

TESIS

**ANALISIS EFEK KUALITAS LAYANAN DAN LINGKUNGAN LATIHAN
TERHADAP LOYALITAS PESERTA SEKOLAH SEPAK BOLA DIY
MELALUI MEDIATOR KEPUASAN**



Oleh:

TRI FANDES PURBA

NIM. 22632251007

Tesis ini di tulis untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar
Magister Pendidikan Kepelatihan Olahraga

**PROGRAM MEGISTER PENDIDIKAN KEPELATIHAN OLAAHRAGA
FAKULTAS ILMU KEOLAAHRAGAAN DAN KESEHATAN UNIVERSITAS
NEGERI YOGYAKARTA**

2024

ABSTRAK

Tri Fandes Purba: Analisis Efek Kualitas Layanan Dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Peserta Sekolah Sepak Bola DIY Melalui Mediator Kepuasan. **Tesis. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahrahaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2024**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menguji efek kualitas layanan terhadap kepuasan di sekolah sepak bola DIY, (2) menguji efek lingkungan latihan terhadap kepuasan di sekolah sepak bola DIY, (3) mengetahui efek kualitas layanan terhadap lingkungan latihan di sekolah sepak bola DIY, (4) mengetahui efek kualitas layanan terhadap loyalitas peserta di sekolah sepak bola, (5) mengetahui efek lingkungan latihan terhadap loyalitas peserta di sekolah sepak bola DIY, (6) mengetahui efek kepuasan terhadap loyalitas peserta di sekolah sepak bola DIY, (7) mengetahui efek kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan peserta terhadap loyalitas di sekolah sepak bola DIY

Subjek dalam penelitian ini adalah peserta sekolah sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta berjumlah 251 responden. Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan instrument yang di gunakan berupa skala kuesioner yang terbagi menjadi 4 skala yaitu skala kualitas layanan, skala lingkungan latihan, skala loyalitas, skala kepuasan. Teknik analisis data menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *Analysis Of Moment Structure* (AMOS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY. Kualitas layanan, terbukti secara langsung meningkatkan kepuasan dengan nilai β sebesar 0.410 dan $p < 0.005$. Selain itu, lingkungan latihan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan nilai β sebesar 0.321 dan $p < 0.005$. Kualitas layanan dan lingkungan latihan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kualitas layanan dengan nilai β sebesar 0.410 dan lingkungan latihan dengan nilai β sebesar 0.321 saling mendukung dalam meningkatkan kepuasan dengan $p < 0.005$ untuk keduanya. Selanjutnya, kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta dengan nilai β sebesar 0.443 dan $p < 0.005$. Lingkungan latihan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta secara langsung dengan nilai β sebesar 0.236 dan $p < 0.005$. Kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan nilai β sebesar 0.231 dan $p < 0.005$. Terakhir, kualitas layanan, lingkungan latihan, dan kepuasan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta. Kualitas layanan dengan nilai β sebesar 0.443, lingkungan latihan dengan nilai β sebesar 0.236, dan kepuasan peserta dengan nilai β sebesar 0.231, terbukti meningkatkan loyalitas peserta secara signifikan dengan $p < 0.005$ untuk semuanya. Temuan ini menyoroti pentingnya manajemen Sekolah Sepak Bola DIY dalam meningkatkan kualitas layanan dan lingkungan latihan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas peserta.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Lingkungan Latihan, Loyalitas, Kepuasan, Sekolah Sepak Bola.

ABSTRACT

Tri Fandes Purba: Analysis on the Effect of Service Quality and Training Environment towards the Loyalty of Football School Students in Special Region of Yogyakarta through the Mediator of Satisfaction. Thesis. Yogyakarta: Faculty of Sport and Health Sciences, Universitas Negeri Yogyakarta, 2024.

This research aims to (1) test the effect of service quality towards the satisfaction at the football schools located in Special Region of Yogyakarta, (2) test the effect of training environment towards the satisfaction at the football schools located in Special Region of Yogyakarta, (3) determine the effect of service quality towards training environment at football schools located in Special Region of Yogyakarta, (4) determine the effect of service quality towards the loyalty at soccer schools, (5) determine the effect of training environment on participant loyalty at DIY soccer schools, (6) determine the effect of satisfaction on the loyalty of students at football schools located in Special Region of Yogyakarta, (7) determine the effect of service quality, training environment, participant satisfaction on loyalty at the football schools located in Special Region of Yogyakarta.

The research method used a cross-sectional survey with the research population was participants in the Special Region of Yogyakarta totaling 251 respondents. The type of this research was a quantitative study and the instrument used a questionnaire scale divided into 4 scales: the service quality scale, training environment scale, loyalty scale, and satisfaction scale. The data analysis technique used Structural Equation Model (SEM) analysis using Analysis Of Moment Structure (AMOS).


The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on satisfaction at the football schools located in Special Region of Yogyakarta. Service quality, proven to directly increase satisfaction with a β value of 0.410 and $p < 0.005$. In addition, the training environment also has a positive and significant effect on satisfaction with a β value of 0.321 and $p < 0.005$. Service quality and training environment together have a positive and significant effect on satisfaction. Service quality with a β value of 0.410 and training environment with a β value of 0.321 support each other in increasing satisfaction with $p < 0.005$ for both. Furthermore, service quality also has a positive and significant effect on participant loyalty with a β value of 0.443 and $p < 0.005$. The training environment also shows a positive and significant effect on participant loyalty directly with a β value of 0.236 and $p < 0.005$. Satisfaction has a positive and significant effect on loyalty with a β value of 0.231 and $p < 0.005$. Finally, service quality, training environment, and satisfaction together have a positive and significant effect on participant loyalty. Service quality with a β value of 0.443, training environment with a β value of 0.236, and participant satisfaction with a β value of 0.231, are proven to significantly increase participant loyalty with $p < 0.005$ for all. This finding highlights the importance of football school management in improving service quality and training environment to increase participant satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality, Training Environment, Loyalty, Satisfaction, Football School.

Mengetahui
Wakil Dekan
Bidang Akademik, Memahasiswaan, dan Alumni,

Pratiwi Dharma Rismayanthi, M.Or.
NIP. 19820127 200604 2 001

Yogyakarta, 6 Agustus 2024
Disetujui
Dosen Pembimbing,


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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Mahasiswa : Tri Fandes Purba
2. Nomor Mahasiswa : 22632251007
3. Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga
4. Fakultas : Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Magister di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain kecuali tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta

Yang Membuat Pernyataan



Tri Fandes Purba

NIM 22632251007

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS EFEK KUALITAS LAYANAN DAN LINGKUNGAN
LATIHAN TERHADAP LOYALITAS PESERTA SEKOLAH SEPAK
BOLA DIY MELALUI MEDIATOR KEPUASAN**

TESIS

**TRI FANDES PURBA
22632251007**

Telah disetujui untuk dipertahankan didepan tim penguji Tesis
Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan
Tanggal 11 Juli 2024

Koordinator Program Studi

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Endang Rini Sukamti, M.S
NIP. 196004071986012001



Prof. Dr. Tomolius, M.S
NIP. 195706181982031004

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS EFEK KUALITAS LAYANAN DAN LINGKUNGAN LATIHAN
TERHADAP LOYALITAS PESERTA SEKOLAH SEPAK BOLA DIY MELALUI
MEDIATOR KEPUASAN**

TESIS

**TRI FANDES PURBA
NIM 22632251007**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tesis
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta
Tanggal 29 Juli 2024

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
(Prof. Dr. Endang Rini Sukamti, M.S) (Ketua/Penguji)		2/8-2024
(Dr. Nawan Primasoni, M.Or) (Sekretaris/Penguji)		1/8 2024
(Dr. Fauzi, M.Si) (Penguji I)		1/8 2024
(Prof. Dr. Tomoliyus, M.S) Penguji II/Pembimbing		1/8 2024

Yogyakarta, 5 Agustus 2024
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan



Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or. 7.
NIP. 197702182008011002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Halaman persembahan ini dibuat dengan penuh rasa syukur dan penghargaan, sebagai wujud pengabdian dan apresiasi kepada pihak-pihak yang memberikan inspirasi dan dukungan dalam penulisan karya tesis ini. Karya ini tidak akan terwujud dengan sempurna tanpa dukungan dari pihak-pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan tulus dan sungguh-sungguh, karya ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan karunia-Nya dalam setiap langkah perjalanan hidup ini. Rahmat dan petunjuk-Nya senantiasa melingkupi dan menginspirasi langkah-langkah yang diambil dalam penulisan tesis ini
2. Orang Tua, yang tanpa henti memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam mendukung studi maupun penyelesaian tesis ini. Terima kasih atas kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanan yang tak terhingga. Karya ini telah menjadi bukti atas upaya terbaik yang dilakukan sebagai ungkapan terima kasih kepada orang tua tercinta.
3. Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan pengetahuan yang berharga selama proses penulisan karya ini. Terima kasih atas pengertian, kesabaran, dan kritik yang membangun yang memberikan dampak yang sangat berarti bagi kesuksesan penulisan karya tesis ini.
4. SSB Batu Retno dan Mataram Utama yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian sehingga proses penyelesaian tugas akhir tesis saya ini berjalan dengan baik.
5. Teman-teman seperjuangan S2 dan team OPEN AI, yang selalu ada dalam setiap proses perjalanan studi maupun penyelesaian tugas akhir tesis ini. Terima kasih atas rasa kekeluargaan yang begitu hangat serta dukungan, nasihat, dan semangat

yang tak pernah putus dan saling menguatkan untuk menyelesaikan studi maupun tugas akhir tesis ini.

Dengan sepenuh hati, karya tesis ini buktinya sebagai ungkapan penghormatan dan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah turut berkontribusi dalam pembuatan karya tesis ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi setiap insan yang membacanya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga Tesis berjudul **“ANALISIS EFEK KUALITAS LAYANAN DAN LINGKUNGAN LATIHAN TERHADAP LOYALITAS PESERTA SEKOLAH SEPAK BOLA DIY MELALUI MEDIATOR KEPUASAN”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini di susun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Magister Pendidikan Program Studi Pendidikan Kepelatihan Olahraga, Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu masukan dan saran diharapkan oleh penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya kepada Prof. Dr. Tomoliyus, M.S selaku Pembimbing yang telah sabar dalam memberikan bimbingan, saran serta motivasi selama menyelesaikan penulisan Tesis ini.

Terlepas dari itu semua, tesis ini dapat terselesaikan karena mendapat bimbingan dan masukan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Sumaryanto, M. Kes., AIFO. Selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta
2. Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Prof. Dr. Endang Rini sukanti, M.S. Selaku Koordinator Program Magister Pendidikan Kepelatihan Olahraga Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta.

4. Bapak/Ibu Ketua, sekretaris dan penguji yang telah memberikan masukan dan perbaikan secara komprehensif terhadap tugas akhir tesis ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf akademik Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta.
6. Seluruh staf pelatih keluarga besar SSB Batu Retno dan Mataram Utama atas bantuan, kerjasama, serta respon positif yang sangat baik, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.
7. Kedua orang tua saya yang terkasih Bapak Jamansen Purba dan Ibu Rosenni Saragih atas segala dukungan dan doa, beserta Abang Jhon Reguel Purba, Jun Friady Purba, Kakak Bernadetta Riyanti Saragih dan Adik Gracia Oceana Purba beserta semua keluarga yang selalu memberikan semangat, doa dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
8. Segenap Keluarga besar di Yogyakarta yang terkasih Bapak Fx Hardiman dan Ibu Sumiyati beserta Kakak Catharina Kristianingsih Mas Albertus Ndaru Krismandoko dan segenap keluarga lainnya yang berada di jogja yang telah memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan studi maupun tugas akhir tesis ini.
9. Teman-teman seperjuangan Program Magister Pendidikan Kepelatihan Olahraga angkatan 2022 yang telah memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan tesis ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan tesis ini masih terdapat berbagai kekurangan, yang merupakan bagian dari proses belajar. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas

penyusunan yang lebih baik lagi di kemudian hari. Semoga tesis ini bisa menjadi Tesis yang bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 11 Mei 2023

Penulis,

Tri Fandes Purba

NIM. 22632251007

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Kajian Teori	16
B. Kajian Penelitian Yang Relevan dan Keterbaruan Penelitian	63
C. Kerangka Berpikir	77
D. Hipotesis	79

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	80
A. Desain Penelitian	80
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	81
C. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	81
D. Variabel Penelitian.....	84
E. Analisis Data.....	85
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	91
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	105
A. Pengujian Instrumen	105
B. Deskripsi Karakteristik Responden	131
C. Deskripsi Data	132
D. Hasil Analisis Data	140
E. Pembahasan	150
F. Keterbatasan Penelitian	162
G. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	164
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	167
A. Kesimpulan	167
B. Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Yang Akan Di Lakukan	63
Tabel 2. Keunikan Dan Keterbaruan Penelitian.....	76
Tabel 3. Blue Print Skala Kualitas Layanan	96
Tabel 4. Blue Print Skala Lingkungan Latihan.....	98
Tabel 5. Blue Print Skala Loyalitas.....	100
Tabel 6. Blue Print Skala Kepuasan.....	102
Tabel 7. CFA Second Order Kualitas Layanan.....	107
Tabel 8. CFA First Order Kualitas Layanan	109
Tabel 9. CFA Second Order Lingkungan Latihan	113
Tabel 10. CFA First Order Kualitas Layanan	115
Tabel 11. CFA Second Order Kepuasan	119
Tabel 12. CFA First Order Kepuasan	121
Tabel 13. CFA Second Order Loyalitas	126
Tabel 14. CFA First Order Loyalitas	128
Tabel 15. Deskriptif Responden.....	131
Tabel 16. Interval Kategori Skor Rata-rata	132
Tabel 17. Deskriptif Kualitas Layanan	133
Tabel 18. Deskriptif Lingkungan Latihan.....	135
Tabel 19. Deskriptif Kepuasan.....	137
Tabel 20. Deskriptif Loyalitas.....	139
Tabel 21. GoF Model	142
Tabel 22. Hasil Pengujian Struktural	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rancangan Model Teoritik.....	78
Gambar 2. Tahapan Penelitian	93
Gambar 3. Model Pengukuran Variabel Kualitas Layanan	106
Gambar 4. Model Pengukuran Variabel Lingkungan Latihan	112
Gambar 5. Model Pengukuran Variabel Kepuasan.....	118
Gambar 6. Model Pengukuran Variabel Loyalitas.....	125
Gambar 7. Model Teoritik.....	141

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. CFA Kualitas Layanan	185
Lampiran 2. CFA Lingkungan Latihan	211
Lampiran 3. CFA Loyalitas.....	233
Lampiran 4. CFA Kepuasan.....	261
Lampiran 5. Hipotesis	287
Lampiran 6. Izin Penelitian	309
Lampiran 7. Surat Balasan	311
Lampiran 8. Angket Penelitian	312
Lampiran 9. Foto Penelitian	324

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Olahraga merupakan industri yang berkembang pesat secara masif dan tentunya sudah menghasilkan dampak yang cukup besar bagi perkembangan dunia olahraga saat ini (J. J. Zhang et al., 2018; C. Lee & Hur, 2019). Seiring dengan pertumbuhan jasa di industri lain, di industri olahraga, penyediaan jasa meningkat secara signifikan dan universal (Tarighi, 2022). Olahraga profesional telah menjadi bisnis besar dan menggiurkan bagi para pelaku-pelaku olahraga tak terkecuali di industri sepak bola usia dini, sehingga semakin memperhatikan konsep pemasaran dan konsep yang terkait dengan kebutuhan pelanggan serta memiliki sistem manajemen kualitas yang komprehensif dan handal (Sajjadi et al., n.d.). Industri olahraga memegang peranan penting dalam pembangunan olahraga dengan menyediakan fasilitas, peralatan, barang, jasa dan dukungan finansial. Industri olahraga memainkan peran penting dalam mempromosikan tujuan olahraga dan rekreasi yang sehat dengan memproduksi dan memasok barang-barang konsumen dan non-konsumsi yang terkait dengan aktivitas fisik (Tarighi et al., 2022).

Dalam konteks olahraga, tata kelola dan manajemen merupakan salah satu faktor penentu keberlanjutan suatu olahraga (Shilbury, 2023). Menurut (Retar & Bednarik, 2018) manajemen olahraga merupakan sebuah konsep yang didasarkan pada pengelolaan sumber daya utama organisasi olahraga dan atlet untuk mencapai misi dan tujuannya. Manajemen olahraga berkembang sebagai disiplin ilmu di era meningkatnya profesionalisasi, komersialisasi, komodifikasi dan globalisasi olahraga (Gammelsaeter & Anagnostopoulos, 2022). Manajemen olahraga berperan penting dalam memastikan bahwa semua aspek yang terkait dengan olahraga berfungsi dengan baik. Keterampilan manajemen yang efektif akan

memastikan bahwa semua aspek olahraga, termasuk pemasaran, perencanaan, pembiayaan, mobilisasi sumber daya manusia, material dan teknis, pengembangan dan promosi, dilaksanakan secara efektif dan efisien (Stenling & Fahlén, 2022).

Sepak bola salah satu kegiatan bisnis yang bersifat kewirausahaan (Baena, 2019) yang mencakup individu, kompetisi, bisnis, dan organisasi yang terlibat dalam produksi, promosi, atau organisasi produk apa pun seperti barang, layanan, dan acara maupun sistem pertandingan (Silva & Las Casas, 2020). Bisnis olahraga telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dan semakin banyak konsumen yang menggunakan layanan dari jenis perusahaan ini khususnya di industri olahraga tanpa tekecuali sekolah sepak bola (Cuesta-Valiño et al., 2021). Sepak bola telah menjadi komoditas merek global yang berkembang pesat karena meningkatnya komersialisasi olahraga serta sebagai tolok ukur profesionalisme atau jenis olahraga lainnya (Irianto & Kartikasari, 2020). Sepak bola adalah bisnis dengan dampak ekonomi yang tinggi (Filho et al., 2021). Sejalan dengan Baena dan Cuesta-Valino (Shilbury, 2023) berpendapat bahwa bisnis olahraga adalah produk komersial murni dengan tujuan untuk menarik pemain, menyiapkan struktur klub, manajemen penyampaian layanan, kualitas pembinaan, penciptaan budaya klub, dan kinerja keseluruhan di dalam dan di luar lapangan.

