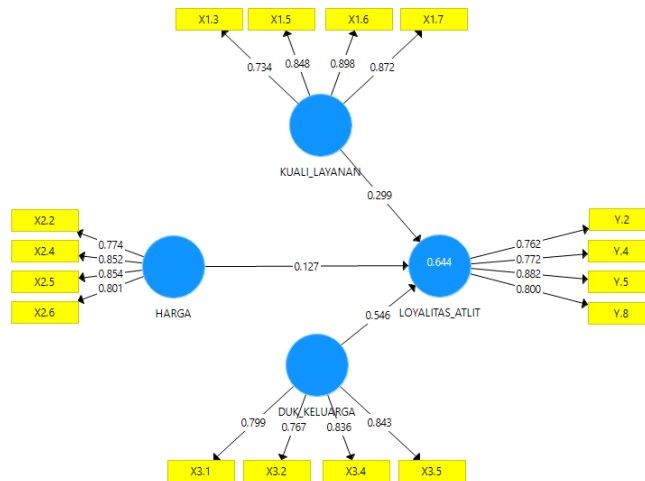
Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas dari seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Uji reabilitas menunjukkan nilai Cronbach Alpha  $> 0.6$  atau 60%. Semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0.8 dinyatakan masuk dalam kategori tinggi. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dapat digunakan sebagai variabel untuk penelitian selanjutnya

### 3. Hasil Pengolahan Data dengan SmartPLS

#### a. Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur atau path analysis dan uji asumsi SEM. Model analisis jalur ini digunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) adalah sekumpulan teknik analisis yang menganalisa pengaruh beberapa variabel terhadap variabel lain secara simultan. Analisis jalur *Structural Equation Model* (SEM) dipilih untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan dukungan keluarga terhadap loyalitas atlet karate di dojo yogyakarta. Analisis jalur *Structural Equation Model* (SEM) sekaligus membuktikan hipotesis penelitian ini. Hasil analisis SEM, sebagai berikut:

Gambar 4. Analisis *Structural Equation Model* (SEM)



Menganalisis SEM menggunakan smartPLS mencakup nilai cronbach's alpha, composite reliability, average variance extracted (AVE), R square, T statistics, dan P values. Nilai-nilai tersebut dapat menjelaskan hasil akhir penelitian yang dilakukan dengan bertahap. Penjelasan hasil nilai-nilai yang diperoleh dari pengolahan data dengan smartPLS, sebagai berikut:

1) Evaluasi *Measurement (Outer Model)*

Outer model merupakan model pengukuran antara variabel satu dengan variabel lainnya. Selain itu outer model yang menspesifikasi hubungan antar variabel dengan indikator. Hasil outer model dalam aplikasi smartPLS dapat dilihat dari nilai construct reliability and validity. Nilai construct reliability and validity didalamnya terdapat nilai cronbach's alpha, composite reliability, dan

average variance extracted (AVE). Penjelasan nilai construct reliability and validity dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 13. Nilai Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
DUK_KELUARGA	0.828	0.836	0.885	0.659
HARGA	0.841	0.855	0.892	0.674
KUALI_LAYANAN	0.860	0.876	0.905	0.706
LOYALITAS_ATLIT	0.818	0.821	0.880	0.649

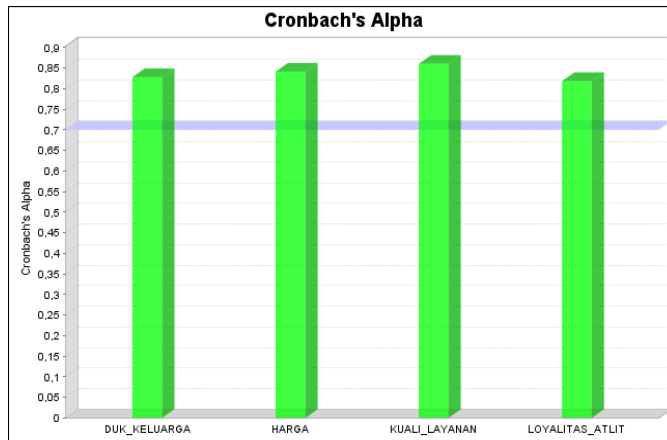
a) *Cronbach's alpha*

*Cronbach's alpha* merupakan nilai yang dapat menentukan apakah variabel dikatakan reliabel atau tidak reliabel. *Cronbach's alpha* merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai kisaran nol sampai satu. Nilai tingkat keandalan *cronbach's alpha* minimal sebesar 0.70 dikatakan reliabel dengan SmartPLS.

Berdasarkan tabel construct reliability and validity, dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0.860, variabel harga sebesar 0.841, variabel dukungan keluarga sebesar 0.828, dan variabel loyalitas sebesar 0.818. Hasil tersebut menunjukkan semua variabel dikatakan reliabel dan dapat digunakan penelitian selanjutnya. Nilai *cronbach's alpha* terendah dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan sebesar

dan nilai tertinggi yaitu variabel kualitas pelayanan sebesar. Diagram nilai *cronbach's alpha* dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 5. Diagram *Cronbach's Alpha*



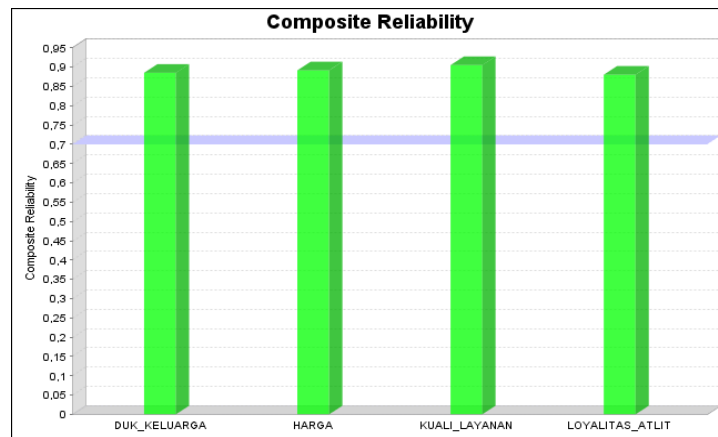
b) *Composite reliability*

*Composite reliability* yang dapat dikatakan untuk melihat internal *consistency reliability*. Ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel menunjukkan derajat dalam variabel lain disebut *consistency reliability*. *Composite reliability* merupakan salah satu nilai untuk mengetahui nilai reliabilitas. Nilai *composite reliability* yang tinggi menunjukkan nilai konsistensi dari masing-masing indikator dalam mengukur konstraknya. Nilai *composite reliability* memenuhi syarat sebagai penentu variabel yang dikatakan reliabel, jika nilai *composite reliability* memiliki nilai sebesar  $>0.70$ .

Berdasarkan tabel *construct reliability and validity*, dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki nilai *composite reliability* pada variabel kualitas layanan sebesar 0.905, variabel harga sebesar 0.892, variabel dukungan keluarga sebesar

0.885, dan variabel loyalitas sebesar 0.880. Hasil tersebut menyatakan semua variabel reliabel. Nilai *composite reliability* terendah dalam penelitian ini adalah variabel loyalitas sebesar 0.880 dan nilai tertinggi yaitu variabel kualitas layanan sebesar 0.905. Adapun diagram nilai *composite reliability* yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 6. Diagram *Composite Reliability*

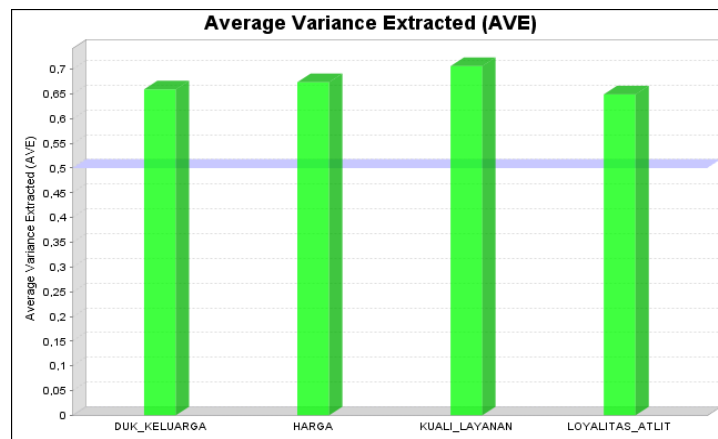


c) *Average variance extracted (AVE)*

AVE merupakan nilai yang menentukan nilai validitas suatu instrumen penelitian dalam analisis SEM menggunakan aplikasi smartPLS. Nilai AVE menggambarkan besarnya indikator yang dapat dimiliki variabel laten, semakin besar indikator yang di dalam variabel laten, maka semakin besar representasi indikator terhadap variabel laten. Senada dengan Fornell dan Larcker dalam Juliandi (2019: 73) merekomendasikan penggunaan AVE untuk mengukur kehandalan suatu konstruk sebagai kriteria menilai validitas.

Berdasarkan tabel construct reliability and validity, dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki nilai AVE pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0.706, variabel harga sebesar 0.674, variabel dukung keluarga sebesar 0.659, dan variabel loyalitas sebesar 0.649. Hasil tersebut menyatakan semua variabel valid dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengambil data penelitian. Nilai AVE terendah dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan sebesar dan nilai tertinggi yaitu variabel harga sebesar. Adapun diagram nilai AVE dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 7. Diagram *Average Variance Extracted (AVE)*



## 2) Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau pengukuran bagian dalam disebut model struktural. Inner model adalah model yang menspesifikasikan hubungan antar variabel laten. Nilai-nilai yang diestimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus dievaluasi dalam perspektif kekuatan dan signifikansi hubungan. Inner model tidak lain merupakan jawaban dari hipotesis-hipotesis penelitian

b. *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur (*bootstrapping*)

Path coefficients merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh variabel. Nilai koefisien jalur jika dikatakan positif, maka pengaruh suatu variabel tersebut dikatakan searah. Selain itu, nilai suatu variabel eksogen/bebas (mempengaruhi) dikatakan positif mengalami peningkatan, maka variabel endogen/terikat (dipengaruhi) juga akan meningkat. Adapun nilai koefisien jalur dikatakan negatif, pengaruh suatu variabel adalah berlawanan arah. Nilai suatu variabel eksogen/bebas dikatakan negatif mengalami peningkatan, maka nilai variabel endogen/terikat akan menurun.

Bootstrapping adalah suatu prosedur memecahkan masalah data yang tidak normal untuk mendapatkan hasil SEM melalui pengujian signifikansi statistik dengan koefisien jalur. Bootstrapping dengan lain kata dapat menjawab dari hipotesis-hipotesis penelitian dengan cara menganalisis nilai tersebut. Analisis bootstrapping dapat melihat dari nilai T statistics yang dibandingkan dengan nilai T tabel. Hipotesis terbukti diterima positif tidaknya, apabila nilai T statistics lebih besar dari nilai T tabel. Selain itu, dapat melihat dari nilai probabilitas (P values) untuk mengetahui nilai pengaruh tersebut dikatakan terbukti diterima dengan signifikan atau tidaknya dengan positif atau tidaknya. Nilai P values dikatakan signifikan, apabila nilai P values lebih kecil dari 0.05 atau 5% (nilai P values <0.05). Nilai probabilitas yang signifikansi (sig.) dalam uji F untuk menjawab semua hipotesis penelitian. Penjelasan hasil dari path coefficients (koefisien jalur), sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
DUK KELUARGA -> LOYALITAS_ATLIT	0.546	0.553	0.067	8.118	<b>0.000</b>
HARGA -> LOYALITAS_ATLIT	0.127	0.132	0.066	1.918	<b>0.056</b>
KUALI_LAYANAN -> LOYALITAS_ATLIT	0.299	0.294	0.097	3.094	<b>0.002</b>

Berdasarkan hasil path coefficients (koefisien jalur), hipotesis dapat terjawab melalui dari nilai R square, nilai T statistics, dan nilai probabilitas (P values). Penjelasan nilai hasil path coefficients (koefisien jalur) dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1) R Square

R square adalah nilai dari variabel bebas atau variabel independen yang menyumbangkan pengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen. R square juga disebut sebagai koefisien determinasi yang menjelaskan seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan oleh data independen. Selain itu, r square merupakan nilai koefisien determinasi yang berguna untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas/independent secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat/dependen.

R square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhi (eksogen). Hal tersebut berguna untuk mempredisi apakah model strukturalnya baik/buruk. Penelitian ini harus mengetahui nilai r square ( $r^2$ ) dalam analisis

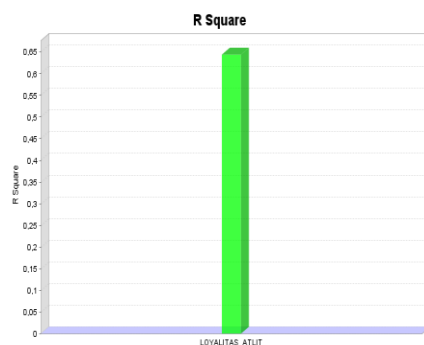
regresi linier berganda untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan. Selain itu juga untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas layanan, harga dan dukungan keluarga terhadap variabel loyalitas. R square bernilai antara 0 sampai 1.00, dengan ketentuan semakin mendekati angka 1.00 (satu) berarti semakin baik. Nilai r square  $>0.70$  dikatakan memenuhi syarat minimal, sedangkan nilai r square  $>0.80$  dinyatakan kategori tinggi/kuat. Hasil nilai r square sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Nilai R Square

	R Square	R Square Adjusted
LOYALITAS_ATLIT	0.644	0.633

Berdasarkan tabel hasil nilai R square dengan ketentuan syarat, hasil nilai r square dalam penelitian ini dapat dideskripsikan bahwa pengaruh variabel kualitas layanan, variabel harga dan variabel dukungan keluarga terhadap variabel loyalitas sebesar 0.633 yang berarti nilai yang memenuhi syarat dalam kategori agak rendah. Adapun diagram r square dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Gambar 8. Diagram Nilai R Square



## 2) T Statistics

Berdasarkan tabel path coefficients (koefisien jalur), dapat diketahui bahwa nilai probabilitas yang positif dalam uji koefisien jalur telah menjawab hipotesis penelitian. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas sebesar  $3.094 > 1.985$ . Variabel harga berpengaruh positif terhadap loyalitas sebesar  $1.918 > 1.985$ . Variabel dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap loyalitas sebesar  $8.118 > 1.985$ . Semua hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa semua hipotesis terbukti diterima dengan nilai positif

## 3) Nilai P Values

Berdasarkan tabel path coefficients, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas yang signifikan (sig.) dalam uji F telah menjawab hipotesis penelitian sebagai solusi permasalahan yang terjadi. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas sebesar  $0.002 < 0.05$  dikatakan signifikan. Variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas sebesar  $0.056 < 0.05$  dikatakan signifikan. Variabel dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap loyalitas memiliki nilai probabilitas sebesar  $0.000 < 0.05$  dikatakan signifikan. Senada dengan pendapat Yeung (2002: 9) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap nilai probabilitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua hipotesis terbukti diterima dengan nilai positif secara signifikan. Sebagaimana dasar pengambilan keputusan nilai probabilitas  $< 0.05$  atau 5%, maka dikatakan berpengaruh

signifikan antara variabel dengan variabel lainnya. Oleh sebab itu, persyaratan dapat memaknai nilai koefisien determinasi dalam analisis regresi linier berganda sudah terpenuhi.

## B. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini terdiri dari 3 hipotesis. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai probabilitas (P values) kurang atau sama dari  $\alpha=5\%$  atau 0.500, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian terbukti diterima/didukung secara signifikan oleh data penelitian ini. Selain itu dapat menggunakan nilai T statistics, dimana nilai T statistics sama dengan atau lebih besar dari T tabel dalam penelitian ini. Berdasarkan analisis data SEM menggunakan SmartPLS diperoleh hasil uji hipotesis, sebagai berikut:

Tabel 16. Uji Hipotesis Penelitian

	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
DUK_KELUARGA -> LOYALITAS_ATLIT	8.118	0.000
HARGA -> LOYALITAS_ATLIT	1.918	0.056
KUALI_LAYANAN -> LOYALITAS_ATLIT	3.094	0.002

Tabel di atas dapat didefinisikan menjawab setiap hipotesis penelitian.

Hipotesis penelitian dapat menggunakan perbandingan antara T tabel (1.985) dengan T statistics yang diperoleh setiap hipotesis. Hipotesis dikatakan terbukti diterima, jika nilai T statistics lebih besar dari nilai T tabel. Selain itu dapat menggunakan nilai P values (nilai probabilitas). Hipotesis dikatakan terbukti

diterima, jika nilai probabilitas (P values) sama dengan atau kurang dari 0.50 (50%).

Penjelasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas**

Hipotesis alternatif pertama yang telah dikemukakan bahwa “Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas”. Pengujian hipotesis dengan jalur SEM menggunakan aplikasi SmartPLS yaitu nilai T statistics sebesar  $3.094 > 1.985$  (T tabel). Selain itu, nilai probabilitas (P values) sebesar  $0.002 < 0.500$  atau 5% (a). Hasil uji hipotesis disimpulkan “Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas secara signifikan”

### **2. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas**

Hipotesis alternatif kedua dalam penelitian ini yang dikemukakan bahwa “Tidak terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas”. Pengujian hipotesis dengan jalur SEM yaitu nilai T statistics sebesar  $1.918 > 1.985$  (T tabel). Selain itu nilai probabilitas (P values) sebesar  $0.056 < 0.500$  atau 5% (a). Hasil uji hipotesis disimpulkan “Tidak terdapat pengaruh positif harga terhadap loyalitas secara signifikan”.

### **3. Pengaruh Dukungan Keluarga terhadap Loyalitas**

Hipotesis alternatif ketiga yang telah dikemukakan bahwa “Terdapat pengaruh dukungan keluarga terhadap loyalitas”. Pengujian hipotesis dengan jalur SEM menggunakan aplikasi SmartPLS yaitu nilai T statistics sebesar  $8.118 > 1.985$  (T tabel). Selain itu, nilai probabilitas (P values) sebesar  $0.000 < 0.500$  atau 5% (a).

Hasil uji hipotesis disimpulkan “Terdapat pengaruh positif dukungan keluarga terhadap loyalitas secara signifikan”

#### 4. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Analisis keseluruhan uji hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 17. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Penjelasan Hipotesis	Hasil Uji Hipotesis			Ket
		T table	T statistic	P values	
H1	Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap loyalitas atlet secara signifikan	1.985	3.094	0.002	Terbukti
H2	Tidak terdapat pengaruh positif harga terhadap loyalitas atlet secara signifikan	1.985	1.918	0.056	Terbukti
H3	Terdapat pengaruh positif dukungan keluarga terhadap	1.985	8.118	0.000	Terbukti

	loyalitas atlet secara signifikan				
--	-----------------------------------	--	--	--	--

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Secara rinci pengujian hipotesis penelitian secara bertahap sesuai hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini diajukan 3 (tiga) hipotesis yang selanjutnya akan dibahas sebagai berikut.

#### 1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas

Hipotesis 1 (H1), kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta. Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada table 17, diketahui bahwa nilai P sebesar 0.002. hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai  $P < 0.05$ , dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan **berpengaruh** signifikan terhadap loyalitas, sehingga H1 dalam penelitian ini **diterima**.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat baik buruk sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan atlet atau masyarakat dojo yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dihasilkan. Mengukur kualitas pelayanan dipengaruhi indikator-indikator dalam faktor tangibility (berwujud), reliability (kehandalan), responsive (daya tahan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Selaras dengan Vieira & Ferreira (2017: 4) menyatakan bahwa mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan faktor tangibility, reliability, responsive, assurance, dan empathy.

Menurut Pradeep, et.al (2020: 2) mengungkapkan bahwa penilaian loalitas pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanan terhadap suatu produk atau jasa. Selain itu terjadinya atlet seringkali tidak loyal disebabkan kualitas pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari apa yang diharapkan atlet. Tujuan memberikan kualitas pelayanan yang tinggi agar pelanggan loyal kepada dojo tertentu yang berdampak memperoleh laba maksimal. Senada dengan Yu, et.al (2014: 759) menyatakan bahwa pelayanan yang berkualitas tinggi berperan penting untuk meningkatkan loyalitas pengguna.

## 2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas

Hipotesis 2 (H2), harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta. Berdasarkan dari hasil pengelohan data pada table 17, diketahui bahwa nilai P sebesar 0.056. hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai  $P > 0.05$ , dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan **tidak berpengaruh** signifikan terhadap loyalitas, sehingga H2 dalam penelitian ini **ditolak**.

Harga adalah mewakili nilai yang terdapat di suatu produk/jasa dan harga itu sendiri serta pelanggan harus menerima untuk mendapatkan produk/jasa tersebut. Hal tersebut dapat memunculkan kepuasan dan penggunaan layanan untuk niat pelanggan menggunakan jasa secara berulang (loyalitas). Adapun informasi harga juga dapat mempengaruhi penyesuaian harga terhadap suatu produk (jasa) dengan fasilitas yang baik, tentunya akan memanjakan pelanggan. Senada Kim (2017: 2) menyatakan bahwa harga

memiliki peran penting untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Faktor daftar harga, kesesuaian harga dapat dilihat terkait dengan kualitas produk/jasa, potongan harga, dan harga yang dipersepsikan. Hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan dan pembeli/pelanggan memutuskan membeli secara berulang (loyalitas). Pelanggan mendapatkan informasi daftar harga dengan mudah, lengkap dan terperinci secara offline maupun online. Senada dengan pendapat Kotler dan Amstrong dalam Maulana (2016) menyatakan bahwa kepuasan dengan dipengaruhi faktor survei kepuasan pelanggan, analisis pelanggan hilang terdiri, dan keluhan dan saran.

Harga memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan setelah mendapatkan suatu layanan jasa akan mendapatkan suatu kepuasan sendiri, kemudian akan membentuk loyalitas pelanggan. Selaras dengan Pradeep, et.al (2020: 3) menyatakan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk atau jasa secara berulang-ulang ataupun sebaliknya. Harga dipengaruhi faktor kesesuaian harga, daftar harga, potongan harga, dan harga yang dipersepsikan. Faktor harga di dalamnya terdapat indikator yang terdiri dari: (1) harga sesuai dengan produk yang berwujud dan jasa pelayanan, (2) daftar harga offline dan online, (3) potongan harga secara musiman, dan (4) tanggapan harga menjadi member fitness center dan harga jasa instruktur/personal training. Senada dengan Tjiptono dan Chandra (2012: 152) menyatakan bahwa harga dipengaruhi faktor kesesuaian harga yang

mempunyai indikator harga sesuai dengan produk berwujud dan jasa pelayanan, serta factor potongan harga yang mempunyai indikator potongan harga secara musiman dan potongan harga kepada pelanggan baru. Selain itu juga ada faktor harga yang dipersepsikan mempunyai indikator tanggapan pelanggan terhadap harga menjadi member fitness center dan harga jasa instruktur/personal training, serta factor daftar harga yang mempunyai indikator daftar harga secara offline maupun online.