Perkembangan dunia bisnis layanan saat ini begitu cepat dan kompetitif, sehingga perusahaan maupun organisasi dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien (Kramer & Porter, 2019). Salah satu peluang bisnis layanan yang sedang berkembang ialah industri sepak bola khususnya pembinaan usia dini (Memari et al., 2021). Bisnis sekolah sepak bola saat ini adalah salah satu cara terbaik untuk mempromosikan dan mengembangkan olahraga khususnya di sepak bola (Escamilla-Fajardo et al., 2020). Melalui sekolah sepak bola, anak-anak dapat belajar dan berlatih semua aspek sepak bola termasuk aspek teknis, taktis, strategis dan psikologis serta pelatihan di luar lapangan seperti pengembangan mental, keterampilan manajerial dan pengembangan kepribadian. Selain itu,

bisnis sekolah sepak bola menawarkan peluang kepada pemilik bisnis untuk menghasilkan pendapatan melalui sejumlah cara termasuk menjual produk dan layanan (Sweeney et al., 2021).

Permasalahan yang mempengaruhi kualitas layanan, lingkungan latihan, loyalitas, dan kepuasan di sekolah sepak bola memiliki dampak yang mendalam. Beberapa permasalahan umum meliputi kualitas layanan yang tidak konsisten, lingkungan latihan yang tidak memadai, rendahnya loyalitas peserta, dan ketidakterpenuhan kepuasan peserta. Ketika peserta mengalami ketidakpuasan terhadap layanan yang tidak konsisten, lingkungan latihan yang kurang mendukung, rendahnya loyalitas, dan ketidakpuasan yang tidak terpenuhi, mereka mungkin kehilangan motivasi dan mencari alternatif lain (Belás & Gabčová, 2016).

Untuk menjaga keterlibatan peserta di sekolah sepak bola, diperlukan peningkatan kualitas layanan, perbaikan lingkungan latihan, penguatan loyalitas, dan pemenuhan kepuasan peserta (Slack & Singh, 2020). Sekolah sepak bola yang ideal adalah yang memberikan layanan konsisten dan profesional kepada peserta, dengan pelatih berlisensi yang memberikan arahan terstruktur dan memperhatikan perkembangan individu peserta (Lusheng et al., 2022). Selain itu, fasilitas yang lengkap, lapangan dengan kondisi yang baik, dan peralatan latihan yang memadai juga merupakan bagian penting dari lingkungan latihan yang mendukung di sekolah sepak bola saat ini.

Di sisi lain sekolah sepak bola yang ideal membangun rasa komunitas yang kuat, mendorong kerjasama, semangat tim, dan persahabatan antara peserta, serta memberikan penghargaan yang merangsang bagi prestasi individu. Selanjutnya, peserta di sekolah sepak bola juga memastikan kepuasan peserta dengan memberikan kesempatan yang adil dalam pertandingan, memberikan perhatian yang memadai terhadap perkembangan peserta, dan mendukung komunikasi

terbuka antara pelatih dan peserta latihan. Dengan demikian, sekolah sepak bola dapat mencapai tujuan utama dalam mengembangkan potensi peserta dan menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pertumbuhan peserta di sekolah sepak bola.

Dalam dunia bisnis global yang kompetitif saat ini, kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif terletak pada kualitas layanan yang dapat diberikan oleh sekolah sepak bola, yang pada gilirannya mengarah pada retensi klien yang efektif. Kualitas layanan secara umum mengacu pada output dari sistem penyampaian layanan, yang terkait dengan kepuasan pelanggan, persepsi dan pendapat, yang dibentuk berdasarkan berbagai faktor dan referensi yang mempengaruhi (Vu & Khanh, 2021). Kualitas layanan sebagai serangkaian manfaat yang diperoleh pelanggan, baik secara eksplisit maupun implisit, dari kenyamanan, layanan, kualitas sarana dan prasarana, dan tingkat kualitas pelatih dan staff pelanggan lebih penting dan diutamakan pada saat memperoleh layanan (Akbar et al., 2021). Pendapat lain mengenai kualitas layanan di kemukakan oleh (Qiu et al., 2019) bahwa kualitas layanan sebagai perbandingan harapan yang dirasakan dari layanan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan.

Kualitas layanan telah terbukti secara empiris menjadi penentu kuat kepuasan pelanggan di industri layanan yang beragam khususnya sepak bola (Teeroovengadam, 2022). Kualitas layanan yang baik dalam pembinaan sepak bola anak usia dini berperan penting dalam meningkatkan minat anak dalam bermain sepak bola serta membantu meningkatkan pemahaman tentang sepak bola pada umumnya. Kualitas layanan yang baik dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan sepak bola anak usia dini secara keseluruhan (Sweeney et al., 2021). Kualitas layanan juga mengacu pada penilaian global konsumen atas keunggulan layanan yang diberikan oleh suatu organisasi (Biscaia et al., 2021a).

Kualitas layanan dan lingkungan latihan memiliki hubungan penting dalam manajemen, termasuk di industri sepak bola usia muda. Lingkungan latihan yang baik dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan (Iranmanesh et al., 2021). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa siswa yang menerima pelatihan yang memadai dan berlatih di lingkungan yang nyaman cenderung memiliki komitmen yang lebih baik terhadap klub. Selain itu, lingkungan latihan yang baik juga dapat meningkatkan komitmen siswa terhadap sekolah sepak bola dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan (Hou et al., 2020). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa siswa yang merasa dihargai dan diberi kesempatan untuk mengembangkan keterampilan individu peserta cenderung lebih bersemangat dan berdedikasi dalam memberikan performa yang lebih baik dalam konteks sekolah sepak bola. Dengan demikian, perhatian terhadap lingkungan latihan yang baik dapat berdampak positif pada kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis dalam industri sepak bola usia muda.

Lingkungan latihan merupakan faktor penting yang mempengaruhi pengalaman siswa sekolah sepak bola dalam kegiatan latihan. Lingkungan latihan meliputi fasilitas, personel, dan peralatan yang digunakan dalam program latihan atau kegiatan olahraga di sebuah organisasi atau lembaga (Biswas et al., 2021, Subramanian et al., 2019). Pemahaman dan pengelolaan yang baik terhadap lingkungan latihan sangat penting untuk mencapai keberhasilan program latihan dan perkembangan optimal atlet. Hal ini juga membantu menciptakan lingkungan latihan yang aman, efektif, dan efisien. Dalam konteks lingkungan latihan yang sangat kompetitif saat ini, organisasi perlu mengembangkan strategi yang berfokus pada pelanggan (Günel & Duyan, 2020). Dengan demikian, pengelolaan lingkungan latihan yang baik menjadi kunci untuk menjaga keunggulan kompetitif dan memenuhi kebutuhan siswa sekolah sepak bola secara maksimal.

Lingkungan latihan yang baik memiliki dampak positif terhadap kepuasan dan motivasi siswa sekolah sepak bola, sementara lingkungan latihan yang buruk

dapat mengurangi kepuasan dan motivasi mereka (Thompson et al., 2022). Faktor-faktor seperti dukungan sosial dan kebijakan manajemen yang adil dalam lingkungan latihan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa sekolah sepak bola dan motivasi mereka untuk mencapai prestasi (Anderson, 2021). Dalam menciptakan lingkungan latihan yang kondusif, peran pelatih dan manajer olahraga sangat penting. Di sisi lain, penelitian oleh (Partington et al., 2021) juga menunjukkan bahwa lingkungan latihan yang buruk, seperti kurangnya pengakuan dan dukungan sosial, dapat menurunkan kepuasan dan motivasi atlet serta berdampak pada kinerja siswa di kompetisi sepak bola sekolah. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam kinerja sebuah organisasi tak terkecuali di industri olahraga (Belás & Gabčová, 2016). Hal ini terkait dengan konstruk kualitas pelayanan yang mencakup unsur kognitif dan afektif (Xiao et al., 2020). Kepuasan dapat dijelaskan sebagai pengalaman kenikmatan yang didapatkan seseorang melalui perbandingan dengan harapan mereka terhadap layanan, produk, atau kinerja (Kawii, 2023).

Kualitas layanan juga memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan, dengan faktor-faktor seperti akses, komunikasi, kompetensi, kesopanan, kredibilitas, keandalan, daya tanggap, keamanan, pemahaman, dan bukti fisik memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Xiao et al., 2020). Teori kognitif juga menjelaskan bahwa pelanggan mengevaluasi produk atau pengalaman yang peserta dapatkan dengan membandingkannya dengan harapan mereka, dan jika pengalaman tersebut setidaknya memenuhi harapan atau bahkan lebih baik, maka para peserta akan merasa puas. Namun, mencapai kepuasan pelanggan tidaklah mudah karena pelanggan semakin kompleks dan canggih (Rita et al., 2019). Namun, semakin lama pelanggan merasa puas, semakin tinggi kemungkinan peserta untuk kembali dan bertahan di sekolah sepak bola yang sama, bahkan mengabaikan tawaran dari sekolah sepak bola pesaing (J. Zhang et al., 2019).

Kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di sekolah sepak bola (Abu-Rumman et al., 2021). Loyalitas adalah alat pemasaran yang penting, tidak hanya untuk pelanggan, tetapi juga merupakan indikator penting keberhasilan dan keberlanjutan sekolah sepak bola. Sentrisitas pelanggan yang ditingkatkan menempatkan fokus pada keuntungan penyedia layanan dan potensi untuk mengembangkan aliran pendapatan di masa depan (Vilkaite-Vaitone & Skackauskiene, 2020). Loyalitas merupakan basis pelanggan setia yang terbukti bermanfaat bagi organisasi, khususnya di lingkungan sekolah sepak bola (Wu & Ai, 2016). Loyalitas mewakili kesediaan seseorang untuk berinvestasi atau berkorban untuk meningkatkan hubungan, dan pelanggan setia seringkali merupakan agen yang kuat untuk kemajuan sekolah sepak bola serta ikut terlibat mempromosikan sekolah sepak bola di tempat umum (Schlesinger et al., 2020). Loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali atau mendukung kembali produk/layanan yang disukai secara konsisten, sehingga menyebabkan pembelian rangkaian merek yang sama atau merek yang sama meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang perilaku peralihan yang cepat (Jeong & Kim, 2020a).

Loyalitas peserta sebagai hasil dari proses emosional yang dinamis dan menyatakan bahwa loyalitas adalah kecenderungan yang didukung oleh komitmen, sikap positif, pengetahuan, persetujuan, dan kepercayaan (H. J. Lee & Seong, 2020). Loyalitas memiliki fokus yang lebih berorientasi pada tindakan dan mengacu pada sejauh mana pelanggan bersedia terlibat dalam perilaku yang mendukung sekolah sepak bola, sementara pelanggan dan perusahaan tetap terpisah (Woratschek et al., 2020). Mempertahankan pelanggan juga merupakan langkah dalam menjaga loyalitas. Pelanggan yang puas tetap berada dalam siklus hidup pelanggan, yang kemudian diterjemahkan menjadi loyalitas. Loyalitas pelanggan sangat penting karena peran mereka dalam pengembangan,

keberlanjutan, dan kelangsungan hidup sekolah sepak bola telah ditunjukkan oleh banyak penelitian sebelumnya (Aziidai & Faizun, 2020).

Kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai hasil dari kualitas layanan dan konsep kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas layanan. Kedua konsep tersebut memiliki kesamaan karakteristik yang dibangun di atas teori diskonfirmasi. Memang, mirip dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan didasarkan pada paradigma harapan-diskonfirmasi. Pelanggan dikatakan puas dengan layanan tertentu ketika persepsi para peserta tentang kinerja layanan sesuai dengan harapan peserta latihan. Konseptualisasi yang terakhir jelas sangat mirip dengan konsep kualitas layanan, Namun, dua kriteria utama membedakan dengan jelas antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Pertama, kepuasan pelanggan didasarkan pada evaluasi keseluruhan pelanggan mengikuti pengalaman kumulatif mereka dengan layanan. Kedua, seseorang dapat berargumen bahwa evaluasi kepuasan pelanggan terjadi pada akhir proses konsumsi, sedangkan hal ini terjadi berkaitan dengan kualitas layanan selama proses penyampaian layanan (Teeroovengadam, 2022).

Kepuasan pelanggan merupakan kombinasi dari respons kognitif dan emosional peserta terhadap pertemuan layanan. Kualitas layanan adalah evaluasi keseluruhan dari sistem pengiriman layanan khususnya di sekolah sepak bola. Kualitas layanan adalah penyampaian layanan yang dikelola, sedangkan kepuasan adalah pengalaman pelanggan dengan layanan tersebut. Peningkatan kualitas layanan akan menyebabkan pelanggan lebih puas di tambah dengan lingkungan latihan yang mendukung akan lebih meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di sekolah sepak bola. Tinjauan pelanggan terhadap produk/layanan, kebutuhan peserta, layanan alternatif yang tersedia di pasar, dan informasi yang dikumpulkan dari orang lain membantu para peserta membandingkan produk/layanan dengan produk/layanan lain (Lenka et al., 2009).

Kualitas layanan dan lingkungan latihan dapat berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan dan lingkungan latihan, para peserta kemungkinan besar akan kembali menggunakan layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain (Pradeep et al., 2020). Kepuasan pelanggan dapat menjadi mediator antara kualitas layanan dan lingkungan latihan dengan loyalitas pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan dan lingkungan latihan, maka mereka cenderung menjadi pelanggan yang lebih loyal (Kuswibowo, 2022). Namun, perlu diingat bahwa faktor lain seperti harga, reputasi merek, dan persaingan antar sekolah sepak bola juga dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor ini juga dalam menganalisis pengaruh kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas pelanggan (Kim et al., 2021).

Pengamatan awal yang dilakukan peneliti di beberapa sekolah sepak bola (SSB) di Yogyakarta mengungkapkan beberapa masalah terkait kualitas layanan yang buruk. Lingkungan pelatihan yang disediakan tidak memadai dengan fasilitas yang terbatas dan kurang terawat. Selain itu, peserta belum berada pada tingkat loyalitas tertinggi terhadap SSB, terbukti dengan rendahnya tingkat partisipasi dan keikutsertaan dalam kegiatan SSB di luar waktu latihan. Hal ini menunjukkan kurangnya semangat kebersamaan dan berorganisasi di antara para peserta. Selain itu, kepuasan peserta pelatihan yang telah dilatih di SSB tidak terlihat, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya keragaman dan inovasi dalam metode pelatihan, kurangnya perhatian terhadap kemajuan individu peserta pelatihan, atau kurangnya penghargaan dan pengakuan bagi peserta pelatihan. Pencapaian. Semua masalah ini perlu ditanggapi dengan serius agar SSB dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, menciptakan lingkungan latihan yang memadai, meningkatkan loyalitas peserta, dan memberikan kepuasan yang nyata kepada peserta latihan.

Berdasarkan hasil kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ratten, 2019, Biscaia et al, 2021b, Perez, 2018, Jeong & Kim, 2020b, Méndez-Aparicio et

al., 2020) Pengaruh kualitas layanan dan loyalitas sudah sangat sering di teliti pada konteks perusahaan-perusahaan pada umumnya. Sedangkan untuk kualitas layanan, lingkungan latihan, loyalitas dan mediator kepuasan di industri olahraga khususnya di sekolah sepak bola kurang dilakukan penelitian secara mendalam dan terperinci. Dengan melatar belakangi dan atas dasar pengamatan dan kajian peneliti terdahulu maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian lanjutan dengan penelitian yang lebih komprehensif dan holistik tentang manajemen di industri olahraga khususnya di sekolah sekolah sepak bola. Maka peneliti merasa perlu meneliti penelitian yang berjudul Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Peserta Sekolah Sepak Bola DIY Melalui Mediator Kepuasan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Kualitas layanan yang diberikan kurang maksimal dan optimal .
2. Lingkungan latihan yang kurang ideal dan memadai.
3. Loyalitas peserta tidak konsisten dan sangat di ragukan.
4. Kepuasan siswa di ssb tidak terpenuhi.
5. Motivasi siswa kurang bagus.
6. Kurangnya variasi dan inovasi dalam metode pelatihan
7. Minimnya perhatian terhadap perkembangan individu peserta pelatihan dan kurangnya penghargaan serta pengakuan bagi pencapaian peserta

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, pembatasan masalah sangat diperlukan guna mencapai fokus yang jelas. Mengingat keterbatasan waktu dan biaya yang dihadapi oleh peneliti, diperlukan pembatasan terhadap objek kajian dan subjek kajian. Objek kajian dalam penelitian ini mencakup kualitas layanan, lingkungan latihan, loyalitas, dan kepuasan. Adapun subjek kajian adalah peserta di sekolah sepak bola yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil sebuah rumusan masalah dalam penelitian “Bagaimana efek kualitas layanan, lingkungan latihan, terhadap loyalitas peserta sekolah sepak bola DIY melalui mediator kepuasan ”? Secara khusus rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efek Kualitas layanan terhadap kepuasan peserta di Sekolah Sepak Bola DIY ?
2. Bagaimana efek lingkungan latihan terhadap kepuasan peserta Sekolah Sepak Bola DIY ?
3. Bagaimana efek kualitas layanan terhadap lingkungan latihan di Sekolah Sepak Bola DIY ?
4. Bagaimana efek kualitas layanan terhadap loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY ?
5. Bagaimana efek lingkungan latihan terhadap loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY ?
6. Bagaimana efek kepuasan peserta berepengaruh terhadap loyalitas di sekolah sepak bola DIY

7. Bagaimana efek kualitas layanan, lingkungan latihan dan kepuasan peserta berpengaruh terhadap loyalitas di sekolah sepak bola DIY

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis efek Kualitas layanan terhadap kepuasan peserta di Sekolah Sepak Bola DIY .
2. Untuk menganalisis efek Lingkungan latihan terhadap kepuasan peserta di Sekolah Sepak Bola DIY .
3. Untuk menganalisis efek kualitas layanan terhadap lingkungan latihan di Sekolah Sepak Bola DIY .
4. Untuk menganalisis efek kualitas layanan terhadap loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY..
5. Untuk menganalisis efek lingkungan latihan terhadap loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY.
6. Untuk menganalisis kepuasan peserta terhadap loyalitas di sekolah sepak bola DIY.
7. Untuk menganalisis kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan peserta terhadap loyalitas di sekolah sepak bola DIY.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam dunia kepelatihan olahraga, khususnya mengenai manajemen dan marketing olahraga.
- b. Sebagai bahan referensi atau acuan untuk peneliti selanjutnya.
- c. Menambah wawasan dalam dunia pendidikan ataupun bisnis olahraga dibidang olahraga tentang meningkatkan kualitas layanan, lingkungan latihan, dan loyalitas terhadap kepuasan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat terkhusus sekolah sepak bola, sebagai sumber informasi terkait kualitas pelayanan sekolah sepak bola yang ada di Yogyakarta dan mengetahui kondisi pengaruh kualitas layanan, lingkungan latihan, loyalitas terhadap kepuasan di sekolah sepak bola Yogyakarta.
- b. Bagi Pelatih sepak bola dan pemilik sekolah sepak bola, sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada atlet dan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat mencapai kemajuan sekolah sepak bola di Yogyakarta.
- c. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan para peneliti dapat memberikan masukan dan referensi yang komprehensif guna memperdalam studi mengenai kualitas layanan, lingkungan latihan, serta loyalitas terhadap kepuasan. Dengan demikian, penelitian di bidang ini dapat berkembang lebih lanjut secara signifikan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada kajian pustaka ini akan disajikan dua bagian utama yaitu bagian pertama berisikan kajian teori yang dibangun sebagai landasan pada penelitian ini. Pada bagian kedua mengkaji penelitian – penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini untuk menjadi landasan sekunder dalam membangun dan mengembangkan *novelty* atau temuan baru dalam penelitian thesis ini. Dalam konteks kajian pustaka ini, penulis membaginya menjadi dua bagian integral. Bagian pertama mengupas kajian teoretis yang menjadi fondasi konseptual bagi penelitian ini. Sementara pada bagian kedua, penelitian akan merinci kajian-kajian terdahulu yang memiliki relevansi signifikan dengan topik penelitian, bertujuan sebagai pondasi sekunder yang mendukung proses pengembangan dan formulasi temuan baru atau *novelty* dalam kerangka penelitian tesis ini.