### **3. Pengaruh Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas**

Hipotesis 3 (H3), dukungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta. Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada table 17, diketahui bahwa nilai P sebesar 0.000. hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai  $P < 0.05$ , dapat disimpulkan bahwa dukungan keluarga **berpengaruh** signifikan terhadap loyalitas, sehingga H3 dalam penelitian ini **diterima**.

Atlet yang loyal dapat membangun hubungan yang akan terus menggunakan layanan perusahaan jasa (dojo) di masa yang akan datang. Diperkuat Thein (2019: 9) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan secara umum mengacu untu tindakan pelanggan yang mencerminkan keinginan untuk meningkatkan hubungan ang berkelanjutan antara pelanggan dan perusahaan jasa (dojo). Adapun Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010: 76) menyatakan bahwa loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya 40 digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan terhadap Negara, gerakan atau

individu. Belakangan ini, loyalitas digunakan dalam konteks bisnis untuk menggambarkan kesediaan atlet agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada orang lain atau temannya. Loyalitas atlet melampaui perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan dan itikad di masa yang akan mendatang. Loyalitas atlet yang meliputi keinginan atlet untuk kembali kepada perusahaan penyedia jasa dan merekomendasikan penyedia jasa tersebut kepada orang lain. Atlet jangka panjang yang merasa menerima suatu produk/jasa yang bernilai mempengaruhi loyalitas perlu dipertahankan. Diperkuat yang dikemukakan Lovelock dan Wright dalam Jasfar (2012: 22) bahwa loyalitas pelanggan merupakan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada suatu perusahaan jasa dalam jangka waktu yang panjang, pelanggan membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berulang-ulang serta sukarela merekomendasikan produk/jasa tersebut kepada orang lain. Senada dengan Pradeep (2020: 3) mengungkapkan bahwa pelanggan yang loyal atau setia adalah pelanggan yang kembali membeli produk atau jasa dari perusahaan jasa (dojo) yang sama yang bersedia mengeluarkan uang untuk layanan, tetapi juga mampu merekomendasikan fitness center untuk pelanggan baru.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Ketidak sempurnaan penelitian ini karena adanya keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini tidak dapat dilakukan secara langsung di dojo-doyo yang ada di Yogyakarta keterbatasan biaya, waktu, dan perizinan.
2. Tidak semua dojo di perguruan karate Yogyakarta yang bersedia dilakukan penelitian ini, mempunyai data atlet aktif dan tidak aktif.
3. Masa pandemi Covid19 telah menghambat proses pengambilan data.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, dengan nilai P sebesar 0.002. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, sehingga H1 dalam penelitian ini diterima.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, dengan nilai P sebesar 0.056. Dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, sehingga H2 dalam penelitian ini ditolak.
3. Dukungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, dengan nilai P sebesar 0.000. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas atlet karate di dojo Yogyakarta, sehingga H1 dalam penelitian ini diterima.

#### **B. Implikasi**

Hasil penelitian ini memberikan perspektif kepada dojo di seluruh Indonesia terutama di D.I Yogyakarta untuk mempersiapkan sarana dan prasarana serta management yang baik pada dojo yang dimiliki dengan memperhatikan kualitas

layanan, harga, dan dukungan keluarga. Untuk menyiapkan kualitas layanan, desain rasangan-rasangan yang dapat meningkatkan motivasi, kepuasan, dan kinerja atlet, sehingga dapat meningkatkan loyalitas atlet. Strategi yang harus dilakukan pemilik dojo adalah mengaplikasikan indikator-indikator yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan loyalitas.

### **C. Saran**

Dari keterbatasan penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran dan rekomendasi yang disampaikan untuk para peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian mendatang dapat menggunakan sampel yang lebih luas dengan sasaran atlet karate di seluruh Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel selain kualitas layanan, harga, dukungan keluarga, dan loyalitas yaitu bisa dengan variabel lingkungan sosial, motivasi dan kinerja atlet (lingkungan latihan dan bonus).

## DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L., R. (1985). Three Coefficients for Analyzing the Reliability, and Validity of Ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45, 131-142.
- Ali Qalati, S., Wen Yuan, L., Iqbal, S., Yassir Hussain, R., & Ali, S. (2019). Impact of Price on Customer Satisfaction: Mediating Role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector. *International Journal of Research*, 06(04).
- Al Salman, W., & Hassan, Z. (2016). Impact of Effective Teamwork on Employee Performance. *International Journal of Accounting and Business Management*, 4(1), 76–85. <https://doi.org/10.24924/ijabm/2016.04/v4.iss1/76.85>
- Avourdiadou, Sevastia & Nicholas D., T. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *Journal Sport Management*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.smr.2014.02.001>.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi 4. Yogyakarta:: Pustaka Pelajar
- Barshan, G., Elahi, A., Aghaei, N., Alireza, E., Najaf, A., Elahi, A., & Aghaei, N. (2017). Impact of Service Quality on Satisfaction, Loyalty and Intention to Revisit of Sport Customers: The Case Study of Swimming Pools in Alborz Province. *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 334–339. <http://files/110/Barshan et al. - 2017 - Impact of Service Quality on Satisfaction, Loyalty.pdf>
- Behnam, M., Pyun, D. Y., Doyle, J. P., & Delshab, V. (2020). The impact of consumer knowledge on profitable consumer loyalty through perceived service quality and psychological involvement in non-profit sport clubs. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2020-0039>
- Bob, Sabran. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi 13. Jakarta: PT. Erlangga.
- Cardoso, V. D., de Castro Haiachi, M., Filho, A. R. R., & Gaya, A. C. A. (2018). *Financial support for paralympic athletes in Brazil*. *Journal of Physical Education (Maringa)*. <https://doi.org/10.4025/jphyseduc.v29i1.2963>
- Chao, Ren-Fang. (2015). The Impact of Experimental Marketing on Customer Loyalty for Fitness Clubs: Using Brand Image and Satisfaction as the Mediating Variables. T

- Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Rebecca Mitchell & Siegfried P. Gudergan. (2018). Partial least squares structural equation modeling in HRM research, *The International Journal of Human Resource Management*, DOI: 10.1080/09585192.2017.1416655.
- Creswell, J. (2013). Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. In *Research design* (pp. 1–26). <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Research+design++Qualitative,+Quantitative,+and+mixed+methods+approaches#0Daryanto>
- & Setyobudi, I. (2014). *Atlet dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Day, F. R., Ong, K. K., & Perry, J. R. B. (2018). *Elucidating the genetic basis of social interaction and isolation*. *Nature Communications*. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-04930-1>
- Dian Metasari Nursanti, Tomoliyus, Japhet Ndayisenga (2020) Exploring of Service Quality, Customer Satisfaction, Price and word-of-mouth on Yogyakarta Health Club
- Felix, R. (2017). *Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda*. *Journal of Business & Financial Affairs*, 06(01), 1–11. <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000246>
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam dan Fuad. (2008). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gohar F. Khan, Marko Sarstedt, Wen-Lung Shiau, Joseph F. Hair, Christian M. Ringle, Martin P. Fritze, (2019) "Methodological research on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An analysis based on social network approaches", *Internet Research*, <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2017-0509>
- Handi Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Atlet*. Jakarta: Pt. Elex Mediakomputindo.
- Hair Jr., J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2006) *Multivariate Data Analysis*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Hayati, K., & Caniago, I. (2012). Islamic Work Ethic: The Role of Intrinsic Motivation, Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 1102–1106. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.148>

- Hermawan, Rudi (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Atlet Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada PT. Nasmoco Magelang). Other thesis, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang
- Huot, Loem & Pithoon., T. (2019). Exploring the Relationship of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: In the Case Study of Dojos in Cambodia. *Journal of Management Sciences*, Vol. 6 (2) (2019).
- Jasfar, F. (2012). Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia , Inovasi, dan Kepuasan Atlet. Jakarta: Salemba Empat.
- Jøesaar, H., Hein, V., & Hagger, M. S. (2011). Peer influence on young athletes' need satisfaction, intrinsic motivation and persistence in sport: A 12-month prospective study. *Psychology of Sport and Exercise*, 12(5), 500–508. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2011.04.005>
- Juliandi, A. (2019). Structural equation model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS. Revisi Januari 2019. Pelatihan SEM-PLS Program Pascasarjana Universitas Batam on December,16-17 2018. Batam: Universitas Batam. DOI: 10.5281/zenodo.2538001
- Kim, Jungkeun. (2017). The Impact of Different Price Promotions On Customer Retention. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.10.007>.
- Kliwon, K., & Sarwanto, A. (2019). *Pengaruh Aktivasi Regulasi Emosi Terhadap Prestasi Olahraga Atlet Disabilitas NPC Kota Surakarta*. Interest : Jurnal Ilmu Kesehatan. <https://doi.org/10.37341/interest.v8i2.173>
- Kotler,(2012). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid 1. Terjemahan Hendra Teguh dan RoniAntonius Rusli. Jakarta: PT Prehallindo. 57
- Kotler, Phillip & Amstrong, Gary. (2016). Principles of marketing 16th edition England. Pearson.
- Kusnendi. (2008). Model-model Persamaan Structural-Satu dan Multigrup sample dengan LISREL. Bandung: Alfabeta.
- Lam, E.T., Zhang, J.J. and Jensen, B.E. (2005) 'Service quality assessment scale (SQAS):an instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs',

- Measurement in Physical Education and Exercise Science, Vol. 9, No. 2, pp.79–111.
- Lee, S., Y. (2017). Service quality of sports centers and customer loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 29 No.4, 2017 pp. 870-879. DOI 10.1108/APJML-10-2016-0191.u
- Lister, M., et al., (ed). (2009). *New media: A critical introduction*, second edition. New York: Routledge.
- Lovelock, C., Wirtz & Mussry. (2010). *Services Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, A.S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Atlet PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2*, November 2016. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Moreira, A.C. and da Silva, P.M. (2015) ‘The trust-commitment challenge in the servicequality-loyalty relationship’, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 28, No. 3, pp.253–266.
- Napitupulu, D., Rahim, R., Abdullah, D., Setiawan, M. I., Abdillah, L. A., Ahmar, A. S., Simarmata, J., Hidayat, R., Nurdiyanto, H., & Pranolo, A. (2018). *Analysis of Student Satisfaction Toward Quality of Service Facility*. *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/954/1/012019>
- Ndayisenga, J., & Tomoliyus. (2019). Effect of service quality and rates on satisfaction and loyalty of customer behavior at fitness. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 7(2), 25–32. <https://doi.org/10.13189/saj.2019.070202>
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers’ retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8, 227-236.
- Nusair, K., Yoon, H.J., Naipaul, S., & Parsa, H. G. (2010). Effect of price discount frames and levels on customers perceptions in low-end service industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (6), 814- 835. <http://dx.doi.org/10.1108/09596111011063106>.
- Olorunniwo, F., Hsu, M. K., & Udo, G. J. (2006). Service quality, customer satisfaction and behavioural intentions in the service factory. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 59-72. <http://dx.doi.org/10.1108/08876040610646581>.

- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). *The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector*. Sustainability (Switzerland). <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Pradeep, Suja., Vanaja, V., & Rajasenan, D. (2020) The effect of service quality on customer satisfaction in dojo. *Journal Management Science Letters* Volume 10 Issue 9 pp. 2011-2020. DOI: 10.5267/j.msl.2020.2.011.
- Putra, A. K., & Frianto, A. (2018). *Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Kepuasan Kerja*. BISMA (Bisnis Dan Manajemen). <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n1.p59-66>
- Putra, Gilang., A., dan Achmad, E. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di jaguar fitnes sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 2:381–94.
- Priyono, Bambang. (2012). Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga. *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia* Volume 2 Halaman 115.
- Rashid, A., & Rokade, V. (2019). Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty. *UKH Journal of Social Sciences*, 3(1), 50–61. <https://doi.org/10.25079/ukhjss.v3n1y2019.pp50-61>
- Riyadi, S. (2011). Pengaruh Kompensasi Finansial, Gaya Kepemimpinan, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.40-45>
- Sarafino, E. P. (2006). *Health Psychology : Biopsychosocial Interactions*. Fifth Edition. USA: John Wiley & Sons
- Schweidel, D.A., Fader, P.S., Bradlow, E.T., 2008. Understanding service retention within and across cohorts using limited information. *J. Mark.* 72 (1), 82–94.
- Seth, N., & Deshmukh, S. G. (2005). Service quality models: a review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913-949. <http://dx.doi.org/10.1108/02656710510625211>.
- Sell, L., & Cleal, B. (2011). Job Satisfaction, Work Environment, and Rewards: Motivational Theory Revisited. *Labour*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9914.2010.00496.x>


- Shilbury, et al, 2014. *Strategi Sport Marketing*. Routledge is an Imprint of the Taylor & Francis Group an Informa Business. 14-15.
- Soteriou, A. C., & Stavrinides, Y. (2000). An internal customer service quality data envelope analysis model for bank branches. *International Journal of Bank Marketing*, 18(5), 246-252. <http://dx.doi.org/10.1108/02652320010356799>.
- Soman, D & Gourville, J.T., 2001. Transaction decoupling: how price bundling affects the decision to consume. *J. Mark. Res.* 38 (1), 30–44. Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Cetakan ke-18. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir-butir untuk Instrumen Angket, Tes & Skala Nilai dengan Basica*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI
- Thein, Kyaw. (2019). *Fators Influencing Customer Satisfaction and Loyalty of Ygn Dojo*. Yangon University of Economis Department of Management Studies MBA Programme.
- Yusof, A., Popa, A., & Geok, S. K. (2018). Relationship between Perceptions of Fitness Facility Service Quality and Future Intentions of Dojo Users in Thailand. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i7/4424> Yıldız, K., Polat, E., & Güzel, P. (2018). *A Study Investigating the Perceived Service Quality Levels of Sport Center Members: A Kano Model Perspective*. *Journal of Education and Training Studies*. <https://doi.org/10.11114/jets.v6i4.3045>

- Yildiz, S., M., & Ali, K. (2012). Are-examination and extension of measuring perceived service quality in Physical Activity and Sports Centres (PSC): QSport-14 scale. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 13 Iss 3 pp. 26 – 45. <http://dx.doi.org/10.1108/IJSMS-13-03-2012- B004>.
- Yeung, M. C. H., Ging, L., & Ennew, C. T. (2002). Customer satisfaction and profitability: A reappraisal of the nature of the relationship. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11(1), 24-33. <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740064>.
- Zulian Yamit. (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (edisi pertama). Yogyakarta: Ekonisia.

# LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian Dojo di Yogyakarta

SURAT IZIN PENELITIAN https://admin.eservice.uny.ac.id/surat-izin/cetak-penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN**  
Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

---


Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022 13 Januari 2022  
Lamp. : 1 Bendel Proposal  
Hal : Izin Penelitian

**Yth. Dojo Banguntapan 91**  
**di-Yogyakarta**

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.  
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,  
**Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.**  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :  
1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;  
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

1 dari 1 13/01/2022 13.50



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth. **Hoshi Dojo**  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Keperawatan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGIUNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAANAlamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : **Izin Penelitian**Yth. **Dojo Imogiri**  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepeleatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGIUNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAANAlamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth. Dojo Inkanas Kulon Progo  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGIUNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAANAlamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth. Dojo Lemkari  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGIUNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAANAlamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth. Dojo MTS Lab. UIN  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : **Izin Penelitian**

Yth. Dojo **SD Percobaan 4 Wates**  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepeleatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGIUNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAANAlamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth. Dojo Prambanan  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGIUNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAANAlamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth. Dojo **SDIT Salsabila 4 Jetis**  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGIUNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAANAlamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 783/UN34.16/PT.01.04/2022

13 Januari 2022

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : **Izin Penelitian**Yth. Dojo **SD N Srikayangan**  
di-Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 1 - 19 Juli 2021

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Lampiran 2. Surat Ijin Validasi Ahli



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN**

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 137/UN34.16/LT/2021

Lamp. : 1 Bendel Proposal

21 Juni 2021

Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

Yth. **Drs. Agung Nugroho Am., M.Si**  
di Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Uji Instrumen : 21 - 30 Juni 2021

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.  
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

**Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.**  
NIP. 19820815 200501 1 002

Tembusan :  
1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;  
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 137/UN34.16/LT/2021  
Lamp. : 1 Bendel Proposal  
Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

21 Juni 2021

Yth. **Danardono, M.Or**  
di Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Keperawatan Olahraga - S2  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Uji Instrumen : 21 - 30 Juni 2021

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.  
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP. 19820815 200501 1 002

Tembusan :  
1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;  
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 137/UN34.16/LT/2021

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

21 Juni 2021

Yth. **Duwi Kurnianto Pambudi, M.Or**  
di Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Tbu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Keperawatan Olahraga - S2  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Uji Instrumen : 21 - 30 Juni 2021

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.  
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP. 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 137/UN34.16/LT/2021

Lamp. : 1 Bendel Proposal

21 Juni 2021

Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

Yth. **Risti Nurfadhila, M.Or**  
di Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Uji Instrumen : 21 - 30 Juni 2021

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.  
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP. 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN**

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 137/UN34.16/LT/2021  
Lamp. : 1 Bendel Proposal  
Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

21 Juni 2021

Yth. **Zulkifli Syauqi Thontowi, M.Pd**  
di Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Keperawatan Olahraga - S2  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Uji Instrumen : 21 - 30 Juni 2021

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.  
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP. 19820815 200501 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 137/UN34.16/LT/2021  
Lamp. : 1 Bendel Proposal  
Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

21 Juni 2021

Yth. **Ilham Murdianto, S.T**  
di Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Keperawatan Olahraga - S2  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Uji Instrumen : 21 - 30 Juni 2021

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.  
Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Tembusan :  
1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;  
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP. 19820815 200501 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092  
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : 137/UN34.16/LT/2021

Lamp. : 1 Bendel Proposal

21 Juni 2021

Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

Yth. **E. Chandra Harjanto**  
di Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nevita Ariani  
NIM : 20732251004  
Program Studi : Pendidikan Keperawatan Olahraga - S2  
Judul Tugas Akhir : Impresi Kualitas Layanan, Harga, dan Dukungan Keluarga Terhadap Loyalitas Atlet Karate di Dojo Yogyakarta  
Waktu Uji Instrumen : 21 - 30 Juni 2021

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.  
NIP. 19820815 200501 1 002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

### Lampiran 3. Hasil Penilaian Validasi Ahli

#### 1. Agung Nugroho, M.Si

#### INSTRUMEN PENILAIAN IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP LOYALITAS ALAT KARATE DI DOJO YOGYAKARTA

##### A. Pengantar

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-dojokarate yang ada di D.I Yogyakarta dan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojokarate di Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini saya mohon Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian/evaluasi terhadap instrumen angket yang telah saya buat. Data-data hasil penilaian ataupun evaluasi Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan sebagai bahan untuk nantinya instrumen akan di sebar ke pada sampel. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian dan evaluasi terhadap modul ini saya ucapkan terima kasih.

##### B. Identitas

Nama : Agung Nugroho, M.Si,  
Pendidikan : Kepejabatian Olahraga  
Pangkat : Pembina Utama Muda  
Golongan : IVe

##### C. Petunjuk Pengisian

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban dengan menggunakan tanda cek ( ✓ ) pada setiap kolom penilaian yang tersedia sesuai pendapat anda.

Keterangan :

5. = Sangat bagus / Sangat sesuai
4. = Bagus / Sesuai
3. = Cukup
2. = Kurang bagus / Kurang sesuai
1. = Tidak bagus / Tidak sesuai

3. Tulislah komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda. Apabila tidak mencukupi, mohon ditulis pada lembar sebaliknya.

**D. Lembar Penilaian/Evaluasi**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>KUALITAS LAYANAN</b>					
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas dojo yang mendukung proses latihan (Tangible)					✓
2	Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan (Reliability)					✓
3	Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo (Responsiveness)					✓
4	Keamanan dan keselamatan di dojo (Assurance)					✓
5	Kesopanan dan keramahan di dojo (Empaty)				✓	
<b>B</b>	<b>HARGA</b>					
1	Harga sesuai untuk para atlet dengan pelayanan yang ada				✓	
2	Daftar harga jelas untuk atlet umum atau privat					✓
3	Potongan harga bagi atlet lama dan untuk atlet baru				✓	
4	Adanya masukan mengenai harga yang ada pada dojo				✓	
<b>C</b>	<b>DUKUNGAN KELUARAGA</b>					
1	Memberikan perhatian, kasih sayang dan menjadi pendengar yang baik untuk atlet					✓
2	Penilaian positif dan pemberian pujian dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
3	Tambahan finansial untuk kemajuan dojo dan atlet dari keluarga				✓	
4	Pemberian nasihat dan motivasi serta informasi dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
<b>D</b>	<b>LOYALITAS</b>					
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari dojo ke atlet					✓
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan dojo					✓
3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dojo dari					✓

	mulut ke mulut							
4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan dojo						✓	
5	Atlet tidak pindah latihan ke dojo lain							✓

**E. Komentar/Saran perbaikan lain**

Sebaiknya masing-masing talud terdapat pertampakan yg lebih, unt memunculkan adanya bunar tes yang gugur pada uji validitas & reliabilitas

**F. Kesimpulan**

Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa instrument ini

- a. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
- b. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
- c. Belum layak untuk diuji cobakan

Yogyakarta, 22 Juni 2021  
Ahli

Agung Nugroho, M.S.  
NIP. 196105081980111001

## 2. Danardono, M.Or

### INSTRUMEN PENILAIAN IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP LOYALITAS ALTET KARATE DI DOJO YOGYAKARTA

#### A. Pengantar

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-doyo karate yang ada di D.I Yogyakarta dan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojo karate di Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini saya mohon Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian/evaluasi terhadap instrumen angket yang telah saya buat. Data-data hasil penilaian ataupun evaluasi Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan sebagai bahan untuk nantinya instrumen akan di sebar ke pada sampel. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian dan evaluasi terhadap modul ini saya ucapkan terima kasih.

#### B. Identitas

Nama : Danardono  
Pendidikan : S.2 Kepeleatihan Olahraga  
Pangkat : Perata tk.1  
Golongan : III/d

#### C. Petunjuk Pengisian

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban dengan menggunakan tanda cek ( ✓ ) pada setiap kolom penilaian yang tersedia sesuai pendapat anda.

Keterangan :

5. = Sangat bagus / Sangat sesuai
4. = Bagus / Sesuai
3. = Cukup
2. = Kurang bagus / Kurang sesuai
1. = Tidak bagus / Tidak sesuai

3. Tulislah komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda. Apabila tidak mencukupi, mohon ditulis pada lembar sebaliknya.