Kajian teoretis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini berlandaskan pada nilai-nilai teoretis yang merujuk pada konsep *grand theory*, *grand unified theory*, dan *applied theory*. Secara umum, *grand theory* merupakan teori makro yang menjadi dasar bagi berbagai teori lainnya. Disebut sebagai *grand theory* karena teori ini berfungsi sebagai fondasi bagi munculnya teori-teori lain dalam berbagai tingkatan. *Grand theory* sering juga disebut sebagai teori makro karena berada pada tataran makro. Dalam konteks penelitian ini, *grand theory* yang digunakan untuk memecahkan permasalahan adalah teori ilmu olahraga. Penelitian ini menggunakan pendekatan *grand unified theory* karena mempertimbangkan kompleksitas permasalahan yang terjadi di sekolah sepak bola. *Middle unified theory*, yang berada pada level *mezzo* atau menengah, menitikberatkan pada kajian makro yang menginteraksikan teori manajemen olahraga dan teori disiplin olahraga. Dengan kata lain, *middle unified theory* menjelaskan masing-masing teori yang berkaitan dengan setiap variabel penelitian. *Middle unified theory* dalam penelitian ini mencakup

konsep sekolah sepak bola, teori loyalitas, teori kepuasan, teori kualitas layanan, dan teori lingkungan latihan. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan yang komprehensif dengan memanfaatkan teori-teori tersebut untuk memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh sekolah sepak bola, serta untuk mengembangkan solusi yang efektif dan inovatif.

Konsep sekolah sepakbola merupakan bagian integral dari nilai teori disiplin olahraga. Teori loyalitas peserta sepak bola, teori kepuasan, teori kualitas layanan, dan teori lingkungan latihan merupakan bagian dari nilai manajemen olahraga. Oleh karena itu, hasil output dari nilai interaksi dari teori manajemen olahraga, dan teori disiplin olahraga adalah berupa kepuasan peserta sekolah sepak bola. *Applied Theory* adalah teori yang berada pada tataran mikro dan siap diterapkan dalam konseptualisasi. Dengan kata lain *Applied Theory* menjelaskan masing-masing teori setiap variable. Konsep sekolah sepakbola meliputi pengertian sekolah sepak bola dan tujuan sekolah sepakbola. Teori loyalitas peserta sepak bola meliputi definisi loyalitas, kategori Loyalitas, elemen loyalitas, variabel loyalitas, dimensi loyalitas, dan loyalitas pada sekolah sepak bola. Teori kepuasan meliputi definisi kepuasan, metode kepuasan, metrik kepuasan, jenis kepuasan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, kepuasan peserta sekolah sepak bola. Teori kualitas layanan meliputi definisi kualitas layanan, pendekatan kualitas layanan, faktor-faktor kualitas layanan, aspek kualitas layanan, prinsip-prinsip kualitas layanan, dan kualitas layanan di Sekolah Sepak Bola. Teori lingkungan latihan meliputi definisi lingkungan latihan, aspek-aspek lingkungan latihan, faktor-faktor lingkungan latihan dan lingkungan latihan di sekolah sepak bola.

A. Kajian Teori

1. Sekolah Sepak Bola

a. Pengertian Sekolah Sepak Bola (SSB)

Sekolah Sepak Bola (SSB) adalah wadah pelatihan yang secara khusus mengembangkan bakat dan keterampilan sepak bola pada anak-anak dan remaja (Utomo & Sudarmono, 2021). SSB menyediakan program pelatihan yang terstruktur dan sistematis, yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan teknis, taktis, fisik, dan mental para pesertanya (Rico-Gonzalez et al., 2022). Selain itu, SSB juga berperan dalam pembentukan karakter dan penanaman nilai-nilai positif, seperti disiplin, kerja sama tim, dan sportivitas (Atiq & Yunitaningrum, 2020).

Dalam konteks ilmiah, SSB dapat dilihat sebagai institusi pendidikan non-formal yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan potensi maksimal anak-anak dalam bidang sepak bola (Hertting, 2019). SSB bukan hanya sekadar tempat untuk bermain bola, tetapi juga wadah untuk mengasah bakat dan mempersiapkan para pemain muda menghadapi kompetisi yang lebih tinggi di masa depan.

b. Tujuan Sekolah Sepak Bola

- 1) Pengembangan Keterampilan Teknik dan Taktik, SSB bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan taktis pemain melalui latihan yang berkelanjutan dan terencana. Hal ini meliputi penguasaan teknik dasar seperti dribbling, passing, shooting, serta pemahaman taktik permainan baik secara individu maupun tim.
- 2) Pembentukan Karakter dan Nilai Positif, SSB juga fokus pada pembentukan karakter anak-anak, seperti disiplin, kerja keras, kerjasama

tim, sportivitas, dan fair play. Nilai-nilai ini tidak hanya bermanfaat dalam konteks olahraga, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari.

- 3) Pengembangan Fisik dan Mental, Melalui program latihan yang intensif, SSB membantu dalam pengembangan fisik anak-anak, seperti peningkatan kekuatan, kecepatan, kelincahan, dan daya tahan. Selain itu, aspek mental seperti ketahanan, konsentrasi, dan keberanian juga menjadi bagian penting dari pelatihan.
- 4) Identifikasi dan Pengembangan Bakat, SSB berfungsi sebagai platform untuk mengidentifikasi bakat-bakat potensial dalam sepak bola dan mengembangkan para peserta latihan menuju level profesional. Hal ini mencakup pemberian kesempatan untuk mengikuti kompetisi dan turnamen yang lebih tinggi, serta menjalin kerjasama dengan klub-klub profesional.
- 5) Peningkatan Kesadaran dan Minat terhadap Sepak Bola, Dengan program yang menarik dan menyenangkan, SSB berupaya untuk menumbuhkan minat dan kecintaan anak-anak terhadap sepak bola. Ini adalah langkah awal untuk membentuk generasi pemain sepak bola yang berkualitas di masa depan.

2. Kualitas Layanan

a. Defenisi

Kualitas layanan adalah evaluasi keseluruhan dari perusahaan jasa tertentu yang dihasilkan dari membandingkan kinerja sebuah perusahaan dengan harapan umum pelanggan tentang bagaimana seharusnya kinerja perusahaan dalam sebuah industri. Kualitas layanan memainkan peran penting dalam mencapai tujuan, termasuk mengembangkan kepercayaan, meningkatkan kepuasan, dan menumbuhkan loyalitas yang diakui sebagai

faktor vital dalam daya saing dan kesuksesan bisnis sekolah sepak bola (Zhou et al., 2019). Demikian pula (Panarello & Gatto, 2022) berpendapat bahwa kualitas layanan didefinisikan sebagai kemampuan sekolah sepak bola untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan yang diukur dengan perbedaan antara harapan pelanggan dari layanan yang diberikan dan persepsi pelanggan dari layanan yang diterima. Dengan pergeseran yang semakin meningkat menjadi atlet-sentris, organisasi jasa sekarang memperhatikan persepsi pelanggan mereka.

Layanan tidak dapat ditampilkan, didemonstrasikan, distandarisasi, dan membutuhkan tingkat keterlibatan pelanggan yang tinggi dalam proses pengiriman (Ko & Chou, 2020). Namun demikian, ada perspektif umum bahwa kualitas layanan adalah konstruksi multidimensi. Berdasarkan karakteristiknya, sulit bagi organisasi jasa untuk mengevaluasi dan memberikan kualitas layanan yang stabil kepada pelanggan tak terkecuali di sekolah sepak bola. Dengan demikian, pengembangan instrumen untuk mengevaluasi kualitas layanan merupakan langkah penting dan harus disoroti dengan menggunakan indikator multidimensi (Jonkisz et al., 2021).

Kualitas telah menjadi fenomena dalam pemasaran dan menjadi harapan dan impian setiap orang, baik produsen maupun konsumen. Dari sudut pandang manajemen aktif, kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk, yang harus memberikan kepuasan kepada pelanggan yang melebihi atau setidaknya sama dengan kualitas produk pesaing (Lu et al., 2019). Dilihat dari sudut pandang manajemen perusahaan, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan (Sugiarto & Octaviana, 2021).

Konsep kualitas layanan semakin penting dengan meningkatnya persaingan di sektor jasa tak terkecuali di sekolah sepak bola (SSB). Kualitas layanan yang tinggi memberikan manfaat strategis pengurangan biaya, pengembalian investasi, dan peningkatan produktivitas. Persepsi siswa di sekolah sepak bola terhadap kualitas layanan telah menjadi komponen penting dalam mengukur kualitas layanan olahraga khususnya di sepak bola (Akdere et al., 2020). Konsep kualitas telah berubah dari hanya berfokus pada barang dengan sedikit penekanan pada layanan menjadi berfokus pada layanan dan melihat barang yang diterima hanya sebagai bagian integral dari layanan tersebut, pergeseran ini menunjukkan semakin pentingnya kualitas layanan dalam industri jasa, termasuk olahraga (Akdere et al., 2020). Oleh karena itu, kualitas layanan yang dirasakan pelanggan telah menjadi isu penting dalam kualitas layanan olahraga, khususnya sepak bola usia dini. (Fida et al., 2020) Mempopulerkan teori kepuasan pelanggan melalui pengukuran penyampaian layanan aktual perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan, seperti yang didefinisikan oleh pencapaian kualitas yang dirasakan, dan yang memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan di luar aspirasi mereka.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan di sekolah sepak bola sangat penting bagi pengalaman siswa. Melalui pelatihan yang baik, pemantauan kemajuan individu, dukungan emosional, dan fasilitas yang memadai, sekolah sepak bola dapat menciptakan lingkungan yang mempromosikan pertumbuhan dan keberhasilan siswa. Dengan memberikan pengalaman yang positif dan bermanfaat, kualitas layanan dapat memengaruhi motivasi, perkembangan keterampilan, dan kepuasan siswa dalam berpartisipasi dalam program sepak bola.

Kontinuitas sekolah sepak bola sangat tergantung pada pencapaian peningkatan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang disediakan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan keunggulan kompetitif yang signifikan, memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang memuaskan dengan pelanggan (Sawant, 2016). Kepuasan pelanggan diukur melalui perasaan yang dirasakan dari pemenuhan kebutuhan mereka, yang mencerminkan keberhasilan dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan melalui aspek-aspek kualitas layanan. Oleh karena itu, seperti halnya dalam industri jasa lainnya, organisasi olahraga, termasuk sekolah sepak bola, memiliki tanggung jawab krusial untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka guna memastikan kepuasan pelanggan yang optimal (Günel & Duyan, 2020).

Kualitas layanan tidak hanya mencakup pencapaian tingkat keunggulan yang diharapkan, tetapi juga pengelolaan yang cermat terhadap tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Konsep ini terbagi menjadi dua faktor utama: layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan (*perceived service*). Ketika layanan yang dirasakan sesuai dengan ekspektasi, kualitas layanan dianggap memuaskan atau bahkan baik. Sebaliknya, jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, ini dianggap sebagai kualitas layanan yang ideal. Namun, jika kualitas layanan yang diterima tidak mencapai ekspektasi yang diharapkan, hal ini dapat dianggap sebagai kurangnya kualitas layanan yang memuaskan (Jazuli et al., 2020).

b. Pendekatan Kualitas Layanan

Dalam konteks pengembangan kualitas layanan di sekolah sepak bola, pendekatan yang sistematis dalam pengukuran dan evaluasi menjadi sangat

penting. Terdapat tiga pendekatan utama yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan, seperti dijabarkan dalam literatur:

- 1) Survei Wawasan Pelanggan, Pendekatan ini sering menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan pendapat dan persepsi siswa serta orang tua tentang kualitas layanan yang diterima. Kuesioner menawarkan keuntungan dalam pengumpulan data yang komprehensif dan relatif murah, serta dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang berbagai aspek yang relevan dengan pengalaman pelatihan di sekolah sepak bola.
- 2) Investigasi Layanan, Praktik ini melibatkan permintaan langsung kepada siswa atau orang tua untuk mengevaluasi layanan yang baru saja peserta terima. Dengan mendapatkan umpan balik secara langsung setelah pengalaman pelatihan, sekolah sepak bola dapat segera mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 3) Metrik Layanan Objektif, Metrik ini mencakup pengukuran langsung terhadap kinerja operasional sekolah sepak bola, seperti waktu respons pertama atau waktu tunggu rata-rata. Data-data ini memberikan gambaran yang obyektif tentang efisiensi dan responsivitas layanan yang diberikan kepada siswa dan orang tua.

c. Faktor-faktor kualitas layanan

Dalam konteks peningkatan kualitas layanan di sekolah sepak bola, pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman positif pelanggan merupakan hal yang krusial. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Lin & Sakuno, 2020, Ma & Kaplanidou, 2021), teridentifikasi beberapa faktor utama yang memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, yaitu lingkungan fisik, interaksi, dan hasil dari layanan yang diberikan.

- 1) Lingkungan Fisik, Faktor ini mencakup elemen-elemen lingkungan sosial dan desain layanan fisik yang mempengaruhi persepsi dan pengalaman siswa dan orang tua dalam berpartisipasi dalam kegiatan latihan di sekolah sepak bola. Kondisi lapangan, fasilitas, serta estetika lingkungan tempat latihan berlangsung menjadi faktor yang tidak hanya menunjang kenyamanan tetapi juga mencerminkan profesionalisme dan perhatian terhadap detail dari pihak sekolah sepak bola.
- 2) Interaksi, Kualitas interaksi antara siswa dengan pelatih, antar siswa, dan antara siswa dengan staf administrasi sekolah sepak bola sangat menentukan pengalaman belajar yang memuaskan. Komunikasi yang efektif, responsif, dan penuh empati dalam setiap tahap interaksi membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara semua pihak terlibat dalam proses pelatihan.
- 3) Hasil, Aspek hasil menyoroti sejauh mana harapan-harapan siswa terpenuhi setelah mengikuti program pelatihan di sekolah sepak bola. Kualitas pengajaran, perkembangan keterampilan, serta pencapaian tujuan pribadi siswa merupakan indikator keberhasilan yang penting dalam mengevaluasi efektivitas layanan yang disediakan oleh sekolah sepak bola.

d. Aspek Kualitas Layanan

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan di sekolah sepak bola, penting untuk memahami dan mengintegrasikan konsep lima aspek kualitas layanan yang didefinisikan oleh (Fida et al., 2020, Suwarsito & Aliya, 2020). Aspek-aspek ini, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan

empati, masing-masing memiliki implikasi yang signifikan dalam konteks penyediaan layanan pelatihan dan pengembangan olahraga di sekolah sepak bola.

- 1) Aset berwujud (bukti fisik), Kemampuan suatu sekolah sepak bola untuk membuktikan keberadaannya kepada pihak asing. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik sekolah sepak bola, serta kondisi lingkungan sekitarnya, merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh sekolah sepak bola di Kabupaten Simalungun. Ini termasuk fasilitas fisik (lapangan, gudang, dll), alat dan perlengkapan yang digunakan (teknologi), dan penampilan fisik karyawan.
- 2) Keandalan, Kemampuan sekolah sepak bola untuk memberikan layanan secara akurat dan andal seperti yang dijanjikan merupakan salah satu tolak ukur. Kinerja harus memenuhi harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang sama kepada semua pelanggan tanpa kesalahan, dengan empati dan ketelitian yang tinggi.
- 3) Daya tanggap. Kesiediaan sekolah sepak bola untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat dengan memberikan informasi yang jelas.
- 4) *Guarantee* (Jaminan dan Kepastian), Jaminan dalam konteks ini mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh pelatih dan manajemen sekolah sepak bola. Ini tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga memastikan bahwa semua aspek administratif dan operasional dijalankan dengan transparansi, keamanan, dan kompetensi yang tinggi.
- 5) Empati, Kemampuan untuk memberikan perhatian yang tulus dan personalisasi kepada siswa dan orang tua adalah esensi dari aspek empati dalam kualitas layanan. Dengan memahami secara mendalam kebutuhan

dan preferensi individu, sekolah sepak bola dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi siswa dalam mencapai tujuan mereka dalam dunia sepak bola.

e. Skala kualitas layanan

Dalam konteks peningkatan kualitas layanan di sekolah sepak bola, penggunaan skala evaluasi yang komprehensif dapat menjadi landasan penting dalam mengukur dan mengelola pengalaman siswa dan peserta latihan. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Xu et al., 2021), teridentifikasi beberapa dimensi kunci dalam skala kualitas layanan yang relevan untuk diterapkan dalam konteks sekolah sepak bola, yang mencakup:

- 1) Jaminan Layanan, Dimensi ini merujuk pada komitmen sekolah sepak bola terhadap etika dan kode etik yang menjaga kepercayaan siswa dan orang tua. Dengan menerapkan standar etika yang tinggi, sekolah sepak bola dapat meminimalkan keraguan dan risiko konsumen selama partisipasi peserta dalam aktivitas pelatihan.
- 2) Pemulihan Layanan, Proses pemulihan layanan menjadi kunci dalam menangani ketidaksesuaian atau kesalahan layanan yang mungkin terjadi. Melalui manajemen yang efektif dalam proses ini, sekolah sepak bola tidak hanya memperbaiki kerugian yang terjadi tetapi juga mendapatkan kembali kepercayaan konsumen melalui langkah-langkah yang transparan dan proaktif.
- 3) Fungsi Fasilitas, Kondisi dan kualitas fasilitas serta peralatan yang disediakan oleh sekolah sepak bola berperan penting dalam menarik dan mempertahankan minat siswa. Pemeliharaan teratur fasilitas dan investasi dalam peralatan berkualitas tinggi merupakan strategi untuk meningkatkan kepuasan siswa selama latihan.