**D. Lembar Penilaian/Evaluasi**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>KUALITAS LAYANAN</b>				✓	
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas dojo yang mendukung proses latihan (Tangible)				✓	
2	Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan (Reliability)			✓		
3	Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo (Responsiveness)				✓	
4	Keamanan dan keselamatan di dojo (Assurance)			✓		
5	Kesopanan dan keramahan di dojo (Empaty)				✓	
<b>B</b>	<b>HARGA</b>					
1	Harga sesuai untuk para atlet dengan pelayanan yang ada			✓		
2	Daftar harga jelas untuk atlet umum atau privat				✓	
3	Potongan harga bagi atlet lama dan untuk atlet baru				✓	
4	Adanya masukan mengenai harga yang ada pada dojo			✓		
<b>C</b>	<b>DUKUNGAN KELUARAGA</b>					
1	Memberikan perhatian, kasih sayang dan menjadi pendengar yang baik untuk atlet				✓	
2	Penilaian positif dan pemberian pujian dari keluarga untuk atlet dan pelatih				✓	
3	Tambahan finansial untuk kemajuan dojo dan atlet dari keluarga				✓	
4	Pemberian nasihat dan motivasi serta informasi dari keluarga untuk atlet dan pelatih				✓	
<b>D</b>	<b>LOYALITAS</b>					
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari dojo ke atlet			✓		
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan dojo			✓		
3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dojo dari					

	mulut ke mulut				✓	
4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan dojo			✓		
5	Atlet tidak pindah latihan ke dojo lain			✓		

**E. Komentar/Saran perbaikan lain**

---



---



---



---



---

**F. Kesimpulan**

Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa instrument ini

- a. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
- b. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
- c. Belum layak untuk diuji cobakan

Yogyakarta,  
Ahli



Daunlano

NIP. 1578005200421002

3. Duwi Kurnianto Pambudi, M.Or

**INSTRUMEN PENILAIAN  
IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP  
LOYALITAS ALTET KARATE DI DOJO YOGYAKARTA**

**A. Pengantar**

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-doyo karate yang ada di D.I Yogyakarta dan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojo karate di Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini saya mohon Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian/evaluasi terhadap instrumen angket yang telah saya buat. Data-data hasil penilaian ataupun evaluasi Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan sebagai bahan untuk nantinya instrument akan di sebar ke pada sampel. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian dan evaluasi terhadap modul ini saya ucapkan terima kasih.

**B. Identitas**

Nama :

Pendidikan :

Pangkat :

Golongan :

Duwi Kurnianto P. M.Or.  
S2.  
Asisten Ahli  
III<sub>b</sub>

**C. Petunjuk Pengisian**

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban dengan menggunakan tanda cek ( ✓ ) pada setiap kolom penilaian yang tersedia sesuai pendapat anda.

Keterangan :

5. = Sangat bagus / Sangat sesuai
4. = Bagus / Sesuai
3. = Cukup
2. = Kurang bagus / Kurang sesuai
1. = Tidak bagus / Tidak sesuai

3. Tulislah komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda. Apabila tidak mencukupi, mohon ditulis pada lembar sebaliknya.

**D. Lembar Penilaian/Evaluasi**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>KUALITAS LAYANAN</b>					
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas dojo yang mendukung proses latihan (Tangible)			✓		
2	Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan (Reliability)				✓	
3	Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo (Responsiveness)					✓
4	Keamanan dan keselamatan di dojo (Assurance)				✓	✓
5	Kesopanan dan keramahan di dojo (Empaty)					✓
<b>B</b>	<b>HARGA</b>					
1	Harga sesuai untuk para atlet dengan pelayanan yang ada					✓
2	Daftar harga jelas untuk atlet umum atau privat					✓
3	Potongan harga bagi atlet lama dan untuk atlet baru					✓
4	Adanya masukan mengenai harga yang ada pada dojo					✓
<b>C</b>	<b>DUKUNGAN KELUARGA</b>					
1	Memberikan perhatian, kasih sayang dan menjadi pendengar yang baik untuk atlet					✓
2	Penilaian positif dan pemberian pujian dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
3	Tambahan finansial untuk kemajuan dojo dan atlet dari keluarga				✓	
4	Pemberian nasihat dan motivasi serta informasi dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
<b>D</b>	<b>LOYALITAS</b>					
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari dojo ke atlet					✓
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan dojo					✓
3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dojo dari mulut ke mulut					✓

4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan dojo							
5	Atlet tidak pindah latihan ke dojo lain						←	✓

**E. Komentar/Saran perbaikan lain**

+ Buat kalimat yang mudah dipahami oleh sampel.

→

**F. Kesimpulan**

Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa instrument ini

- a. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
- b. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
- c. Belum layak untuk diuji cobakan

Yogyakarta,  
Ahli



Dani Kurnanto P.M.Or  
NIP. 11709910721646

#### 4. Risti Nurfadhila, M.Or

### **INSTRUMEN PENILAIAN IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP LOYALITAS ALTET KARATE DI DOJO YOGYAKARTA**

#### **A. Pengantar**

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-djo karate yang ada di D.I Yogyakarta dan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojo karate di Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini saya mohon Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian/evaluasi terhadap instumen angket yang telah saya buat. Data-data hasil penilaian ataupun evaluasi Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan sebagai bahan untuk nantinya instrument akan di sebar ke pada sampel. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian dan evaluasi terhadap modul ini saya ucapkan terima kasih.

#### **B. Identitas**

Nama : Risti Nurfadhila  
Pendidikan : S2 Ilmu Keolahragaan  
Pangkat : Asisten Ahli  
Golongan : -

#### **C. Petunjuk Pengisian**

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban dengan menggunakan tanda cek ( ✓ ) pada setiap kolom penilaian yang tersedia sesuai pendapat anda.

Keterangan :

5. = Sangat bagus / Sangat sesuai
4. = Bagus / Sesuai
3. = Cukup
2. = Kurang bagus / Kurang sesuai
1. = Tidak bagus / Tidak sesuai

3. Tulislah komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda. Apabila tidak mencukupi, mohon ditulis pada lembar sebaliknya.

**D. Lembar Penilaian/Evaluasi**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>KUALITAS LAYANAN</b>					
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas dojo yang mendukung proses latihan (Tangible)					✓
2	Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan (Reliability)					✓
3	Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo (Responsiveness)					✓
4	Keamanan dan keselamatan di dojo (Assurance)					✓
5	Kesopanan dan keramahan di dojo (Empaty)					✓
<b>B</b>	<b>HARGA</b>					
1	Harga sesuai untuk para atlet dengan pelayanan yang ada					✓
2	Daftar harga jelas untuk atlet umum atau privat					✓
3	Potongan harga bagi atlet lama dan untuk atlet baru			✓		
4	Adanya masukan mengenai harga yang ada pada dojo				✓	
<b>C</b>	<b>DUKUNGAN KELUARAGA</b>					
1	Memberikan perhatian, kasih sayang dan menjadi pendengar yang baik untuk atlet					✓
2	Penilaian positif dan pemberian pujian dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
3	Tambahan finansial untuk kemajuan dojo dan atlet dari keluarga					✓
4	Pemberian nasihat dan motivasi serta informasi dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
<b>D</b>	<b>LOYALITAS</b>					
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari dojo ke atlet					✓
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan dojo					✓

3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dojo dari mulut ke mulut					✓
4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan dojo					✓
5	Atlet tidak pindah latihan ke dojo lain					✓

**E. Komentar/Saran perbaikan lain**

Pada Indikator Kualitas layanan bisa ditambahkan pernyataan mengenai kejelasan program Latihan yang diberikan kepada atlet

---



---



---



---



---

**F. Kesimpulan**

Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa instrument ini

- a. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
- b. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
- c. Belum layak untuk diuji cobakan

Yogyakarta,  
Ahli



Risti Nurfadhila  
NIP. 11709900826645

## 5. Zulkifli Syauqi Thontowi, M.Pd

### INSTRUMEN PENILAIAN IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP LOYALITAS ALTET KARATE DI DOJO YOGYAKARTA

#### A. Pengantar

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-djo karate yang ada di D.I Yogyakarta dan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojo karate di Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini saya mohon Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian/evaluasi terhadap instrumen angket yang telah saya buat. Data-data hasil penilaian ataupun evaluasi Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan sebagai bahan untuk nantinya instrument akan di sebar ke pada sampel. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian dan evaluasi terhadap modul ini saya ucapkan terima kasih.

#### B. Identitas

Nama : Zulkifli Syauqi Thontowi, M.Pd  
Pendidikan : S2  
Pangkat :  
Golongan :

#### C. Petunjuk Pengisian

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban dengan menggunakan tanda cek ( ✓ ) pada setiap kolom penilaian yang tersedia sesuai pendapat anda.

Keterangan :

5. = Sangat bagus / Sangat sesuai
4. = Bagus / Sesuai
3. = Cukup
2. = Kurang bagus / Kurang sesuai
1. = Tidak bagus / Tidak sesuai

3. Tulislah komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda. Apabila tidak mencukupi, mohon ditulis pada lembar sebaliknya.

**D. Lembar Penilaian/Evaluasi**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>KUALITAS LAYANAN</b>					
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas dojo yang mendukung proses latihan (Tangible)				✓	
2	Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan (Reliability)				✓	
3	Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo (Responsiveness)				✓	
4	Keamanan dan keselamatan di dojo (Assurance)				✓	
5	Kesopanan dan keramahan di dojo (Empaty)				✓	
<b>B</b>	<b>HARGA</b>					
1	Harga sesuai untuk para atlet dengan pelayanan yang ada				✓	
2	Daftar harga jelas untuk atlet umum atau privat				✓	
3	Potongan harga bagi atlet lama dan untuk atlet baru				✓	
4	Adanya masukan mengenai harga yang ada pada dojo				✓	
<b>C</b>	<b>DUKUNGAN KELUARAGA</b>					
1	Memberikan perhatian, kasih sayang dan menjadi pendengar yang baik untuk atlet				✓	
2	Penilaian positif dan pemberian pujian dari keluarga untuk atlet dan pelatih				✓	
3	Tambahan finansial untuk kemajuan dojo dan atlet dari keluarga				✓	
4	Pemberian nasihat dan motivasi serta informasi dari keluarga untuk atlet dan pelatih				✓	
<b>D</b>	<b>LOYALITAS</b>					
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari dojo ke atlet				✓	
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan dojo				✓	
3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dojo dari				✓	

	mulut ke mulut					
4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan dojo				✓	
5	Atlet tidak pindah latihan ke dojo lain				✓	

**E. Komentar/Saran perbaikan lain**

\_\_\_ layak digunakan, tetapi perlu sedikit diperluas tentang sistem manajemen informasi, seperti informasi kurikulum pelatihan apakah ada dan tersampaikan ke publik, atlet dan keluarga

atlit \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**F. Kesimpulan**

Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa instrument ini

- ✓ a. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
- b. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
- c. Belum layak untuk diuji cobakan

Yogyakarta,  
Ahli



Zulkipli Syauqi Thontowi, M.Pd  
NIP.

6. Ilham Murdianto, S.T

**INSTRUMEN PENILAIAN  
IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP  
LOYALITAS ALTET KARATE DI DOJO YOGYAKARTA**

**A. Pengantar**

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-doyo karate yang ada di D.I Yogyakarta dan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojo karate di Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini saya mohon Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian/evaluasi terhadap instrumen angket yang telah saya buat. Data-data hasil penilaian ataupun evaluasi Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan sebagai bahan untuk nantinya instrumen akan di sebar ke pada sampel. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian dan evaluasi terhadap modul ini saya ucapkan terima kasih.

**B. Identitas**

Nama : ILHAM MURDIANTO, ST  
Pendidikan : SARJANA  
Pangkat : KETUA MSH LEMBUARI DIY  
Golongan : DOJO LEMBUARI MUGURI BANTUL

**C. Petunjuk Pengisian**

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban dengan menggunakan tanda cek ( ✓ ) pada setiap kolom penilaian yang tersedia sesuai pendapat anda.