- 4) Program Pelatihan, Kualitas program pelatihan yang diselenggarakan oleh sekolah sepak bola mencakup kurikulum, pengaturan jadwal, dan variasi konten program yang ditawarkan. Ketersediaan program yang beragam dan penyesuaian yang tepat terhadap kebutuhan siswa menjadi faktor penting dalam mempertahankan popularitas dan efektivitas sekolah sepak bola di mata konsumen.
- 5) Kualitas Pelatih, Pengalaman langsung siswa dengan pelatih adalah aspek kritis dalam penilaian kualitas layanan. Keterampilan profesional, kemampuan membangun kepercayaan, dan memelihara motivasi siswa merupakan elemen-elemen yang dituntut oleh siswa dan orang tua dalam memilih sekolah sepak bola yang tepat.
- 6) Kinerja Staf dan Manajemen, Kelancaran administrasi dan dukungan dari staf sekolah sepak bola dalam menyediakan layanan yang konsisten dan bermutu tinggi memainkan peran utama dalam menjaga kepuasan siswa. Pengelolaan yang baik terhadap proses termasuk aspek keandalan, transparansi, dan kemampuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen merupakan faktor penentu dalam keberhasilan sekolah sepak bola.

f. Prinsip-Prinsip Kualitas Layanan

Dalam era yang semakin mengedepankan kualitas dan profesionalisme, penting bagi setiap institusi untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar dalam memberikan layanan yang optimal. Prinsip-prinsip ini tidak hanya berlaku di dunia bisnis, tetapi juga sangat relevan dalam lingkungan pendidikan, maupun pelatihan termasuk di sekolah sepak bola. Sekolah sepak bola bukan hanya tempat di mana siswa belajar keterampilan bermain bola, tetapi juga tempat di mana karakter, disiplin, dan kerja sama tim dikembangkan. Untuk mencapai tujuan ini,

kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah sepak bola harus menjadi prioritas utama. Lima prinsip kualitas layanan berikut merupakan landasan yang sangat penting dalam upaya ini.

- 1) *Responsiveness*, Kemampuan untuk merespon dengan cepat dan efektif terhadap kebutuhan dan permintaan siswa serta orang tua. Dalam konteks sekolah sepak bola, ini berarti pelatih dan staf harus siap membantu dan memberikan solusi atas setiap pertanyaan atau masalah yang dihadapi oleh siswa atau orang tua.
- 2) Keandalan, Kemampuan untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, serta memenuhi janji kepada siswa dan orang tua. Sekolah sepak bola harus memastikan bahwa setiap sesi latihan, pertandingan, dan kegiatan lainnya berjalan sesuai dengan jadwal dan standar yang telah ditetapkan.
- 3) Komunikasi, Kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif dengan siswa dan orang tua, sehingga dapat memahami dan memenuhi kebutuhan mereka. Komunikasi yang baik akan membantu membangun kepercayaan dan kerja sama yang erat antara sekolah, siswa, dan orang tua.
- 4) Empati, Kemampuan untuk memahami dan merespon dengan empati terhadap kebutuhan dan masalah siswa. Pelatih dan staf harus mampu menunjukkan perhatian dan pengertian terhadap setiap individu, sehingga siswa merasa dihargai dan didukung dalam perjalanan mereka mengembangkan bakat dan keterampilan sepak bola.
- 5) Perhatian, Kemampuan untuk memperhatikan dan memperhatikan detail kecil yang dapat mempengaruhi kualitas layanan secara keseluruhan. Dalam lingkungan sekolah sepak bola, perhatian terhadap detail seperti kondisi lapangan, peralatan, dan kenyamanan siswa sangat penting untuk

menciptakan lingkungan yang aman dan kondusif untuk belajar dan bermain.

g. Strategi Kualitas Layanan

Dalam konteks pengembangan kualitas layanan di sekolah sepak bola, strategi-strategi yang terencana dan terukur menjadi krusial dalam memastikan keberhasilan pelatihan dan pengembangan siswa. Berikut ini merupakan beberapa strategi kunci yang relevan untuk diterapkan:

- 1) Pengukuran Kepuasan Pelanggan secara Teratur, Strategi ini melibatkan penggunaan sistematis survei dan evaluasi untuk mengukur tingkat kepuasan siswa dan orang tua terhadap layanan yang diberikan. Dengan mengumpulkan dan menganalisis umpan balik ini secara berkala, sekolah sepak bola dapat mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dengan lebih baik.
- 2) Penerapan Teknologi untuk Peningkatan Efisiensi, Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam administrasi, pelaporan, dan komunikasi internal dapat meningkatkan efisiensi operasional sekolah sepak bola. Implementasi aplikasi manajemen latihan, platform komunikasi digital, serta analisis data latihan siswa dapat membantu mengoptimalkan pengalaman latihan dan memudahkan koordinasi antarstaf.
- 3) Pelatihan dan Motivasi Staf, Investasi dalam pengembangan profesional dan pelatihan berkelanjutan bagi pelatih dan staf sekolah sepak bola sangat penting untuk meningkatkan kompetensi dan kualitas layanan yang diberikan. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dalam melatih, tetapi juga untuk memperkaya kemampuan interpersonal dalam berkomunikasi dengan siswa dan orang tua.

- 4) Meningkatkan Partisipasi Pelanggan dalam Pengambilan Keputusan, Melibatkan siswa dan orang tua dalam proses pengambilan keputusan strategis, seperti perencanaan jadwal latihan ataupun agenda agenda penting dari sekolah sepak bola sehingga dapat memperkuat rasa kepemilikan mereka terhadap sekolah sepak bola tersebut. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas keputusan yang dibuat, tetapi juga memperkuat hubungan kolaboratif antara sekolah dan komunitasnya.
- 5) Mempertahankan Transparansi dan Akuntabilitas, Menjaga transparansi dalam proses administrasi dan operasional sekolah sepak bola merupakan fondasi yang esensial untuk membangun kepercayaan dengan siswa, orang tua. Selain itu, praktik akuntabilitas yang kuat dalam manajemen data pribadi siswa tidak hanya memastikan keamanan informasi tetapi juga memperkuat komitmen sekolah dalam menjaga privasi individu siswa yang latihan di sekolah sepak bola.

h. Panduan Kualitas Layanan di Sekolah Sepak Bola

Dalam upaya mengoptimalkan pengembangan bakat dan potensi anak-anak di bidang olahraga, khususnya sepak bola, keberadaan sekolah sepak bola (SSB) memainkan peranan yang sangat penting. Sebagai institusi yang bertanggung jawab dalam melatih dan membimbing calon-calon pesepakbola masa depan, SSB dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang optimal. Panduan kualitas layanan ini disusun untuk memastikan bahwa setiap aspek operasional di SSB dapat berjalan dengan standar yang tinggi dan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan.

Dokumen ini menguraikan berbagai komponen yang esensial dalam penyelenggaraan SSB, mulai dari administrasi penerimaan siswa, administrasi keuangan, komunikasi, pelatihan dan pengajaran, hingga fasilitas dan keselamatan, serta pengembangan holistik siswa. Setiap poin

yang disajikan bertujuan untuk memberikan panduan praktis dan ilmiah bagi manajemen SSB dalam upaya mereka meningkatkan kualitas layanan dan memastikan kepuasan semua pihak yang terlibat.

1) Administrasi Penerimaan Siswa:

a) Proses Pendaftaran:

- (1) Menyediakan proses pendaftaran yang jelas dan mudah diakses.
- (2) Mengkomunikasikan persyaratan pendaftaran dengan jelas kepada orang tua atau wali siswa.
- (3) Memastikan adanya kebijakan seleksi yang transparan dan adil.

b) Administrasi Keuangan:

- (1) Menyediakan sistem pembayaran yang teratur dan transparan.
- (2) Memberikan informasi yang jelas tentang biaya dan kebijakan pembayaran.
- (3) Mengelola keuangan dengan teliti dan mempertanggungjawabkan setiap pengeluaran.

c) Komunikasi:

- (1) Menyediakan saluran komunikasi yang efektif antara sekolah sepak bola, siswa, dan orang tua/wali.
- (2) Menginformasikan secara berkala tentang jadwal, perubahan, dan kegiatan terkait sekolah sepak bola.
- (3) Membuka kesempatan bagi orang tua/wali untuk memberikan umpan balik dan mengajukan pertanyaan.

2) Pelatihan dan Pengajaran:

a) Staf Pelatih

- (1) Mempekerjakan staf pelatih yang berkualitas, berpengalaman, dan memiliki latar belakang dalam sepak bola.

- (2) Memastikan pelatih memahami metode pelatihan yang efektif dan menerapkannya dengan baik.
- (3) Menyediakan kesempatan pengembangan profesional bagi staf pelatih.

b) Kurikulum dan Pengajaran

- (1) Menyusun kurikulum sepak bola yang komprehensif dan sesuai dengan tingkat perkembangan siswa.
- (2) Memberikan pengajaran yang berfokus pada teknik, taktik, fisik, dan aspek mental permainan sepak bola.
- (3) Mengadopsi pendekatan yang berbasis pada kesenangan dan partisipasi aktif siswa.

c) Evaluasi Kemajuan

- (1) Melakukan evaluasi rutin terhadap kemajuan individu siswa.
- (2) Memberikan umpan balik yang konstruktif dan bermanfaat kepada siswa dan orang tua/wali.
- (3) Mengidentifikasi area kekuatan dan kelemahan siswa serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

3) Fasilitas dan Keselamatan

a) Fasilitas

- (1) Menyediakan fasilitas sepak bola yang aman, sesuai standar, dan dalam kondisi baik.
- (2) Memastikan tersedianya peralatan latihan dan pertandingan yang memadai.
- (3) Menjaga kebersihan fasilitas dan memastikan ketersediaan air minum yang cukup.

b) Keselamatan

- (1) Menyediakan protokol keamanan dan keselamatan yang jelas dan diimplementasikan secara konsisten.
- (2) Memastikan adanya staf yang terlatih dalam pertolongan pertama pada cedera.
- (3) Mengkomunikasikan aturan dan tata tertib yang berkaitan dengan keselamatan kepada siswa dan orang tua/wali.

4) Pengembangan Holistik

a) Kesejahteraan Emosional

- (1) Menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan emosional positif siswa.
- (2) Menyediakan dukungan dan konseling jika diperlukan.
- (3) Mendorong kolaborasi dan kerjasama antara siswa.

b) Keseimbangan Antara Olahraga dan Pendidikan:

- (1) Mendorong siswa untuk menjaga keseimbangan antara latihan sepak bola dan kewajiban akademik.
- (2) Mengkomunikasikan pentingnya pendidikan kepada siswa dan orang tua/wali.

c) Nilai-nilai dan Etika:

- (1) Mengajarkan nilai-nilai positif, seperti sportivitas, kerjasama, disiplin, dan integritas.
- (2) Mengutamakan etika yang baik dalam latihan, pertandingan, dan kehidupan sehari-hari.

3. Loyalitas

a. Defenisi

Loyalitas adalah komitmen yang kuat dari seorang konsumen untuk terus berpartisipasi dan mendukung suatu layanan di masa mendatang tanpa mempertimbangkan strategi dan upaya pemasaran yang mungkin dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Garcia et al., 2020). Disisi lain (Studi et al., 2018) mendefinisikan loyalitas sebagai kesediaan peserta untuk terus mengikuti program atau layanan yang ditawarkan oleh penyedia yang sama bila memungkinkan dan terus merekomendasikan atau mempertahankan sikap positif terhadap penyedia layanan tersebut. Sedangkan (Studi et al., 2018) mengemukakan bahwa loyalitas juga dapat diartikan sebagai komitmen kuat untuk berulang kali berpartisipasi dalam program yang dipilih atau menggunakan layanan secara konsisten di masa depan. Peserta yang setia cenderung meningkatkan efisiensi layanan karena efek kurva pengalaman, menyebarkan kata positif dari mulut ke mulut, dan memberikan dukungan tambahan (TEMA 11, 2018).

Loyalitas adalah kombinasi komprehensif antara psikologi dan ekonomi. Ini bukan hanya evaluasi terhadap satu pengalaman, tetapi akumulasi persepsi dari berbagai pengalaman yang dikonsumsi, termasuk integrasi emosional jangka panjang melalui pembentukan kebiasaan (Wan & Phromphithakkul, 2022). Disisi lain (Woratschek et al., 2020) berpendapat bahwa loyalitas juga memiliki teori identitas sosial, yang memberikan justifikasi untuk loyalitas berbasis identitas. Pertama, peserta yang loyal memperkuat perasaan memiliki terhadap suatu kelompok dan, dengan demikian, memenuhi kebutuhan mereka akan definisi diri. Kedua, mereka memperoleh manfaat emosional dari identifikasi, yang tidak akan mereka terima lagi jika mereka beralih ke penyedia layanan lain. Akhirnya, teori

identitas sosial mengusulkan bahwa individu dengan identifikasi tinggi terlibat dalam perilaku suportif untuk meningkatkan status kelompok mereka. Oleh karena itu, loyalitas dapat diartikan sebagai perilaku yang mendukung terhadap penyedia jasa, dalam hal ini adalah sekolah sepak bola. Di sektor jasa, loyalitas peserta adalah sejauh mana mereka menunjukkan perilaku berulang dalam mengikuti program yang ditawarkan oleh sekolah sepak bola, memiliki sikap positif terhadap sekolah tersebut, dan mempertimbangkan hanya menggunakan penyedia ini ketika mereka membutuhkannya (Nguyen et al., 2020).

Peserta yang loyal dapat menghasilkan lebih banyak rujukan dari layanan yang mereka konsumsi, menciptakan nilai layanan, dan memberikan kontribusi kepada konsumen yang lebih setia kepada penyedia layanan, dalam hal ini sekolah sepak bola. (García-Fernández et al., 2020). Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas memiliki peran penting dalam sekolah sepak bola karena dapat mempengaruhi keberlanjutan, keberhasilan, dan reputasi sekolah tersebut. Loyalitas dari siswa, orang tua, dan pelatih menciptakan ikatan yang kuat dan kepercayaan antara semua pihak yang terlibat. Ini membantu menciptakan atmosfer yang positif dan timbal balik yang sehat, meningkatkan partisipasi, motivasi, dan perkembangan keterampilan siswa. Dengan memprioritaskan loyalitas, sekolah sepak bola dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan para siswa dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi semua yang terlibat.

b. Kategori Loyalitas

Loyalitas merupakan salah satu aspek krusial dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis di berbagai sektor industri. Loyalitas tidak hanya mencakup tindakan berpartisipasi ulang, tetapi juga melibatkan sikap

dan hubungan emosional yang mendalam antara peserta dan penyedia layanan atau produk. Dalam konteks sekolah sepak bola, loyalitas peserta dapat diartikan sebagai kesediaan dan komitmen kuat dari peserta untuk terus mengikuti program latihan, mendukung kegiatan sekolah sepak bola, dan merekomendasikan sekolah sepak bola kepada orang lain. (Zhong & Moon, 2020, Rather et al., 2018, Vásquez-Párragsa et al., 2014).

- 1) Loyalitas Layanan, Loyalitas layanan mengacu pada sejauh mana peserta terus menggunakan layanan yang sama secara berulang. Dalam konteks sekolah sepak bola, loyalitas layanan dapat diukur melalui frekuensi kehadiran siswa dalam sesi latihan, kepuasan peserta terhadap kualitas pelatihan, serta kecenderungan peserta untuk terus memilih sekolah tersebut dibandingkan dengan alternatif lainnya.
- 2) Loyalitas Merek, Loyalitas merek berfokus pada kesetiaan terhadap nama atau identitas sekolah sepak bola. Peserta yang loyal terhadap merek akan memiliki preferensi kuat terhadap sekolah tertentu dibandingkan dengan sekolah lain, serta memperlihatkan rasa bangga dan ikatan emosional dengan sekolah tersebut. Dalam sekolah sepak bola, loyalitas merek dapat dilihat dari bagaimana siswa dan orang tua mereka memandang reputasi sekolah, kesediaan peserta untuk berinvestasi dalam program-program yang ditawarkan, serta kepercayaan peserta terhadap nilai dan filosofi yang diusung oleh sekolah tersebut.
- 3) Loyalitas Toko, Loyalitas toko adalah tingkat kesetiaan atau kepatuhan peserta atau konsumen terhadap toko tertentu dalam membeli produk atau menggunakan layanan secara konsisten dan teratur. Dalam konteks sekolah sepak bola, loyalitas toko dapat diartikan sebagai kesetiaan siswa untuk terus mengikuti program pelatihan di sekolah yang sama dalam

jangka waktu yang panjang, serta preferensi mereka untuk tidak beralih ke sekolah sepak bola lainnya.

c. Elemen Loyalitas

Loyalitas merupakan konsep yang kompleks dan multidimensional, yang mencakup berbagai aspek perilaku dan psikologis. Menurut (Närvänen et al., 2020), loyalitas dapat dikategorikan ke dalam tiga elemen utama: perilaku, sikap, dan gabungan dari kedua elemen tersebut. Dalam konteks sekolah sepak bola, pemahaman yang mendalam mengenai elemen-elemen ini sangat penting untuk merancang strategi yang efektif dalam membangun dan mempertahankan loyalitas siswa.

- 1) Perilaku, Elemen perilaku loyalitas tercermin dari konsistensi dan tindakan pembelian berulang. Dalam sekolah sepak bola, hal ini dapat dilihat dari kesetiaan siswa untuk terus mengikuti program pelatihan dan konsistensi kehadiran mereka dalam setiap sesi latihan. Siswa yang menunjukkan perilaku ini cenderung memiliki komitmen yang tinggi terhadap sekolah dan program-program yang ditawarkan.
- 2) Sikap, Elemen sikap mencakup hubungan emosional dan psikologis yang dimiliki pelanggan terhadap merek atau penyedia layanan. Dalam konteks sekolah sepak bola, sikap loyalitas dapat diukur dari seberapa kuat ikatan emosional siswa dengan sekolah, pelatih, dan sesama peserta. Kepuasan emosional ini sering kali menjadi pendorong utama dalam mempertahankan siswa dalam jangka panjang.
- 3) Gabungan, Elemen gabungan mengacu pada campuran dari perilaku dan sikap, di mana loyalitas diukur melalui preferensi pelanggan, pembelian kembali, dari mulut ke mulut, dan kecenderungan untuk tidak beralih ke merek lain. Dalam sekolah sepak bola, loyalitas gabungan dapat diidentifikasi dari bagaimana siswa dan orang tua mereka

merekomendasikan sekolah kepada orang lain, serta seberapa besar kemungkinan mereka untuk tetap memilih sekolah tersebut meskipun ada pilihan lain yang tersedia.

Pengalaman peserta di sekolah sepak bola tidak hanya terbatas pada dimensi fungsional seperti kualitas pelatihan, tetapi juga mencakup aspek sensorik, emosional, kognitif, perilaku, dan relasional. Kepuasan peserta terhadap program dan layanan yang diberikan sangat mempengaruhi niat peserta untuk kembali mendaftar di masa mendatang. Dengan kata lain, tingkat kepuasan yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan retensi siswa, dan pada akhirnya menumbuhkan loyalitas. Loyalitas siswa di sekolah sepak bola, sebagai turunan dari kepuasan mereka, merupakan indikator kunci dalam menilai keberhasilan dan keberlanjutan sekolah tersebut.

d. Variabel Loyalitas

Loyalitas peserta merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan jangka panjang suatu organisasi, termasuk dalam konteks sekolah sepak bola. Loyalitas perilaku, sebagai salah satu dimensi utama dari loyalitas pelanggan, dapat diukur melalui beberapa variabel kunci. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Suchánek & Králová, 2019, Schlesinger et al., 2020), loyalitas perilaku diukur dengan tiga variabel utama: niat pembelian kembali, niat beralih, dan niat eksklusif. Dalam konteks sekolah sepak bola, pemahaman terhadap variabel-variabel ini sangat penting untuk merancang strategi yang efektif dalam mempertahankan siswa dan meningkatkan kepuasan mereka.

- 1) Niat Pembelian Kembali (*Repurchase Intention*), Niat pembelian kembali mengacu pada kecenderungan siswa untuk kembali mendaftar di sekolah sepak bola yang sama di masa mendatang. Dalam konteks ini, minat

mengunjungi kembali program pelatihan dapat mencerminkan tingkat kepuasan siswa terhadap kualitas pelatihan yang diberikan. Semakin tinggi niat pembelian kembali, semakin tinggi tingkat loyalitas siswa terhadap sekolah sepak bola tersebut.

- 2) Niat Beralih (*Switching Intention*), Niat beralih merupakan keinginan atau niat siswa untuk beralih ke sekolah sepak bola lain yang menawarkan program pelatihan yang serupa. Semakin rendah niat beralih, semakin tinggi tingkat loyalitas siswa terhadap sekolah sepak bola yang mereka ikuti saat ini. Faktor-faktor seperti kualitas pelatihan, hubungan baik dengan pelatih, dan kepuasan keseluruhan dapat mempengaruhi niat beralih ini.
- 3) Niat Eksklusif (*Exclusive Intention*), Niat eksklusif mengacu pada keinginan siswa untuk hanya mengikuti program pelatihan di sekolah sepak bola tertentu dan tidak mempertimbangkan sekolah lain. Semakin tinggi niat eksklusif, semakin tinggi tingkat loyalitas siswa terhadap sekolah tersebut. Niat eksklusif dapat dipengaruhi oleh persepsi siswa terhadap keunikan dan keunggulan program pelatihan yang ditawarkan oleh sekolah sepak bola.

e. Dimensi Loyalitas

Loyalitas peserta merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran dan manajemen hubungan peserta. Konsep ini tidak hanya berfokus pada pembelian kembali produk atau layanan, tetapi juga mencakup dimensi emosional dan psikologis peserta terhadap merek atau perusahaan. Loyalitas peserta, dalam hal ini loyalitas peserta di sekolah sepak bola, berfokus pada pengalaman positif dan nilai-nilai yang diterima dari program pelatihan. Peserta yang puas dengan layanan yang ditawarkan akan lebih cenderung untuk kembali mendaftar dan merekomendasikan

sekolah tempat latihan kepada orang lain. Menurut (Kamath et al., 2017), loyalitas peserta berdampak pada retensi, pembelian kembali, dan komitmen jangka panjang. Referensi teoritis (Savila et al., 2019) menyebutkan bahwa terdapat empat aspek yang menentukan loyalitas peserta: kognitif, afektif, konatif, dan tindakan. Namun, penelitian empiris oleh (Noviana, 2021) menunjukkan bahwa tiga aspek—afektif, konatif, dan tindakan—terbukti efektif dalam menentukan loyalitas peserta.

Dalam literatur, loyalitas peserta sering dikaji dalam dua dimensi utama yaitu loyalitas perilaku dan loyalitas sikap (Zhou et al., 2019). Loyalitas perilaku mengacu pada perilaku pembelian kembali yang dilakukan peserta karena preferensi terhadap merek atau layanan tertentu. Sementara itu, loyalitas sikap mencerminkan niat peserta untuk membeli kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain, yang dipengaruhi oleh keadaan emosional dan psikologis mereka. Dalam konteks sekolah sepak bola, kombinasi dari loyalitas perilaku dan sikap dapat menghasilkan empat jenis situasi loyalitas yang berbeda, yaitu *no loyalty*, *spurious loyalty*, *latent loyalty*, dan *loyalty*. Penjelasan ini merujuk pada karya (Suwarsito & Aliya, 2020) yang mendasarkan kategorisasi ini pada model Dick & Basu.

- 1) *No Loyalty*, Situasi ini terjadi ketika sikap dan perilaku pembelian ulang siswa sama-sama lemah. Dalam konteks sekolah sepak bola, hal ini bisa terjadi jika siswa tidak merasakan kepuasan atau keterikatan emosional dengan sekolah, serta tidak menunjukkan konsistensi dalam menghadiri sesi pelatihan.
- 2) *Spurious Loyalty*, Keadaan ini ditandai dengan pengaruh non-sikap terhadap perilaku, seperti norma subjektif dan faktor situasional. Misalnya, siswa mungkin terus mengikuti pelatihan di sekolah tertentu

karena faktor eksternal seperti lokasi yang strategis, bukan karena kepuasan atau keterikatan emosional yang mendalam.

- 3) *Latent Loyalty*, Situasi ini terjadi ketika sikap yang kuat tidak disertai dengan pola pembelian ulang yang konsisten. Dalam konteks sekolah sepak bola, siswa mungkin memiliki pandangan positif terhadap sekolah dan pelatih, tetapi karena faktor eksternal seperti jadwal yang padat atau biaya, mereka tidak dapat menghadiri sesi pelatihan secara rutin.
- 4) *Loyalty*, Situasi ini merupakan yang paling ideal, di mana siswa menunjukkan sikap positif dan disertai dengan pola pembelian ulang yang konsisten. Siswa yang loyal akan merasa puas dengan program pelatihan, memiliki ikatan emosional yang kuat, dan secara konsisten mengikuti sesi pelatihan.

f. Panduan Loyalitas di Sekolah Sepak Bola

Berikut adalah pedoman loyalitas yang terstruktur dengan baik dan benar, serta memiliki standarisasi yang jelas di sekolah sepak bola:

- 1) Komitmen terhadap Sekolah Sepak Bola:
 - a) Menekankan pentingnya loyalitas terhadap sekolah sepak bola sebagai institusi dan visi misinya.
 - b) Mendorong siswa, pelatih, dan orang tua/wali untuk berpartisipasi aktif dan mendukung program-program yang ditawarkan oleh sekolah sepak bola.
 - c) Memperjelas harapan dan tanggung jawab dalam menjaga nama baik sekolah sepak bola.
- 2) Kesetiaan terhadap Tim dan Rekan Setim:
 - a. Mengajarkan nilai-nilai sportivitas, fair play, dan kerjasama dalam tim.

- b. Mendorong siswa untuk menjaga sikap positif terhadap rekan setim, saling mendukung, dan menghormati keberagaman di dalam tim.
- c. Menekankan pentingnya menjaga kerahasiaan strategi tim dan menghindari tindakan yang merugikan tim atau rekan setim.

3) Kepatuhan terhadap Aturan dan Etika:

- a. Menyusun aturan dan peraturan yang jelas dan terbuka bagi siswa, pelatih, dan orang tua/wali.
- b. Mengajarkan pentingnya menghormati aturan dan norma etika, baik di dalam maupun di luar lapangan sepak bola.
- c. Menegakkan disiplin dengan adil dan konsisten sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

4) Penghargaan terhadap Pelatih dan Staf:

- a. Mendorong siswa untuk menghargai peran dan kontribusi pelatih dan staf sekolah sepak bola.
- b. Memfasilitasi komunikasi yang terbuka antara siswa, pelatih, dan orang tua/wali untuk memberikan umpan balik yang konstruktif.
- c. Mendorong partisipasi dalam kegiatan penghargaan dan apresiasi terhadap pelatih dan staf.

5) Loyalitas terhadap Kompetisi:

- a. Mengajarkan siswa untuk bersaing dengan sportivitas dan menghargai lawan.
- b. Menekankan pentingnya mengikuti peraturan dan etika kompetisi yang berlaku.

- c. Menghindari tindakan curang atau tidak etis yang dapat merugikan citra sekolah sepak bola.

6) Kerahasiaan dan Privasi:

- a. Menjaga kerahasiaan informasi pribadi siswa, pelatih, dan orang tua/wali.
- b. Menyediakan kebijakan dan prosedur yang jelas terkait privasi dan penggunaan data pribadi.
- c. Menghormati hak privasi setiap individu yang terlibat dalam sekolah sepak bola.

7) Evaluasi dan Peningkatan:

- a. Melakukan evaluasi rutin terhadap implementasi pedoman loyalitas dan menerima masukan dari siswa, pelatih, dan orang tua/wali.
- b. Menggunakan hasil evaluasi untuk melakukan perbaikan dan pengembangan terus-menerus dalam aspek loyalitas di sekolah sepak bola.
- c. Melibatkan siswa, pelatih, dan orang tua/wali dalam proses pengambilan keputusan terkait peningkatan loyalitas dan kebijakan sekolah sepak bola.

Pedoman ini harus diimplementasikan secara konsisten dan dijadikan acuan dalam membentuk budaya loyalitas yang kuat di sekolah sepak bola. Standarisasi yang jelas akan membantu menciptakan lingkungan yang terstruktur, etis, dan membangun loyalitas yang sehat dan positif di antara semua stakeholder sekolah sepak bola.

4. Lingkungan Latihan

a. Defenisi

Lingkungan latihan adalah suasana yang diciptakan untuk meningkatkan motivasi pribadi dan meningkatkan keterampilan pribadi atlet (Herbison et al., 2020). Lingkungan latihan merupakan sarana yang tepat untuk memfasilitasi proses pembelajaran dan perkembangan atlet (Hadlow et al., 2018). Lingkungan latihan yang dimaksud harus mencakup fasilitas yang sesuai dan memungkinkan atlet berlatih dengan aman, sehat, dan produktif (Simpson et al., 2017). Lingkungan latihan yang baik juga harus mencakup kondisi yang memungkinkan atlet untuk fokus pada tujuan mereka dan tampil di level tertinggi kompetisi. Lingkungan latihan sangatlah penting dikarenakan mencakup banyak hal yang meliputi objek, tempat, orang lain, dan keterjangkauan latihan secara pribadi (Teques et al., 2017). Pendapat lain dikemukakan oleh (Larsen et al., 2020) bahwa lingkungan latihan dan elemen kontekstual dalam tim sepak bola di usia dini menjadi faktor sukses dalam diri mereka sendiri. Pengetahuan tentang lingkungan latihan membantu setiap atlet memahami tata letak di sekitar lingkungannya, serta kemampuan fisik dan motoriknya.

Perluas pendekatan lingkungan ekologis dan lingkungan latihan untuk pengembangan atlet untuk mengontrol perilaku selama interaksi berkelanjutan dengan objek, peristiwa, orang lain, dan fitur medan di lingkungan latihan. Namun, berbicara tentang konsep sepak bola, terutama pada tahap pembinaan usia dini tidak terlepas dari sifat lingkungan latihan dan menjadi pendekatan sentral dalam banyak pendidikan kepelatihan dan praktik kepelatihan (Vaughan et al., 2021). Lingkungan latihan yang sangat kompetitif mengajarkan para pemain dua hal penting: etos kerja dan ketangguhan mental. Para pemain belajar bahwa jika mereka ingin mencapai

prestasi maksimal, tidak cukup hanya mencetak gol tetapi harus punya etos kerja yang baik di luar maupun di dalam lapangan serta punya ketangguhan mental yang baik sehingga bisa tampil di bawah tekanan (Larsen et al., 2020).

Ekologi lingkungan latihan khususnya di sekolah sepak bola menekankan bagaimana siswa maupun atlet saling terkait dan saling bergantung dengan lingkungannya untuk memfasilitasi perilaku tertentu dalam sepak bola usia dini khususnya, menekankan pentingnya interaksi yang secara konstan yang diatur lingkungan latihan yang di terapkan oleh perusahaan dalam hal ini sekolah sepak bola (Araújo & Davids, 2016, Teques et al., 2017). Ketika individu memperkaya keterampilan mereka, mereka menjadi lebih selaras dengan properti informasional dari lingkungan latihan yang menentukan perilaku mereka. Deskripsi ekodinamika ini menangkap bagaimana sistem lingkungan seorang atlet menjadi sangat saling berhubungan, selaras, dan beresonansi yang akan membentuk perilaku performatif dalam isolasi dan jauh dari lingkungan latihan yang khas (Vaughan et al., 2021). Pada kenyataannya, perkembangan perilaku dan keterampilan hanya dapat dipahami baik dari segi karakteristik pelaku maupun karakteristik lingkungan latihan. Dengan demikian, proses perolehan keterampilan dapat dikonseptualisasikan dengan lebih baik sebagai adaptasi atau pengembangan keterampilan: penyelarasan dan resonansi yang mendalam dengan informasi lingkungan latihan dalam pengaturan latihan (Brymer & Schweitzer, 2022). Perubahan dalam lingkungan latihan yang diciptakan oleh pelatih akan berdampak terhadap atlet dan akan cenderung mempengaruhi kualitas latihan dan apakah atlet di sekolah sepak bola memiliki konsekuensi positif atau negatif (Blynova et al., 2020). Ini, tentu saja, merupakan faktor penentu yang penting. Selain itu,

sistem olahraga mempertimbangkan pengaruh lingkungan latihan terhadap motivasi latihan atlet maupun siswa di sekolah sepak bola.

Lingkungan latihan dapat mempengaruhi epistemologi pelatih dalam hal pembinaan untuk kemandirian atlet (Christian et al., 2020). Lingkungan latihan memiliki banyak karakteristik yang dimana mengandung struktur fisik dan dinamika sosial, yang tertanam dalam arus temporal. Lingkungan latihan adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi hasil emosional dan perilaku individu (Cho et al., 2020). Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan latihan di sekolah sepak bola memainkan peran krusial dalam pembentukan pengalaman belajar yang efektif bagi para siswa. Fasilitas yang memadai, keamanan yang dijaga, pendekatan pelatihan yang positif, dan interaksi timbal balik yang sehat antara pelatih dan siswa adalah faktor-faktor penting yang mempengaruhi kualitas latihan. Dengan menciptakan lingkungan yang baik dan mendukung, sekolah sepak bola dapat meningkatkan motivasi siswa, konsentrasi, dan perkembangan keterampilan yang optimal. Lingkungan yang positif di sekitar sepak bola juga dapat menciptakan rasa kesenangan dan kepuasan dalam proses latihan.

b. Aspek-aspek Lingkungan Latihan

Lingkungan latihan merupakan salah satu faktor kunci dalam mengembangkan keterampilan dan loyalitas siswa di sekolah sepak bola, terutama pada usia dini. Menurut (Duncan et al., 2022), terdapat lima aspek yang mempengaruhi lingkungan latihan sepak bola usia dini: kondisi fisik anak, kelas usia, kondisi psikologis anak, fasilitas latihan, dan pemandu latihan. Pemahaman yang mendalam mengenai aspek-aspek ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang optimal bagi perkembangan siswa serta membangun loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola.

- 1) Kondisi Fisik Anak, Kondisi fisik merupakan faktor penting yang mempengaruhi lingkungan latihan di sepak bola usia dini. Kemampuan fisik anak, seperti kekuatan, kelincahan, fleksibilitas, dan kesehatan, harus diperhatikan agar latihan dapat dilakukan dengan efektif. Dalam konteks loyalitas, kondisi fisik yang baik dapat meningkatkan kepuasan siswa terhadap program latihan, yang pada gilirannya akan mendorong mereka untuk terus berlatih di sekolah tersebut.
- 2) Kelas Usia, Kelas usia juga mempengaruhi lingkungan latihan di sepak bola usia dini. Latihan dan teknik tertentu mungkin hanya sesuai untuk anak-anak dengan usia yang sama. Dengan mengelompokkan siswa berdasarkan usia, sekolah sepak bola dapat memberikan program latihan yang lebih spesifik dan efektif, sehingga siswa merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk berpartisipasi secara konsisten.
- 3) Kondisi Psikologis Anak, Kondisi psikologis anak sangat mempengaruhi pengalaman latihan mereka. Penting untuk memastikan bahwa anak dalam keadaan psikologis yang baik sebelum berlatih. Orang tua dan pelatih harus memastikan bahwa anak tidak merasa tertekan atau stres. Lingkungan latihan yang mendukung secara psikologis akan meningkatkan kepuasan siswa, yang berkontribusi pada loyalitas jangka panjang mereka terhadap sekolah.
- 4) Fasilitas Latihan, Fasilitas latihan memiliki pengaruh besar terhadap kenyamanan dan keselamatan anak selama berlatih. Fasilitas yang memadai, aman, dan sesuai dengan usia anak akan membantu menciptakan lingkungan latihan yang positif. Fasilitas yang baik juga dapat menjadi faktor penarik bagi siswa dan orang tua, yang pada akhirnya mendukung retensi dan loyalitas siswa.