Keterangan :

5. = Sangat bagus / Sangat sesuai
4. = Bagus / Sesuai
3. = Cukup
2. = Kurang bagus / Kurang sesuai
1. = Tidak bagus / Tidak sesuai

3. Tulislah komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda. Apabila tidak mencukupi, mohon ditulis pada lembar sebaliknya.

**D. Lembar Penilaian/Evaluasi**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>KUALITAS LAYANAN</b>					✓
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas dojo yang mendukung proses latihan (Tangible)					✓
2	Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan (Reliability)					✓
3	Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo (Responsiveness)					✓
4	Keamanan dan keselamatan di dojo (Assurance)					✓
5	Kesopanan dan keramahan di dojo (Empaty)				✓	
<b>B</b>	<b>HARGA</b>					
1	Harga sesuai untuk para atlet dengan pelayanan yang ada				✓	
2	Daftar harga jelas untuk atlet umum atau privat					✓
3	Potongan harga bagi atlet lama dan untuk atlet baru				✓	
4	Adanya masukan mengenai harga yang ada pada dojo				✓	
<b>C</b>	<b>DUKUNGAN KELUARAGA</b>					
1	Memberikan perhatian, kasih sayang dan menjadi pendengar yang baik untuk atlet					✓
2	Penilaian positif dan pemberian pujian dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
3	Tambahan finansial untuk kemajuan dojo dan atlet dari keluarga				✓	
4	Pemberian nasihat dan motivasi serta informasi dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
<b>D</b>	<b>LOYALITAS</b>					
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari dojo ke atlet					✓
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan dojo					✓
3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dojo dari					✓

	mulut ke mulut						
4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan dojo						
5	Atlet tidak pindah latihan ke dojo lain				√		√

**E. Komentar/Saran perbaikan lain**

---



---



---



---



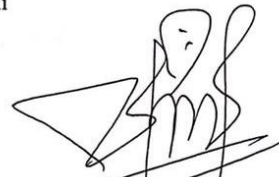
---

**F. Kesimpulan**

Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa instrument ini

- a. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
- b. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
- c. Belum layak untuk diuji cobakan

Yogyakarta, 22 JUNI 2021  
Ahli



ILHAM NURDIATYO, ST  
NIP. KARATE DAN IV

## 7. E. Chandra Harjanto

### INSTRUMEN PENILAIAN IMPRESI KUALITAS LAYANAN, HARGA, DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP LOYALITAS ALTET KARATE DI DOJO YOGYAKARTA

#### A. Pengantar

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis impresi kualitas layanan terhadap loyalitas atlet, untuk menganalisis impresi harga terhadap loyalitas atlet, dan untuk menganalisis impresi dukungan keluarga terhadap terhadap loyalitas atlet. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan dojo-doyo karate yang ada di D.I Yogyakarta dan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan dojo karate di Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini saya mohon Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian/evaluasi terhadap instumen angket yang telah saya buat. Data-data hasil penilaian ataupun evaluasi Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan sebagai bahan untuk nantinya instrument akan di sebar ke pada sampel. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian dan evaluasi terhadap modul ini saya ucapkan terima kasih.

#### B. Identitas

Nama : E. CANDRA HARJANTO  
Pendidikan : S1  
Pangkat :  
Golongan : DOJO KAIZEN YOGYAKARTA.

#### C. Petunjuk Pengisian

1. Isilah terlebih dahulu identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban dengan menggunakan tanda cek ( ✓ ) pada setiap kolom penilaian yang tersedia sesuai pendapat anda.

Keterangan :

5. = Sangat bagus / Sangat sesuai
4. = Bagus / Sesuai
3. = Cukup
2. = Kurang bagus / Kurang sesuai
1. = Tidak bagus / Tidak sesuai

3. Tulislah komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda. Apabila tidak mencukupi, mohon ditulis pada lembar sebaliknya.

**D. Lembar Penilaian/Evaluasi**

No	Indikator	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>KUALITAS LAYANAN</b>					
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas dojo yang mendukung proses latihan (Tangible)				✓	
2	Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan (Reliability)					✓
3	Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo (Responsiveness)				✓	
4	Keamanan dan keselamatan di dojo (Assurance)				✓	
5	Kesopanan dan keramahan di dojo (Empaty)				✓	
<b>B</b>	<b>HARGA</b>					
1	Harga sesuai untuk para atlet dengan pelayanan yang ada				✓	
2	Daftar harga jelas untuk atlet umum atau privat					✓
3	Potongan harga bagi atlet lama dan untuk atlet baru				✓	
4	Adanya masukan mengenai harga yang ada pada dojo				✓	
<b>C</b>	<b>DUKUNGAN KELUARAGA</b>					
1	Memberikan perhatian, kasih sayang dan menjadi pendengar yang baik untuk atlet					✓
2	Penilaian positif dan pemberian pujian dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
3	Tambahan finansial untuk kemajuan dojo dan atlet dari keluarga					✓
4	Pemberian nasihat dan motivasi serta informasi dari keluarga untuk atlet dan pelatih					✓
<b>D</b>	<b>LOYALITAS</b>					
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari dojo ke atlet				✓	
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan dojo				✓	
3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi dojo dari mulut ke mulut				✓	

4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan dojo				✓	
5	Atlet tidak pindah latihan ke dojo lain				✓	

**E. Komentar/Saran perbaikan lain**

---



---



---



---




---

**F. Kesimpulan**

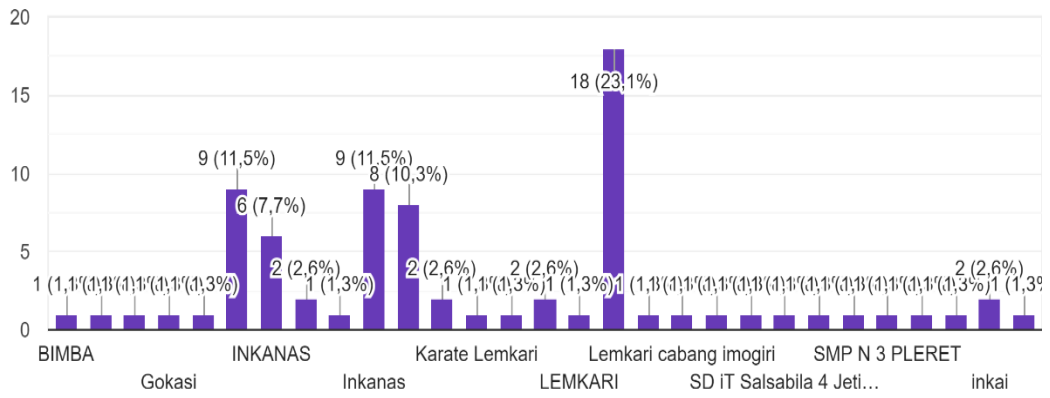
Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa instrument ini

- ✓ a. Layak untuk diuji cobakan tanpa revisi
- b. Layak untuk diuji cobakan dengan revisi sesuai saran
- c. Belum layak untuk diuji cobakan

Yogyakarta, 23 JUNI 2021  
Ahli

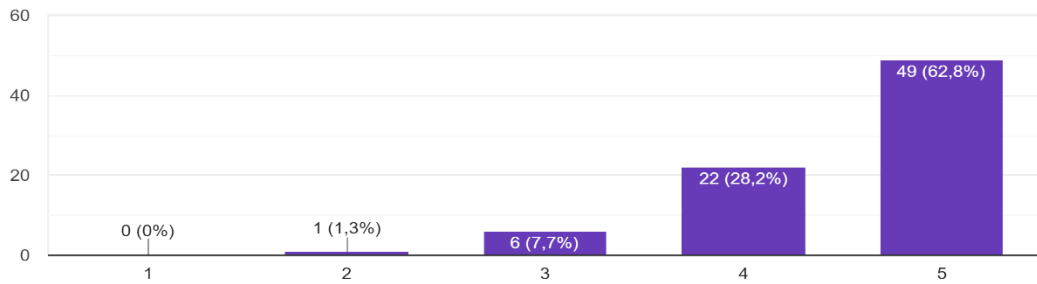
  
E. CANDRA H.  
NIP.

#### Lampiran 4. Hasil Penilaian Kuesioner Uji Coba



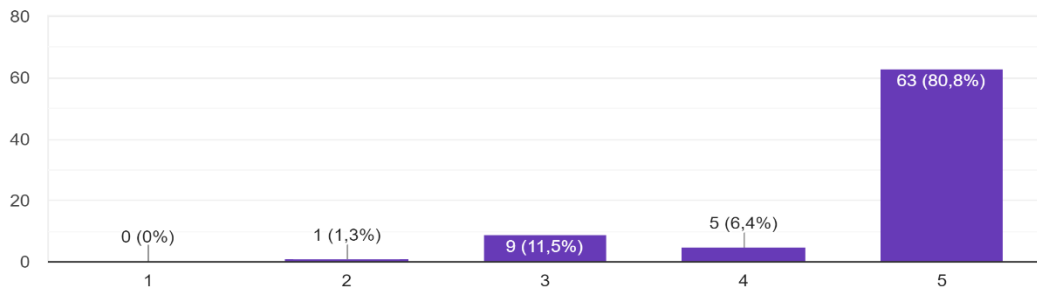
1. Pelatih selalu memulai dan mengakhir kegiatan latihan tepat waktu ?

78 jawaban



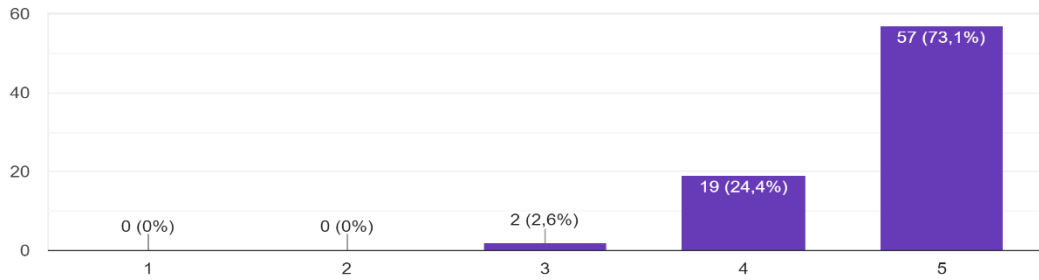
2. Pelatih selalu menggunakan seragam (karate-gi) saat kegiatan latihan berlangsung ?

78 jawaban



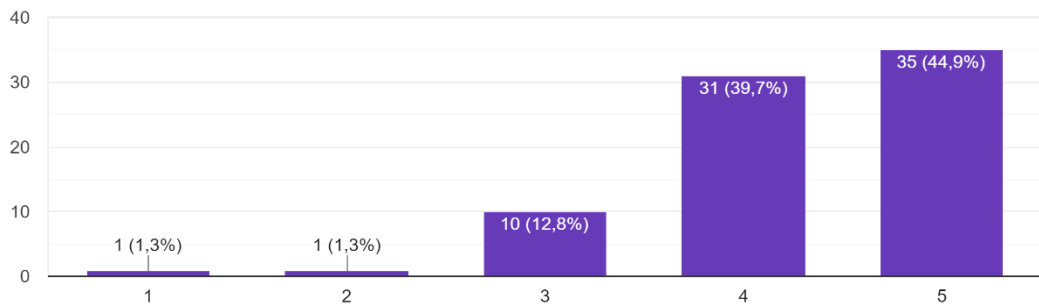
3. Kemampuan pelatih di dojo dalam memberikan materi latihan ?