5) Pemandu Latihan, Pemandu latihan atau pelatih memainkan peran penting dalam membentuk lingkungan latihan. Mereka harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk melatih anak usia dini, serta pengalaman yang memadai. Pelatih yang kompeten dan berpengalaman dapat memberikan bimbingan yang efektif, membangun hubungan yang baik dengan siswa, dan menciptakan suasana latihan yang menyenangkan dan produktif. Hal ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas siswa terhadap sekolah sepak bola.

c. Faktor-faktor Lingkungan Latihan

Lingkungan latihan yang kondusif merupakan elemen fundamental dalam pengembangan pemain sepak bola usia dini. Dalam konteks sekolah sepak bola, menciptakan lingkungan yang baik tidak hanya membantu pemain merasa nyaman dan terlibat dalam latihan, tetapi juga mempercepat proses belajar dan membangun rasa kebersamaan di antara para pemain. Menurut (Woods et al., 2020), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas lingkungan latihan di sekolah sepak bola: fasilitas dan peralatan yang tersedia, staf pelatih, kebijakan dan prosedur, serta pembiayaan. Pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan pemain dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola.

1) Fasilitas dan Peralatan yang Tersedia, Manajemen sekolah sepak bola harus memastikan tersedianya fasilitas dan peralatan yang memadai untuk latihan. Ini mencakup lapangan sepak bola yang baik, bola, dan alat bantu latihan lainnya. Fasilitas yang memadai tidak hanya mendukung kualitas latihan tetapi juga memberikan rasa kepuasan kepada siswa. Ketika siswa merasa bahwa mereka memiliki akses ke fasilitas yang berkualitas,

mereka cenderung lebih loyal dan termotivasi untuk terus berlatih di sekolah tersebut.

- 2) Staf Pelatih, Pelatih memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk lingkungan latihan. Pelatih yang kompeten dan berpengalaman dapat memotivasi pemain, menciptakan lingkungan yang aman, positif, dan menyenangkan untuk latihan. Pelatih yang baik juga mampu membangun hubungan yang kuat dengan para siswa, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas siswa terhadap sekolah sepak bola.
- 3) Kebijakan dan Prosedur, Manajemen sekolah sepak bola harus memiliki kebijakan dan prosedur yang jelas dan adil. Kebijakan ini harus mencakup aspek-aspek penting seperti keselamatan, penilaian pemain, dan aturan perilaku. Kebijakan yang transparan dan adil membantu menciptakan lingkungan yang terstruktur dan aman, yang mendukung kenyamanan dan kepercayaan siswa. Hal ini penting dalam membangun loyalitas jangka panjang siswa terhadap sekolah.
- 4) Pembiayaan, Pembiayaan yang baik sangat penting untuk memastikan kelangsungan program dan ketersediaan sumber daya yang memadai untuk latihan. Manajemen yang efektif dalam hal pembiayaan akan memastikan bahwa semua kebutuhan latihan terpenuhi tanpa hambatan. Kepastian finansial ini memberikan rasa aman bagi siswa dan orang tua, yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola.

d. Panduan Lingkungan Latihan di Sekolah Sepak Bola

Berikut adalah pedoman lingkungan latihan yang terstruktur dengan baik dan benar, serta memiliki standarisasi yang jelas di sekolah sepak bola:

1) Keamanan dan Keselamatan:

- a) Memastikan lapangan latihan bebas dari bahaya fisik, seperti lubang atau benda berbahaya lainnya.
- b) Memiliki protokol keamanan yang jelas, termasuk prosedur darurat dan evakuasi jika diperlukan.
- c) Memastikan ketersediaan peralatan keamanan yang sesuai, seperti kotak P3K dan nomor darurat yang terlihat jelas.

2) Infrastruktur Lapangan:

- a) Menetapkan standar ukuran lapangan sepak bola yang sesuai dengan regulasi yang berlaku.
- b) Memastikan kondisi permukaan lapangan yang baik, termasuk rumput yang terawat dan bebas dari genangan air.
- c) Menyediakan tanda lapangan yang jelas dan mudah dibaca, termasuk garis lapangan, area penalti, dan titik-titik penting lainnya.

3) Peralatan dan Fasilitas:

- a) Menyediakan peralatan latihan yang sesuai dengan standar kualitas, seperti bola sepak, cones, dan papan penanda.
- b) Memastikan ketersediaan fasilitas yang diperlukan, seperti gawang yang sesuai standar dan area penonton yang aman.
- c) Melakukan perawatan dan pemeliharaan rutin terhadap peralatan dan fasilitas, serta menggantinya jika diperlukan.

4) Kondisi Lingkungan:

- a) Menjaga kebersihan lapangan latihan dengan rutin membersihkan sampah atau limbah yang dihasilkan.
- b) Mengelola penggunaan air secara efisien dan mempertahankan kebersihan dan sanitasi area fasilitas.
- c) Menetapkan kebijakan untuk menjaga kebersihan dan kerapian di area latihan.

5) Cuaca dan Keadaan Darurat:

- a) Memonitor kondisi cuaca secara teratur dan memiliki kebijakan yang jelas terkait penangguhan atau penghentian latihan jika diperlukan.
- b) Memastikan adanya tempat perlindungan yang aman di dekat lapangan latihan untuk menghadapi kondisi cuaca yang buruk.
- c) Melakukan pelatihan dan persiapan terkait tindakan darurat, termasuk pertolongan pertama dan evakuasi jika terjadi keadaan darurat.

6) Peraturan dan Etika:

- a) Menyusun dan menerapkan peraturan yang jelas terkait perilaku dan etika selama latihan.
- b) Mengajarkan kepada siswa pentingnya menghormati rekan setim, lawan, pelatih, dan wasit.
- c) Menegakkan disiplin dengan adil dan konsisten sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

7) Evaluasi dan Perbaikan:

- a) Melakukan evaluasi rutin terhadap lingkungan latihan dan menerima masukan dari siswa, pelatih, dan orang tua/wali.

- b) Menggunakan hasil evaluasi untuk melakukan perbaikan dan peningkatan terus-menerus terhadap lingkungan latihan.
- c) Melibatkan siswa, pelatih, dan orang tua/wali dalam proses pengambilan keputusan terkait peningkatan lingkungan latihan.

Pedoman ini harus diimplementasikan secara konsisten dan dijadikan acuan dalam mengelola lingkungan latihan di sekolah sepak bola. Standarisasi yang jelas akan membantu menciptakan lingkungan yang aman, terstruktur, dan berkualitas bagi siswa dan staf di sekolah sepak bola.

5. Kepuasan Peserta

a. Defenisi

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons pemenuhan pelanggan: penilaian bahwa suatu produk atau layanan memberikan tingkat kepuasan terkait konsumsi yang menyenangkan (Zhou et al., 2019). Kepuasan adalah perasaan pelanggan mengenai hasil dari proses evaluasi, yang membandingkan apa yang diterima dari layanan dan komoditas dengan harapan (Pakurár et al., 2019). Kepuasan menyangkut penilaian pelanggan apakah barang dan jasa memenuhi harapan dan kebutuhan, serta memberikan tingkat pemenuhan yang berhubungan dengan konsumsi yang memuaskan. Istilah kepuasan pelanggan dan kepentingannya didefinisikan oleh (Fida et al., 2020) sebagai indikator untuk mencapai kesuksesan berkelanjutan perusahaan dalam jangka panjang, kebutuhan untuk menekankan kepuasan pelanggan merupakan pertimbangan utama. Dengan kata lain, kepuasan hanya dapat dipenuhi ketika kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan melebihi harapan pelanggan

Kepuasan mengacu pada perasaan atau kesenangan positif yang diperoleh setelah mengalami atau mengkonsumsi produk atau layanan dari

sebuah organisasi maupun sebuah klub dalam dunia olahraga tak terkecuali sekolah sepak bola, selain itu kepuasan digambarkan sebagai keadaan kognitif-emosional yang dihasilkan dari pengalaman konsumen yang positif, sehingga kepuasan tergantung pada produk dan harga yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang diberikan, dan keramahan seluruh pengelola sekolah sepakbola (Carvache-Franco et al., 2022). Kepuasan pelanggan penting karena berdampak langsung pada retensi pelanggan tingkat pengeluaran dan daya saing jangka panjang organisasi (Cao et al., 2018). Memenuhi harapan pelanggan tidak hanya akan memberikan kepuasan pelanggan tetapi juga mengembangkan loyalitas pelanggan yang kemudian akan mengurangi kasus tingkat kehilangan pelanggan atau meningkatkan tingkat retensi. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan dari suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman membeli dan mengkonsumsinya dari waktu ke waktu. Pelayanan dan kualitas produk, strategi harga, dan karakteristik merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Zhong & Moon, 2020).

Perusahaan dapat mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan menyediakan produk dan layanan berkualitas baik. Pelanggan yang puas cenderung untuk membeli kembali produk dan menjadi pelanggan setia, dan mereka terlibat secara positif dalam memberikan rekomendasi kepada pelanggan lain dan kurang sensitif terhadap harga. Selain itu, setelah pelanggan puas dengan suatu produk atau merek, mereka lebih cenderung merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain, dan lebih mungkin untuk membeli produk tersebut berulang kali daripada beralih ke merek alternatif lain. Ada banyak konsep kepuasan pelanggan yang berbeda. Namun, secara umum, kepuasan dapat dikaitkan dengan perasaan penerimaan, kebahagiaan, kelegaan dan kegembiraan (Nguyen et al., 2020) atau kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk

atau layanan dalam hal apakah produk atau layanan tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. (Nguyen et al., 2020) menunjukkan bahwa kepuasan adalah perasaan konsumen ketika proses konsumsi memuaskan kebutuhan, harapan dan tujuan mereka dengan cara yang menyenangkan dan menarik.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan adalah Kepuasan di sekolah sepak bola memiliki peran penting dalam motivasi, partisipasi, dan pengembangan siswa. Ketika siswa merasa puas dengan pengalaman mereka, mereka lebih mungkin untuk tetap terlibat, berkomitmen, dan mencapai kemajuan dalam program. Selain itu, kepuasan siswa juga mencerminkan citra positif sekolah sepak bola, yang dapat mempengaruhi retensi siswa dan dapat menjadi sumber referensi dan rekomendasi untuk calon siswa di masa depan. Dengan memprioritaskan kepuasan siswa, sekolah sepak bola dapat menciptakan lingkungan yang memotivasi, memenuhi harapan, dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi siswa mereka.

b. Metode kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan indikator kunci yang menentukan loyalitas dan retensi pelanggan dalam berbagai konteks, termasuk di sekolah sepak bola. Konsumen yang puas tidak hanya cenderung untuk kembali menggunakan layanan yang sama, tetapi juga bersedia berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain. Dalam lingkungan sekolah sepak bola, kepuasan siswa dan orang tua memainkan peran penting dalam membangun reputasi dan mempertahankan siswa. Menurut (Suwarsito & Aliya, 2020), terdapat beberapa metode inti dalam mengukur kepuasan pelanggan yang relevan untuk diterapkan dalam konteks sekolah sepak bola: kepuasan

pelanggan secara keseluruhan, validasi ekspektasi, dan kesediaan untuk merekomendasikan.

- 1) Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan, Mengukur kepuasan siswa dan orang tua terhadap program pelatihan sepak bola adalah langkah awal yang penting. Hal ini dapat dilakukan dengan langsung bertanya seberapa puas mereka dengan berbagai aspek program, seperti kualitas pelatihan, fasilitas, dan interaksi dengan pelatih. Selain itu, penting juga untuk membandingkan tingkat kepuasan ini dengan program pelatihan yang ditawarkan oleh sekolah sepak bola lainnya. Dengan demikian, sekolah dapat mengidentifikasi keunggulan kompetitif mereka serta area yang memerlukan perbaikan.
- 2) Validasi Ekspektasi, Kepuasan siswa dan orang tua tidak hanya diukur secara langsung tetapi juga melalui kesesuaian antara ekspektasi mereka dan kinerja aktual program pelatihan. Sekolah sepak bola perlu memahami harapan siswa dan orang tua mengenai berbagai aspek pelatihan, mulai dari kualitas latihan hingga fasilitas yang disediakan. Dengan mengevaluasi kesesuaian antara ekspektasi ini dan pengalaman nyata, sekolah dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang tingkat kepuasan dan area yang memerlukan peningkatan.
- 3) Kesediaan untuk Merekomendasikan, Dalam konteks sekolah sepak bola, kesediaan siswa dan orang tua untuk merekomendasikan program pelatihan kepada teman atau anggota keluarga merupakan ukuran penting dari kepuasan dan loyalitas. Rekomendasi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh besar dalam menarik siswa baru dan mempertahankan siswa yang ada. Analisis kesediaan untuk merekomendasikan ini membantu sekolah memahami sejauh mana siswa dan orang tua merasa puas dan percaya diri dengan program pelatihan yang ditawarkan.

c. Metrik Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan elemen vital dalam menciptakan loyalitas dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan. Dalam konteks sekolah sepak bola, pemahaman mendalam mengenai metrik kepuasan pelanggan dapat membantu manajemen dalam mengoptimalkan kualitas layanan, program pelatihan, dan pengalaman keseluruhan siswa serta orang tua. Berdasarkan pandangan (Suwarsito & Aliya, 2020), terdapat lima metrik yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yang relevan untuk diterapkan dalam lingkungan sekolah sepak bola: kualitas layanan, kualitas produk, emosi konsumen, nilai produk, serta biaya dan kenyamanan.

- 1) Kualitas Layanan, Konsumen merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dalam konteks sekolah sepak bola, kualitas layanan mencakup interaksi antara pelatih dan siswa, dukungan administrasi, serta komunikasi yang efektif dengan orang tua. Penyediaan layanan yang berkualitas tinggi akan meningkatkan kepuasan siswa dan orang tua, yang pada gilirannya mendukung loyalitas mereka terhadap sekolah.
- 2) Kualitas Produk, Produk dalam hal ini adalah program pelatihan sepak bola itu sendiri. Konsumen puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa program pelatihan yang diikuti berkualitas tinggi dan efektif dalam mengembangkan keterampilan siswa. Program pelatihan yang terstruktur dengan baik, inovatif, dan disesuaikan dengan kebutuhan siswa akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola.
- 3) Emosi Konsumen, Konsumen emosional merasa bangga dan percaya diri bahwa orang lain akan terkesan ketika mereka menggunakan produk

merek tertentu. Dalam konteks sekolah sepak bola, hal ini bisa berarti bahwa siswa dan orang tua merasa bangga menjadi bagian dari sekolah tersebut karena reputasi yang baik dan prestasi yang dicapai. Kepuasan yang diperoleh dari rasa bangga dan harga diri ini akan meningkatkan loyalitas siswa dan orang tua.

- 4) Nilai Produk, Produk dengan kualitas yang sama tetapi dengan harga yang lebih rendah akan memberikan konsumen nilai yang lebih tinggi dan dengan demikian menimbulkan kepuasan. Sekolah sepak bola yang mampu menawarkan program pelatihan berkualitas dengan biaya yang kompetitif akan mendapatkan kepuasan dan loyalitas lebih tinggi dari siswa dan orang tua.
- 5) Biaya dan Kenyamanan, Konsumen yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk memperoleh produk atau jasa cenderung puas dengan produk atau jasa tersebut. Dalam konteks sekolah sepak bola, ini berarti kemudahan akses ke fasilitas latihan, jadwal yang fleksibel, dan minimnya biaya tambahan. Kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan siswa dan orang tua akan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas mereka.

d. Jenis Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan elemen kunci dalam menciptakan loyalitas dan keberlanjutan hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan, termasuk dalam konteks sekolah sepak bola. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Suchánek & Králová, 2019), terdapat dua jenis kepuasan yang dapat diidentifikasi, yaitu kepuasan transaksional dan kumulatif kepuasan. Pemahaman terhadap kedua jenis kepuasan ini sangat penting untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas siswa serta orang tua di sekolah sepak bola.

- 1) **Kepuasan Transaksional**, Kepuasan transaksional didefinisikan sebagai evaluasi terhadap pembelian tertentu setelah pelaksanaannya. Kepuasan ini bersifat jangka pendek dan berfokus pada evaluasi satu pembelian atau pengalaman spesifik. Dalam konteks sekolah sepak bola, kepuasan transaksional dapat diukur melalui umpan balik langsung dari siswa dan orang tua setelah sesi latihan atau pertandingan tertentu. Misalnya, evaluasi terhadap kualitas pelatihan, keterampilan yang diajarkan, atau pengalaman interaksi dengan pelatih pada satu sesi latihan. Kepuasan transaksional ini sangat penting terutama bagi siswa baru yang belum memiliki banyak pengalaman dengan program pelatihan yang ditawarkan oleh sekolah.
- 2) **Kumulatif Kepuasan**, Kumulatif kepuasan menggambarkan pengalaman keseluruhan pelanggan dengan produk atau layanan, dikenal juga sebagai kepuasan umum. Kepuasan ini bersifat jangka panjang dan didasarkan pada pengalaman berulang serta evaluasi keseluruhan terhadap penyedia layanan. Dalam konteks sekolah sepak bola, kumulatif kepuasan mencakup evaluasi terhadap seluruh program pelatihan yang diikuti siswa, termasuk keberlanjutan kualitas pelatihan, perkembangan keterampilan, dan hasil yang dicapai. Kumulatif kepuasan juga mempertimbangkan interaksi yang konsisten dengan staf pelatih dan pengalaman keseluruhan yang positif di lingkungan latihan.