78 jawaban



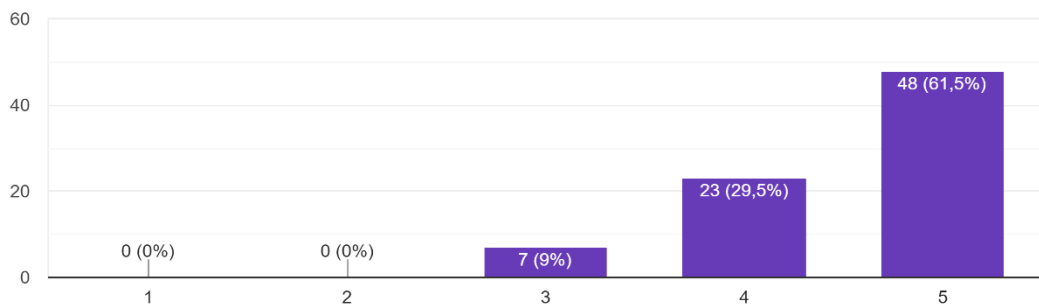
4. Sebelum dan sesudah kegiatan latihan berlangsung, dojo dibersihkan ?

78 jawaban



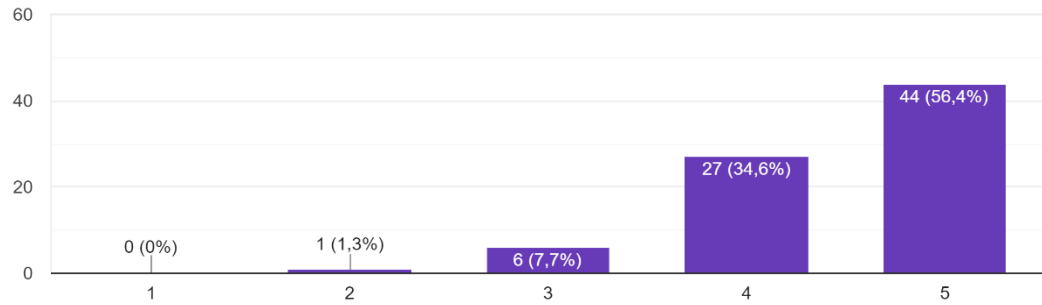
5. Kesigapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik dojo untuk seluruh kegiatan yang ada di dojo ?

78 jawaban



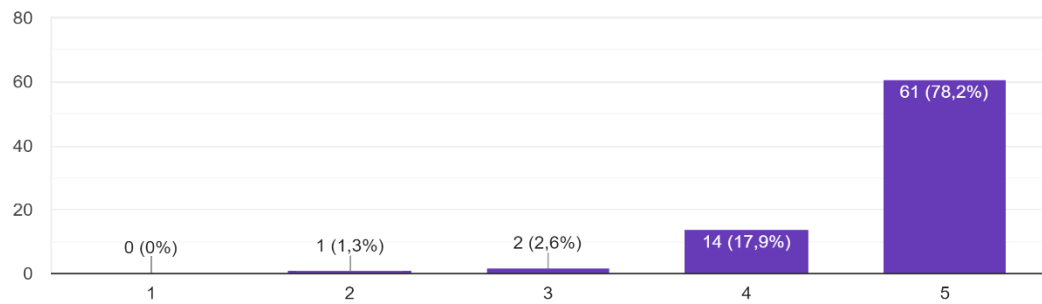
6. Keamanan dan keselamatan yang dimiliki dojo, baik sarana prasarana dan materi latihan ?

78 jawaban



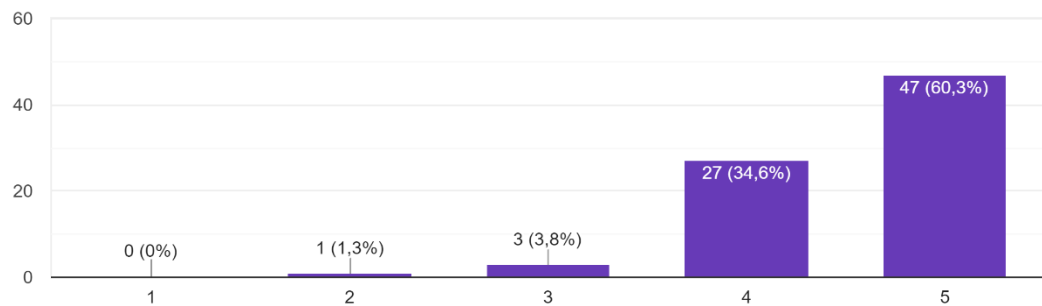
7. Kesopanan dan keramahan yang ada di dojo, baik pelatih, atlet maupun orang tua ?

78 jawaban



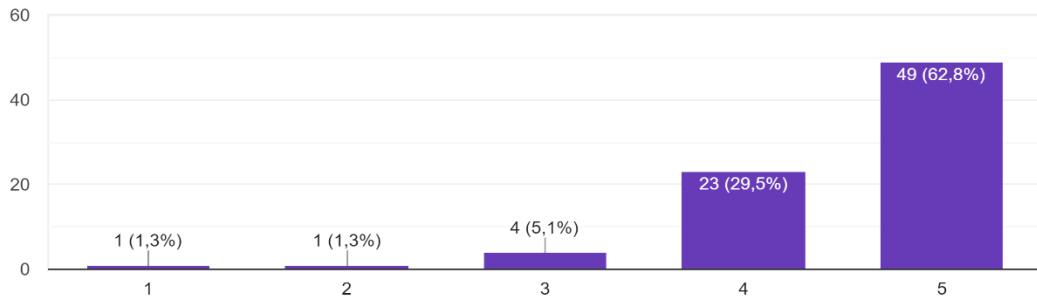
8. Harga (SPP) untuk para atlet sesuai dengan fasilitas pelayanan yang ada di dojo?

78 jawaban



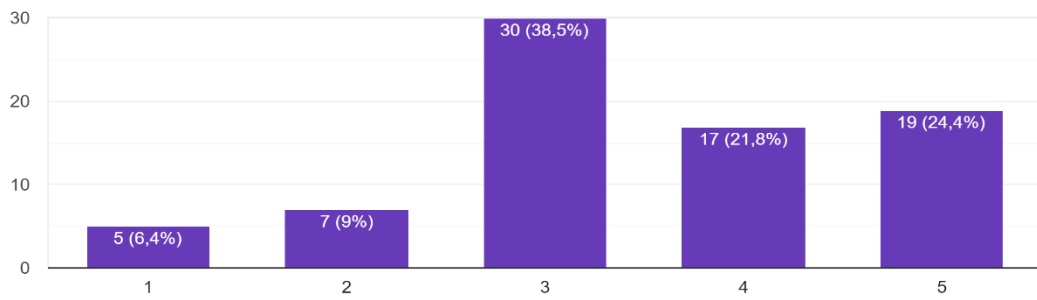
9. Daftar harga (SPP) yang diberikan jelas, bagi atlet yang mengikuti kelas umum ataupun kelas privat ?

78 jawaban



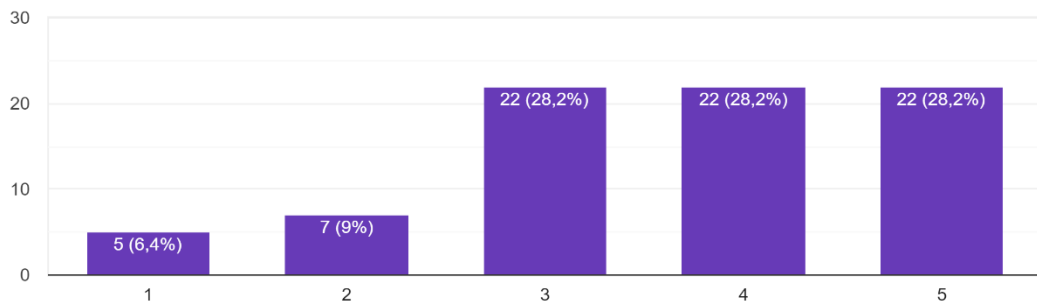
10. Adanya diskon atau potongan harga (SPP) bagi atlet lama ataupun atlet baru ?

78 jawaban



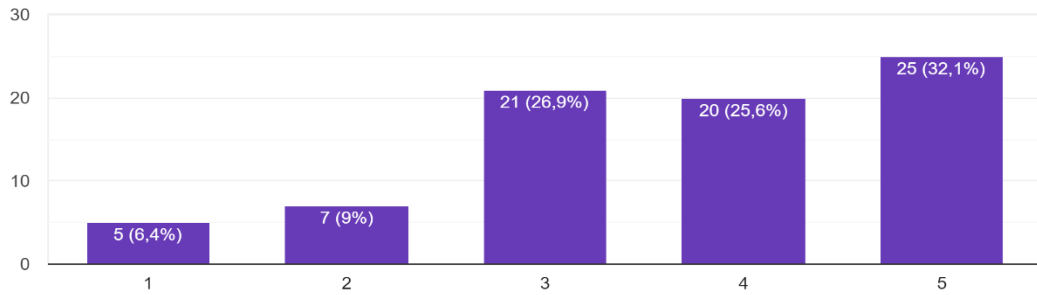
11. Pemberian penghargaan berupa harga (SPP) bagi atlet yang memiliki prestasi ?

78 jawaban



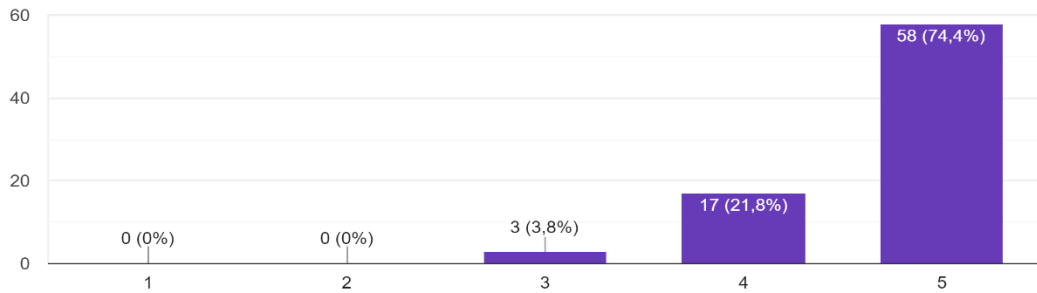
12. Menerima masukan mengenai harga (SPP) yang ada pada dojo dari pihak lain ?

78 jawaban



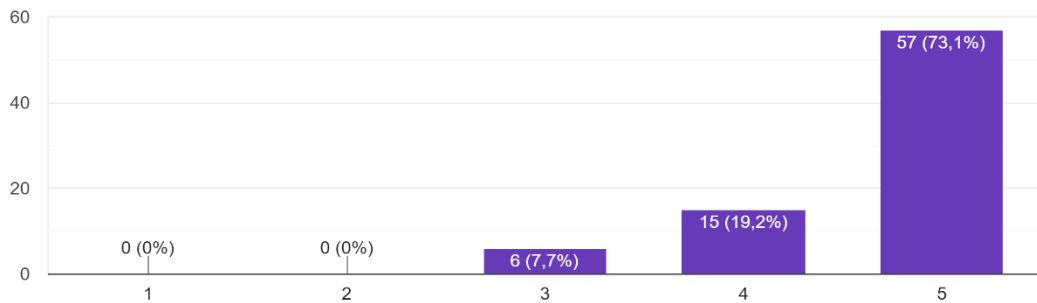
13. Orang tua memberikan perhatian dan kasih sayang yang baik untuk atlet selama kegiatan berlatih didojo ?