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor esensial dalam keberhasilan dan keberlanjutan hubungan antara penyedia layanan dan konsumennya. Dalam konteks sekolah sepak bola, kepuasan siswa dan orang tua sangat penting untuk menciptakan loyalitas yang kuat dan memastikan partisipasi yang berkelanjutan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Naini et al.,

2022), terdapat lima faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang juga relevan untuk diaplikasikan dalam lingkungan sekolah sepak bola: kualitas produk, harga, kualitas layanan, emosionalitas dan biaya, serta kemudahan mendapatkan produk.

- 1) Kualitas Produk, Kualitas produk mengacu pada mutu program pelatihan sepak bola yang ditawarkan. Program pelatihan yang dirancang dengan baik, terstruktur, dan mampu meningkatkan keterampilan siswa secara efektif akan menghasilkan kepuasan yang tinggi. Di sekolah sepak bola, kualitas produk mencakup metode pelatihan, kurikulum, dan hasil yang diperoleh oleh siswa.
- 2) Harga, Harga adalah faktor yang signifikan dalam menentukan kepuasan pelanggan. Sekolah sepak bola yang menawarkan program pelatihan dengan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang diberikan akan lebih dihargai oleh orang tua dan siswa. Transparansi dalam biaya dan penawaran nilai tambah dapat meningkatkan persepsi positif terhadap harga yang ditetapkan.
- 3) Kualitas Layanan, Kualitas layanan mencakup interaksi antara pelatih dan siswa, serta dukungan administratif yang diberikan oleh sekolah sepak bola. Pelayanan yang responsif, ramah, dan profesional akan meningkatkan kepuasan siswa dan orang tua. Kualitas layanan yang tinggi menciptakan lingkungan pelatihan yang positif dan mendukung perkembangan siswa.
- 4) Emosionalitas dan Biaya, Faktor emosionalitas mencakup perasaan bangga dan puas yang dirasakan oleh siswa dan orang tua saat menjadi bagian dari sekolah sepak bola. Biaya yang terjangkau dan tidak memberatkan juga menjadi pertimbangan penting. Pengalaman positif

yang memberikan nilai emosional tinggi dan biaya yang wajar akan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

- 5) Kemudahan Mendapatkan Produk, Kemudahan dalam mengakses fasilitas dan layanan sekolah sepak bola sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ini termasuk lokasi yang strategis, jadwal latihan yang fleksibel, dan kemudahan dalam proses pendaftaran serta pembayaran. Aksesibilitas yang baik akan membuat siswa dan orang tua merasa nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan

f. Panduan Kepuasan di Sekolah Sepak Bola

Berikut adalah pedoman kepuasan yang terstruktur dengan baik dan benar, serta memiliki standarisasi yang jelas di sekolah sepak bola:

1) Kualitas Pelayanan:

- a) Menyediakan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional kepada siswa, orang tua/wali, dan stakeholder lainnya.
- b) Memastikan pelatih dan staf memiliki kompetensi yang memadai dalam memberikan pelatihan dan dukungan.
- c) Mengadakan mekanisme umpan balik untuk mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan yang disediakan.

2) Program dan Kurikulum:

- a) Menyusun program dan kurikulum latihan yang sesuai dengan tingkat kemampuan dan kebutuhan siswa.
- b) Menyediakan variasi dan kemajuan yang tepat dalam latihan untuk memastikan perkembangan yang optimal.

- c) Melakukan evaluasi rutin terhadap program dan kurikulum, serta melakukan perbaikan berkelanjutan.

3) Fasilitas dan Peralatan:

- a) Memastikan ketersediaan fasilitas dan peralatan yang memadai untuk mendukung latihan yang efektif.
- b) Melakukan perawatan rutin terhadap fasilitas dan peralatan untuk memastikan kondisi yang baik.
- c) Mengikuti standar keselamatan dan kualitas dalam pengadaan dan penggunaan fasilitas dan peralatan.

4) Komunikasi dan Transparansi:

- a) Membangun komunikasi yang terbuka dan efektif dengan siswa, orang tua/wali, dan pelatih.
- b) Memberikan informasi yang jelas dan terkini mengenai jadwal latihan, program, kebijakan, dan perkembangan siswa.
- c) Mengelola harapan dengan jujur dan transparan, serta memberikan umpan balik secara konstruktif.

5) Evaluasi dan Perbaikan:

- a) Melakukan evaluasi terhadap kepuasan siswa, orang tua/wali, dan pelatih secara berkala.
- b) Menggunakan hasil evaluasi untuk melakukan perbaikan dan peningkatan berkelanjutan dalam pelayanan.
- c) Melibatkan siswa, orang tua/wali, dan pelatih dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan.

6) Penanganan Keluhan dan Masalah:

- a) Membuat prosedur yang jelas untuk menangani keluhan atau masalah yang mungkin timbul.
- b) Menanggapi keluhan atau masalah dengan cepat, adil, dan konstruktif.
- c) Menggunakan keluhan sebagai peluang untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

7) Keterlibatan dan Partisipasi:

- a) Mendorong keterlibatan dan partisipasi aktif siswa, orang tua/wali, dan pelatih dalam kegiatan sekolah sepak bola.
- b) Mengadakan pertemuan rutin, acara, atau forum yang melibatkan semua stakeholder.
- c) Menerima masukan, saran, dan kontribusi dari siswa, orang tua/wali, dan pelatih dalam pengambilan keputusan.

6. Hubungan Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator

Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara dua variabel lainnya dalam suatu model analisis. Variabel moderator berperan dalam mengubah atau memperkuat hubungan antara variabel independen dan dependen dalam model analisis. Dalam konteks penelitian, variabel moderator digunakan untuk memperjelas hubungan antara variabel independen dan dependen, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi hubungan tersebut.

Dalam penelitian ini, kepuasan peserta dianggap sebagai mediator antara kualitas layanan dan lingkungan latihan dengan loyalitas peserta. Artinya, kualitas layanan dan lingkungan latihan akan berdampak pada kepuasan

peserta, yang kemudian akan mempengaruhi loyalitas peserta. Dengan memasukkan variabel mediator ke dalam model analisis, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kualitas layanan dan lingkungan latihan mempengaruhi loyalitas peserta (Ali et al., 2021).

Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dianggap sebagai aspek penting dalam bisnis tak terkecuali di industry olahraga khususnya di sepak bola usia dini, karena perkembangan suatu perusahaan maupun sekolah sepak bola sangat tergantung pada seberapa baik mereka mempertahankan pelanggan mereka melalui layanan (Suciptawati et al., 2019). Kualitas pelayanan yang baik tentunya diharapkan akan menghasilkan kepuasan pelanggan, sehingga akan meningkatkan retensi dan loyalitas pelanggan. Penelitian oleh (Sylvester et al., 2018) menunjukkan bahwa lingkungan latihan yang menyenangkan dan menarik dapat meningkatkan kepuasan dan motivasi para siswa pada saat melakukan latihan. Selain itu, studi oleh Standage and Ryan (2012) menemukan bahwa kepuasan dengan lingkungan latihan dapat mempengaruhi kepuasan dengan hasil olahraga dan meningkatkan kepuasan dengan kualitas hidup secara keseluruhan.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan diterima secara luas sebagai petunjuk kunci untuk pencapaian bisnis yang langgeng. Para peneliti telah membuktikan pengaruh yang kuat dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan karenanya kesuksesan bisnis olahraga yang inklusif. Beberapa perusahaan maupun sekolah sepak bola menganggap loyalitas pelanggan sebagai landasan penting untuk keuntungan komersial (Agarwal & Dhingra, 2023). Loyalitas pelanggan akan tinggi jika kepuasan pelanggan juga tinggi (Le et al., 2020). Organisasi bisnis mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan total mereka. Al-deewari et al. (2017) menyebutkan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sangat intuitif. Kepuasan

pelanggan mempengaruhi perilaku pelanggan dan ini pada gilirannya mempengaruhi loyalitas pelanggan. Iqbal dkk. (2018) mengungkapkan hubungan langsung yang positif dan penting antara loyalitas dan kualitas layanan dan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Gorondutse dan Hilman (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan terkait dengan loyalitas pelanggan. Rahim (2016) menemukan hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Van Lierop dan El-Geneidy (2016) juga menegaskan efek positif dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hubungan kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas pelanggan telah menjadi topik penelitian yang penting dalam manajemen pemasaran. Kualitas layanan dan lingkungan latihan dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sendiri dapat diartikan sebagai keinginan dan kesediaan pelanggan untuk mempertahankan hubungan bisnis dengan suatu perusahaan atau merek dan membeli produk atau layanan mereka kembali di masa depan (Liat et al., 2017).

Kepuasan pelanggan sering kali dianggap sebagai variabel mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai penghubung antara kualitas layanan dan lingkungan latihan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, semakin tinggi kualitas layanan dan lingkungan latihan, semakin tinggi kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan (Putri & Yasa, 2022). Kepuasan dalam penelitian ini berperan sebagai variabel moderator. Dimana Peranan dan fungsi dalam penelitian ini sebagai penghubung antara variabel kualitas layanan, lingkungan latihan, dan loyalitas peserta sekolah sepak bola di DIY. Kepuasan peserta di sini mengacu pada seberapa puas peserta dengan kualitas

layanan dan lingkungan latihan yang diberikan oleh sekolah sepak bola (Wilson et al., 2020).

B. Kajian Penelitian Yang Relevan dan Keterbaruan Penelitian

1. Kajian Penelitian Relevan

Kajian penelitian relevan merupakan analisis terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa penelitian yang sedang dilakukan bukanlah pengulangan atau duplikasi, melainkan sebuah upaya untuk mengetahui posisi penelitian tersebut dalam ranah ilmiah serta menyoroiti kebaruan dan keunikannya, terutama untuk penelitian tesis ini.

Peneliti meninjau berbagai penelitian terdahulu yang relevan dari jurnal internasional yang terdapat dalam database seperti PsycInfo, ProQuest, Sport Discus, Scopus, dan Web of Science. Penelitian-penelitian tersebut kemudian direview berdasarkan judul, metode, subjek, instrumen, analisis data, dan hasil penelitian. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap kesamaan dan perbedaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan, dilihat dari judul, metode, subjek, instrumen, dan analisis data. Tabel 1 menampilkan hasil dari kajian ini. Dalam tinjauan pustaka, penelitian relevan berfungsi untuk menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan memiliki elemen kebaruan atau inovasi yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Studi terkait disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Yang Akan Di Lakukan

	Penelitian terdahulu yang relevan				Penelitian yang akan dilakukan	
No	Nama Peneliti Dan	Judul	Metode, Subyek, Instrumen,	Hasil Penelitian	Judul	Metode, Subyek, Instrumen,

	Tahun Publis		Dan Analisis Data			Dan Analisis Data
1	Dian Metasari Nursanti, Tomoliyus ,Japhet Ndayisenga (2020)	Menjelajahi Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Harga dan Promosi Mulut ke Mulut peserta fitnes klub di yogyakarta	Studi eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 181 subjek dari 10 Yogyakarta fitness klub diambil secara random sampling Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan Analisis data	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, pengaruh kualitas layanan terhadap perilaku loyalitas sebagian besar tidak langsung. Harga tiket berpengaruh negatif terhadap kepuasan dan	Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY	Metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian 200 atlet sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data kuosiner dengan skala likert. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). .

			menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji kesamaan dan hubungan antar variabel	loyalitas fitness klub di yogyakarta		
2	Hwang & Jang (2020).	The effects of job characteristics on perceived organizational identification and job satisfaction of the Organizing Committee for the Olympic Games employees	Dengan melakukan pemodelan persamaan struktural dan bootstrap, model yang diusulkan diuji dengan sampel 280 karyawan tetap dari OCOG PyeongChang 2018. Hasilnya menegaskan bahwa	Hasil bootstrap menunjukkan efek tidak langsung yang signifikan dari SIG pada job satisfaction (JSAT), dimediasi oleh OID ($\beta = .28$, $p < .001$), menegaskan pentingnya OID di	Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY	Metode survei studi eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian 200 atlet sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data kuosiner dengan skala likert.

			signifikansi tugas (SIG; = .52, $p < .001$) dan umpan balik (FB; = .19, $p < .05$) adalah anteseden yang signifikan yang mempengaruhi OID karyawan dan bahwa OID ($\beta = .55$, $p < .001$) menjelaskan 29,8% dari varians dalam kepuasan kerja (JSAT).	JSAT		Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). .
3	Sameh Khamis Mahmoud Ibrahim, Alaa El	The Effect Of The Quality Of Service For Sports Facilities On	Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan	Terdapat hubungan positif dan signifikan secara	Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan	Metode survei studi eksplorasi dengan pendekatan

	Din Al Gharbawi, Eman Abdel Salam (2020)	The Intention To Use: Applying To Sports Facilities In The Arab Academy For Science, Technology And Maritime Transport- Egypt- Alexandria	384 kuisisioner, peneliti menggunakan program analisis statistic SPSS V20	statistik sebesar $\geq 0,05$ antara masing-masing dimensi kualitas layanan	Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY	kuantitatif. Subyek penelitian 200 atlet sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data koosiner dengan skala likert. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).
4	Hamid Ahaninjan, Hosein Akbariyazi, Alireza Elahi (2021)	The Role Of Service Quality And Organization al Image In Individuals Emotional Satisfaction And Loyalty	Penelitian ini bersifat aplikatif dari segi mode menggunakan survey deskriptif dan sampel yang digunakan	Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap citra	Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator	Metode survei studi eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian 200 atlet

		With a Focus On Customers Rights In Tehran Sports Complexes	mencangkup 487 sampel. Analisis data yang digunakan adalah pemodelan persamaan sruktural dan perangkat lunak SPSS dan SMART PLS.	organisasi, dan variabel kualitas pelayanan dan citra organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan	Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY	sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data koosiner dengan skala likert. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).
5	Edvaldo de Farias, Luis Mendes, Maria Nascimento, Eva Morais (2022)	Service quality relevant attributes towards a future excellence-based fitness centre classification in rio de janeiro	Penelitian menggunakan prosedur pengambilan sampel bertingkat, analisis data yang digunakan adalah analisis SEM.	Penelitian ini menunjukkan signifikan antara atribut kualitas layanan di pusat kebugaran	Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY	Metode survei studi eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian 200 atlet sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta.

						Teknik pengumpulan data kuosiner dengan skala likert. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).
6	Lei Ouyang (2020)	An empirical study of the determinants of consumer price sensitivity for the health and fitness club industry	Jumlah peserta dalam penelitian ini sebanyak 507. Pendekatan pengambilan sampel yang nyaman adalah digunakan untuk merekrut anggota dari lima klub kesehatan dan	Penelitian ini signifikan terhadap model dari kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dan biaya peralihan.	Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY	Metode survei studi eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian 200 atlet sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data kuosiner dengan skala

			kebugaran di Colorado dan West Virginia. Dengan analisis data dengan model persamaan structural (SEM)			likert. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).
--	--	--	---	--	--	---

2. Kebaharuan dan Keunikan Penelitian

Mengacu pada table 1 tersebut di atas perbedaan dan kesamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut.

a. Dian Metasari Nursanti, Tomoliyus Japhet, Ndayisenga (2020)

- 1) Judul Penelitian: Menjelajahi Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Harga, dan Promosi Mulut ke Mulut peserta fitness klub di Yogyakarta
- 2) Metode: Studi eksplorasi dengan pendekatan kuantitatif. Sampel 181 subjek dari 10 fitness klub di Yogyakarta, menggunakan random sampling dan kuesioner. Analisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).
- 3) Hasil: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan pengaruh kualitas layanan terhadap perilaku loyalitas sebagian besar tidak

langsung. Harga tiket berpengaruh negatif terhadap kepuasan dan loyalitas.

a) Penelitian yang Akan Dilakukan

(1) Judul, Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY

(2) Metode, Survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek 200 atlet sepak bola di Yogyakarta, menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan analisis data menggunakan SEM.

b) Persamaan

(1) Kedua penelitian menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan SEM untuk analisis data.

(2) Keduanya meneliti efek kualitas layanan terhadap variabel lain seperti kepuasan dan loyalitas.

c) Perbedaan

(1) Penelitian sebelumnya meneliti fitness klub di Yogyakarta, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada sekolah sepak bola di Yogyakarta.

(2) Variabel tambahan yang diteliti dalam penelitian yang akan dilakukan adalah lingkungan latihan.

b. Hwang & Jang (2020)

1) Judul Penelitian, The effects of job characteristics on perceived organizational identification and job satisfaction of the Organizing Committee for the Olympic Games employees

- 2) Metode, Pemodelan persamaan struktural dan bootstrap dengan sampel 280 karyawan tetap dari OCOG Pyeong Chang 2018.
- 3) Hasil, Tugas dan umpan balik adalah anteseden signifikan yang mempengaruhi identifikasi organisasi dan kepuasan kerja.
 - a) Penelitian yang Akan Dilakukan
 - (1) Judul, Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY
 - (2) Metode, Survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek 200 atlet sepak bola di Yogyakarta, menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan analisis data menggunakan SEM.
 - b) Persamaan

Kedua penelitian menggunakan metode pemodelan persamaan struktural untuk analisis data.
 - c) Perbedaan

Fokus penelitian sebelumnya adalah pada karakteristik pekerjaan dan kepuasan kerja karyawan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas atlet sepak bola.
- c. Sameh Khamis Mahmoud, Ibrahim Alaa El Din Al Gharbawi, Eman Abdel Salam (2020)
 - 1) Judul Penelitian, The Effect Of The Quality Of Service For Sports Facilities On The Intention To Use
 - 2) Metode, Penyebaran 384 kuesioner dengan analisis statistik menggunakan SPSS V20.