78 jawaban



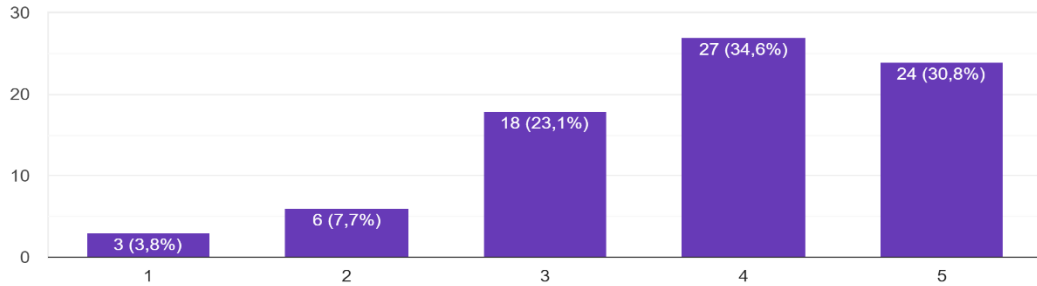
14. Orang tua memberikan penilaian positif dan pujian dari setiap peningkatan kemampuan yang dialami baik untuk atlet maupun pelatih ?

78 jawaban



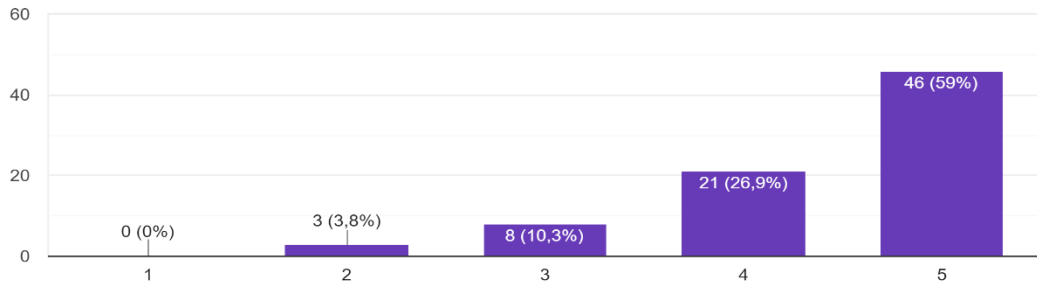
15. Pemberian dana tambahan dari orang tua untuk melengkapi fasilitas dan atau meningkatkan kenyamanan atlet dan pelatih selama kegiatan latihan di dojo ?

78 jawaban



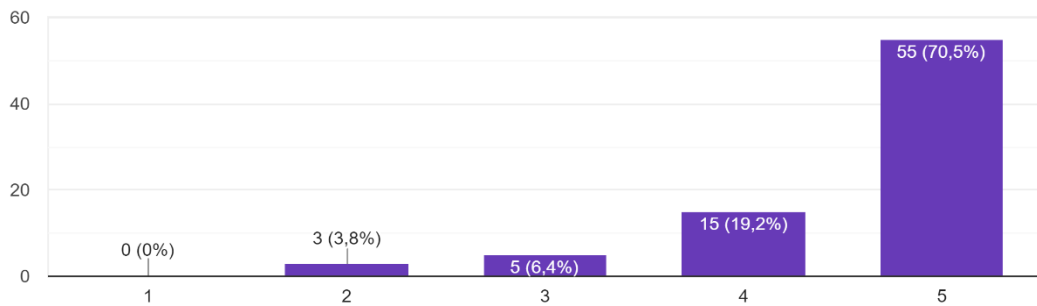
16. Orang tua memberikan nasihat, motivasi, dan informasi yang dibutuhkan atlet dan pelatih dalam peningkatan prestasi?

78 jawaban



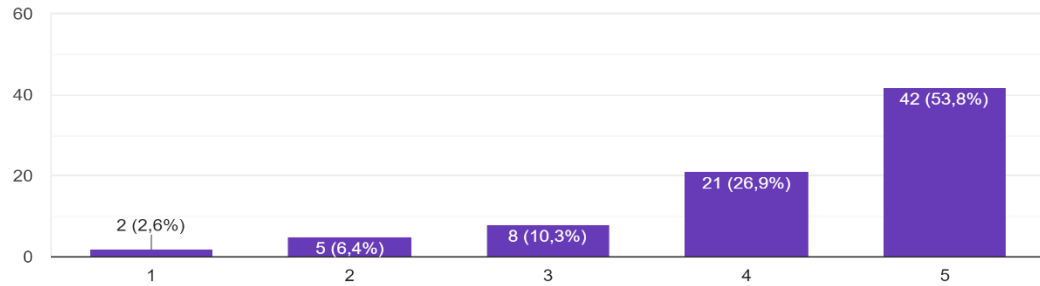
17. Orang tua menjadi pendengar yang baik untuk atlet selama kegiatan berlatih di dojo ?

78 jawaban



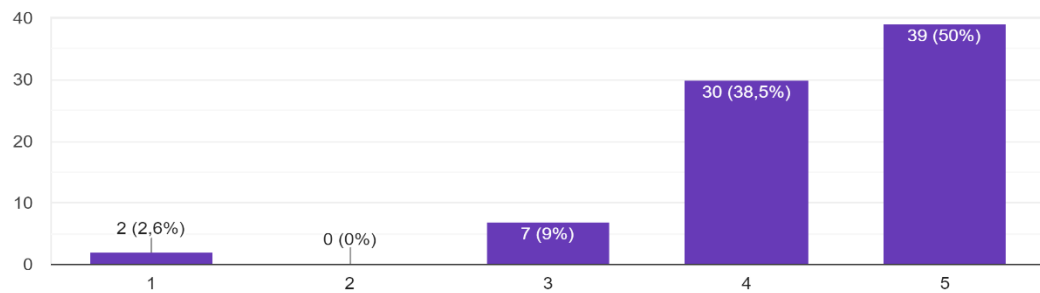
18. Komunikasi dan pemberian penghargaan yang baik dari dojo ke atlet atau pelatih yang berprestasi ?

78 jawaban



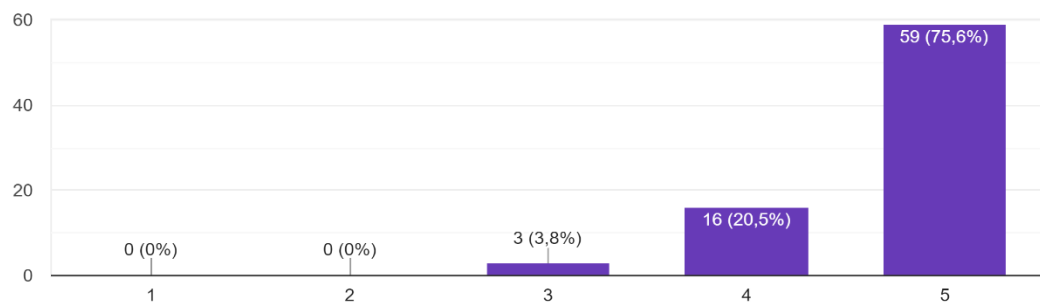
19. Kesadaran membayar (SPP) dan memanfaatkan fasilitas layanan yang ada di dojo ?

78 jawaban



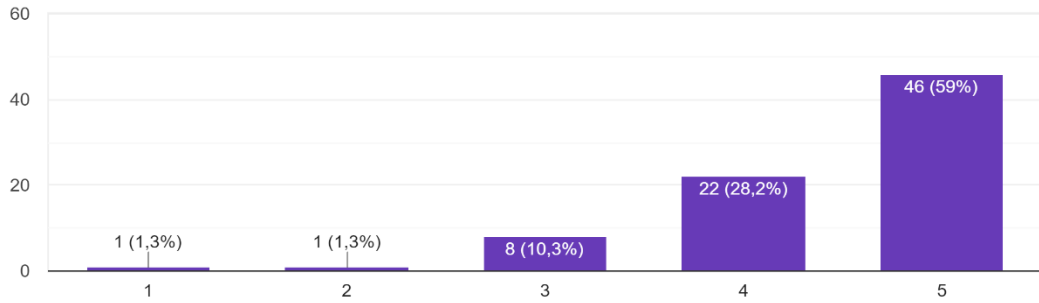
20. Kepercayaan atlet dengan dojo ?

78 jawaban



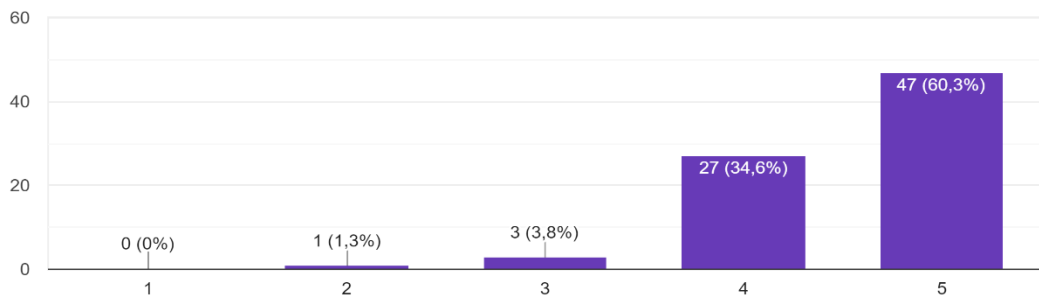
21. Memberikan rekomendasi ke orang lain mengenai dojo ?

78 jawaban



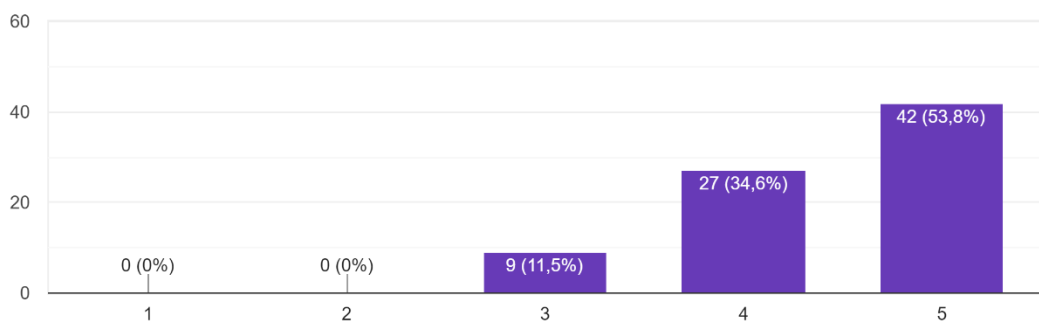
22. Prioritas akan prestasi atlet dari dojo ?

78 jawaban



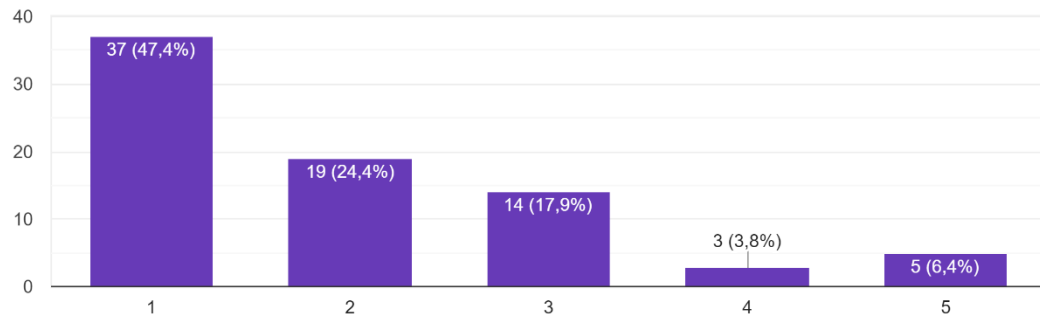
23. Kekuatan kualitas layanan yang dimiliki dojo ?

78 jawaban



24. Atlet memiliki rasa untuk pindah latihan ke dojo lain ?

78 jawaban



25. Adanya diskusi mengenai keinginan dan harapan atlet terhadap prestasi dan perkembangan dojo ?

78 jawaban