- 3) Hasil, Hubungan positif dan signifikan antara dimensi kualitas layanan dan niat penggunaan fasilitas olahraga.
- a) Penelitian yang Akan Dilakukan
- (1) Judul, Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY
- (2) Metode, Survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek 200 atlet sepak bola di Yogyakarta, menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan analisis data menggunakan SEM.
- b) Persamaan
- Kedua penelitian meneliti kualitas layanan fasilitas olahraga.
- c) Perbedaan
- Penelitian sebelumnya fokus pada niat penggunaan fasilitas, sementara penelitian yang akan dilakukan fokus pada loyalitas atlet melalui mediator kepuasan.
- d. Hamid Ahaninjan, Hosein Akbariyazdi, Alireza Elahi (2021)
- 1) Judul Penelitian, The Role Of Service Quality And Organizational Image In Individuals Emotional Satisfaction And Loyalty
- 2) Metode, Survey deskriptif dengan 487 sampel, menggunakan analisis data SEM, SPSS, dan SMART PLS.
- 3) Hasil, Kualitas layanan dan citra organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- a) Penelitian yang Akan Dilakukan

- (1) Judul, Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY
- (2) Metode, Survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek 200 atlet sepak bola di Yogyakarta, menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan analisis data menggunakan SEM.

b) Persamaan

Kedua penelitian meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan/atlet.

c) Perbedaan

Penelitian sebelumnya juga meneliti citra organisasi, sementara penelitian yang akan dilakukan meneliti lingkungan latihan sebagai variabel tambahan.

e. Edvaldo de Farias, Luis Mendes, Maria Nascimento, Eva Morais (2022)

- 1) Judul Penelitian, Service quality relevant attributes towards a future excellence-based fitness centre classification in Rio de Janeiro
- 2) Metode, Prosedur pengambilan sampel bertingkat dan analisis data menggunakan SEM.
- 3) Hasil, Atribut kualitas layanan di pusat kebugaran signifikan.

a) Penelitian yang Akan Dilakukan

- (1) Judul, Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY

(2)Metode, Survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek 200 atlet sepak bola di Yogyakarta, menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan analisis data menggunakan SEM.

b) Persamaan

Kedua penelitian menggunakan metode analisis SEM untuk menilai atribut kualitas layanan.

c) Perbedaan

Penelitian sebelumnya berfokus pada pusat kebugaran di Rio de Janeiro, sementara penelitian yang akan dilakukan fokus pada sekolah sepak bola di Yogyakarta.

f. Lei Ouyang (2020)

- 1) Judul Penelitian, An empirical study of the determinants of consumer price sensitivity for the health and fitness club industry
- 2) Metode, Pengumpulan data dari 507 peserta dengan analisis data SEM.
- 3) Hasil, Model menunjukkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan biaya peralihan signifikan.

a) Penelitian yang Akan Dilakukan

(1)Judul, Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY

(2)Metode, Survei dengan pendekatan kuantitatif. Subyek 200 atlet sepak bola di Yogyakarta, menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan analisis data menggunakan SEM.

b) Persamaan

Kedua penelitian menggunakan SEM untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas.

c) Perbedaan

Penelitian sebelumnya meneliti sensitivitas harga dalam industri klub kesehatan dan kebugaran, sementara penelitian yang akan dilakukan fokus pada pengaruh lingkungan latihan dan kualitas layanan terhadap loyalitas atlet sepak bola.

Berdasarkan Tabel 1 dan uraian yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan dilakukan memiliki keunikan dan kebaruan dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang relevan. Keunikan ini terdapat pada variabel bebas, variabel terikat, dan subjek penelitian. Kebaruan penelitian ini dapat dilihat secara jelas pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Keunikan Dan Keterbaruan Penelitian

Aspek	Penelitian Relevan Terdahulu	Penelitian yang akan peneliti lakukan
Variabel	Kualitas layanan, finansial, lingkungan social, motivasi, kepuasan dan kinerja atlet	Kualitas layanan, Lingkungan latihan, Loyalitas, Mediator Kepuasan
Metode	Surve	Surve
Pengumpulan Data	Koisioner	Koisioner
Partisipan	Karyawan, Menejer Klub, Konsumen, Pelanggan	Siswa SSB di DIY
Analisi Data	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Structural Equation Modelling AMOS (SEM AMOS)</i>

Berdasarkan tabel di atas, Keunikan penelitian ini terletak pada penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, serta penerapan metode analisis SEM (Structural Equation Modeling) dengan perangkat lunak Amos. Penelitian ini juga menambahkan variabel lingkungan latihan dan loyalitas, yang dianalisis melalui peran mediator di sekolah sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori dan penelitian yang relevan, penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas peserta sekolah sepak bola melalui mediator kepuasan peserta. Kualitas layanan mencakup berbagai dimensi seperti keandalan, daya tanggap, dan jaminan yang disediakan oleh sekolah sepak bola. Faktor-faktor ini penting dalam menciptakan persepsi positif di kalangan peserta, yang berpotensi meningkatkan kepuasan mereka. Lingkungan latihan, di sisi lain, melibatkan fasilitas fisik, peralatan, kondisi tempat, serta keamanan saat latihan. Aspek-aspek ini berperan dalam menciptakan pengalaman latihan yang nyaman dan aman bagi peserta.

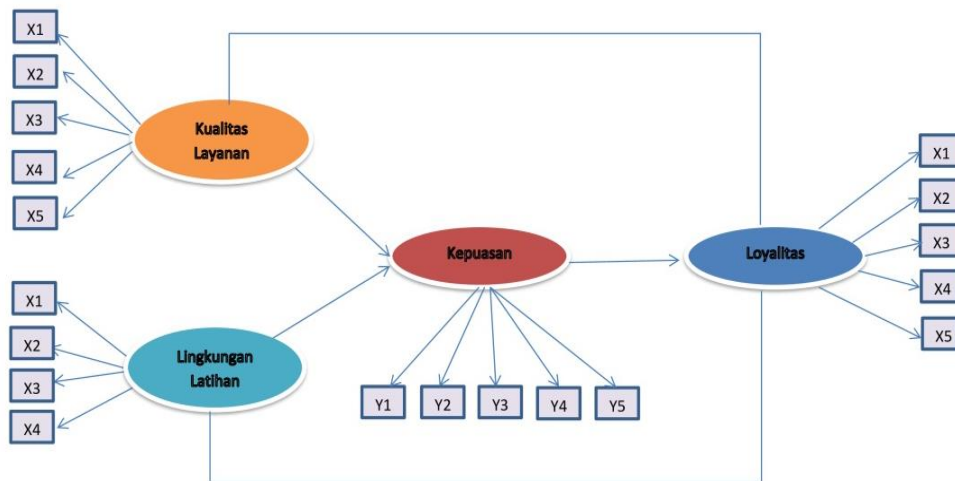
Kepuasan peserta adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh peserta berdasarkan pengalaman mereka dengan layanan dan lingkungan yang disediakan. Kepuasan ini dapat menjadi indikator penting dalam menentukan apakah peserta akan tetap setia dan loyal terhadap sekolah sepak bola tersebut. Loyalitas peserta diukur berdasarkan kecenderungan peserta untuk terus mengikuti program di sekolah sepak bola yang bersangkutan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Dalam kerangka berpikir ini, kepuasan peserta berperan sebagai mediator antara kualitas layanan dan lingkungan latihan dengan loyalitas peserta. Diasumsikan bahwa kualitas layanan dan lingkungan latihan yang baik memiliki pengaruh positif

terhadap kepuasan peserta, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan dan lingkungan latihan yang dirasakan, semakin tinggi kepuasan peserta, yang akan meningkatkan loyalitas para peserta terhadap sekolah sepak bola.

Penulis mengasumsikan bahwa kualitas layanan dan lingkungan latihan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas peserta. Selain itu, kepuasan peserta juga diasumsikan dapat menjadi mediator yang signifikan dalam hubungan antara kualitas layanan, lingkungan latihan, dan loyalitas peserta. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat membantu memperkuat hubungan antara persepsi positif terhadap layanan dan lingkungan latihan dengan loyalitas peserta, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlanjutan dan kesuksesan sekolah sepak bola. Struktur model teoritis dapat digambarkan pada gambar 1 di bawah ini:

Gambar 1. Rancangan Model Teoritik



Keterangan Gambar:

Kualitas Layanan

Aspek : Kelengkapan, Kemampuan Pelatih, Kesiapan Merespon,

Keamanan, Kesopanan.

Lingkungan Latihan

Aspek : Ketersediaan, Kemampuan, Kebijakan, Biaya Pendaftaran.

Kepuasan

Aspek : Pelayanan, Kualitas, Percaya Diri, Keterjangkauan, Biaya dan Kenyamanan.

Loyalitas

Aspek : Komunikasi, Kesadaran, Kepercayaan, Prioritas Siswa Tidak Pindah.

D. Hipotesis

Berdasarkan Kajian Teori, Kajian Pustaka Dan Kerangka Berpikir Maka Dapat Dirumuskan Hipotesis Penelitian Ini Adalah. Tersebut Di Atas, Maka Dapat Di Tarik Kesimpulan Sementara (Hipotesis) Sebagai Berikut :

1. H1: Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Peserta Di Sekolah Sepak Bola DIY.
2. H2: Lingkungan Latihan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Peserta Di Sekolah Sepak Bola DIY.
3. H3: Kualitas Layanan Dan Lingkungan Latihan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Peserta Di Sekolah Sepak Bola DIY.
4. H4: Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Peserta Di Sekolah Sepak Bola DIY.
5. H5: Lingkungan Latihan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Peserta Di Sekolah Sepak Bola DIY.
6. H6: Kepuasan Peserta Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Di Sekolah Sepak Bola DIY.
7. H7: Kualitas Layanan, Lingkungan Latihan Dan Kepuasan Peserta Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Di Sekolah Sepak Bola DIY.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pemecahan masalah dalam penelitian memerlukan prosedur atau metode untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data guna menarik kesimpulan serta mencapai tujuan penelitian. Pemilihan metode penelitian yang tepat membantu pelaksanaan dan pencapaian tujuan penelitian secara efektif dan efisien. Dalam penelitian ini, digunakan metode survei, yaitu sebuah prosedur dalam penelitian kuantitatif dimana peneliti mensurvei sampel atau seluruh populasi untuk menggambarkan sikap, pendapat, perilaku, atau karakteristik populasi (Creswell, 2012). Riset ini umumnya digunakan untuk menunjukkan kegiatan observasi dan inspeksi dengan tujuan mengumpulkan informasi mengenai fakta atau keberadaan fisik atau material dari sejumlah besar subjek dalam bentuk fenomena perilaku dan sosial.

Berdasarkan interpretasi atau tingkat penjelasan dari apa yang dipelajari dalam penelitian ini, digunakan penelitian studi korelasional, yaitu sebuah prosedur dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan menentukan hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa mencoba mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak ada manipulasi variabel (Fraenkel et al., 2012). Selain itu, karena penelitian ini menyelidiki pertanyaan yang sama dari berbagai populasi, pengumpulan data dilakukan sekaligus. Oleh karena itu, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan desain sampel paralel atau cross-sectional. Menurut (Creswell & Poth, 2016), survei cross-sectional adalah metode pengumpulan data pada satu titik waktu. Desain ini tidak mengukur perubahan individu karena dilakukan pada satu waktu.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di D.I. Yogyakarta, dengan kurun waktu lama penelitian selama 6 bulan.

C. Populasi Dan Sampel Penelitian

Secara umum, suatu penelitian hanya akan dilakukan pada kelompok kecil subjek yang menjadi bagian dari keseluruhan subjek yang diteliti. Dalam penelitian, umumnya hanya dilakukan pada sekelompok kecil subjek yang mewakili keseluruhan subjek yang diteliti. Kelompok kecil ini disebut dengan sampel, sementara kelompok besar disebut dengan populasi. Penelitian bertujuan untuk membuat generalisasi atau klaim tentang populasi berdasarkan hasil dari sampel yang diteliti (Creswell & Poth, 2016). Agar data dari responden dapat digeneralisasi secara valid, pengambilan sampel harus menghindari faktor-faktor yang dapat menyebabkan ketidakrepresentatifan sampel yang dipilih. Berikut adalah populasi dan sampel dalam penelitian ini:

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok individu atau organisasi dengan karakteristik umum yang dapat diidentifikasi dan dipelajari oleh peneliti (Wijaya, 2020). Menurut (Latipah, 2014), populasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan objek, orang, atau keadaan yang memiliki setidaknya satu karakteristik umum yang sama. Berdasarkan kedua definisi tersebut, populasi mencakup keseluruhan sumber data, tidak hanya subjek tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya yang diteliti. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari semua siswa di sekolah sepak bola yang pernah mengikuti kejuaraan resmi, mulai dari tingkat kabupaten hingga tingkat internasional atau multievent. Populasi dalam penelitian ini mencakup semua siswa maupun peserta yang berlatih di Sekolah Sepak Bola Batu Retno dan Mataram Utama, yang berusia antara 14 hingga 20 tahun.

2. Sampel

Sampel adalah subkelompok dari populasi yang dipilih untuk dipelajari dan digeneralisasikan sesuai dengan rencana peneliti (Adiputra et al., 2021). Sampel yang mewakili populasi diambil dengan menggunakan teknik-teknik tertentu untuk meminimalkan kesalahan dan memastikan representativitas sampel. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sehingga sampel dipilih berdasarkan karakteristik yang erat kaitannya dengan populasi sesuai dengan kriteria penelitian (Winarni, 2021). Seperti yang dijelaskan oleh (Kusumastuti et al., 2020), teknik ini menggunakan pengetahuan peneliti tentang populasi untuk menilai kesesuaian sampel dengan tujuan penelitian. Kriteria untuk subjek penelitian dalam penelitian ini adalah.

- a. Berstatus sebagai atlet sepak bola di Daerah Istimewa Yogyakarta
- b. Usia biologis minimal 14 tahun.
- c. Usia latihan 1-4 tahun.
- d. Pernah mengikuti kejuaraan-kejuaran resmi mulai dari tingkat kabupaten hingga tingkat internasional atau multievent.
- e. Status sekolah sepak bola sudah ter-Afiliasi di Asprov DIY

Penentuan besar kecilnya sampel menurut (Prihatiningsih, 2022) pada penelitian secara umum dapat di tentukan beberapa komponen yaitu:

- a. Heteroginitas populasi, semakin heterogin semakin besar sampel yang di perlukan
- b. Tingkat kesalahan yang ditolerir, semakin besar tingkat kesalahan yang di telorir maka semakin kecil jumlah sampel.

c. Tingkat *confidence level* yang di gunakan

(Hati & Daningsih, 2022) memberikan rekomendasi ukuran sampel disesuaikan dengan teknik estimasi sebagai berikut:

- a. Antara 100-200 : *Maximum Likelihood* (ML)
- b. Antara 200-500 : ML atau *Generalized Least Square* (GLS)
- c. Antara 500-2500 : *Unweighted Least Square* (ULS)
- d. Di atas 2500 : *Asymptotically Distribution Free* (ADF)

Minimal sampel program SEM-Amos dengan teknik *estimate* ML beberapa peneliti memiliki pandangan kisaran *size* sampel penelitian sebagai berikut:

(Nahampun, 2017) jika menggunakan analisis SEM antara 100-200 atau minimal lima kali indikator. (Hati & Daningsih, 2022) berpendapat sampel dalam permodelan SEM minimal 100 dan menggunakan perbandingan lima kali observasi untuk setiap indikator yang di estimasi. Apabila model 20 indikator maka jumlah sampel adalah 100. Disisi lain (Kasoga, 2015) berpendapat bahwa untuk Sem amos sampel yang di gunakan antara 100-200 sampel, pendapat ini berbeda dengan (Kyriazos, 2018) yang mensyaratkan jumlah sampel > 200 untuk model yang kompleks. Sedangkan (Ramli et al., 2018) menganjurkan sampel > 200, jika jumlah variabel dalam model 6 atau lebih.

Berdasarkan pandangan para ahli di atas, dapat disimpulkan untuk estimasi sampel dalam analisis SEM-Amos umumnya dilakukan menggunakan metode *Maximum Likelihood* (ML). Agar analisis ini lebih efektif, ukuran sampel yang digunakan sebaiknya cukup besar, yaitu berkisar antara 100 hingga 400 sampel. Ukuran sampel yang memadai ini diperlukan untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil analisis (Aryani & Rosinta, 2011).

Dalam penelitian ini, digunakan 251 sampel, yang berada dalam rentang yang disarankan oleh berbagai ahli. Ukuran sampel ini dianggap memadai untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil analisis, serta untuk mengurangi kemungkinan kesalahan dalam estimasi parameter. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang dapat diandalkan dan akurat dalam konteks analisis SEM-Amos.

D. Variabel Penelitian

Terdapat berbagai metode yang digunakan dalam penelitian untuk mencapai tujuan yang diinginkan, salah satunya adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM adalah teknik analisis multivariat yang memungkinkan pengujian hubungan antar variabel secara simultan. Dalam SEM, variabel-variabel berperan penting dalam menentukan hasil penelitian yang terfokus pada tujuan yang telah ditetapkan. Penggunaan variabel yang tepat serta penggambaran hubungan antar variabel dengan jelas akan membantu peneliti memperoleh pemahaman yang akurat tentang fenomena yang diteliti. Berikut ini adalah penjelasan mengenai penulisan dan penggambaran variabel-variabel yang terdapat dalam SEM:

1. Variabel laten, (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) digambarkan dengan bulat oval atau elips. Terdapat dua jenis variabel laten (Zuhairoh, n.d.), yaitu:
 - a. Variabel laten endogen (dependen) adalah variabel laten yang bergantung, atau variabel laten yang tidak bebas. Variabel laten endogen dilambangkan dengan karakter η (dibaca: eta).
 - b. Variabel laten eksogen (independen) adalah variabel laten yang bebas. Variabel laten eksogen dilambangkan dengan karakter ξ (dibaca: ksi).

2. Variabel manifest adalah variabel yang langsung dapat diukur. Variabel manifest digunakan sebagai indikator pada konstruk laten. Variabel manifest digambarkan dengan kotak.
3. Variabel mediator adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Pengaruh variabel mediator bisa memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel eksogen terhadap endogen (Irwan & Idris, 2014).

Adapun Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel laten eksogen (bebas/*independent*) yaitu kualitas layanan dan lingkungan latihan. Sedangkan variabel mediator (perantara/*intervening*) yaitu kepuasan. Kemudian variabel laten endogen (tidak bebas/*dependen*) yaitu loyalitas.

E. Analisis Data

Analisis data dilakukan oleh peneliti setelah mengumpulkan data dari responden menggunakan instrumen penelitian berupa skala kualitas layanan, lingkungan latihan, loyalitas, dan kepuasan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS 22 (*Analysis of Moment Structure*). SEM adalah teknik pemodelan statistik yang sangat *cross-sectional*, *linear*, dan umum, mencakup *path analysis*, analisis faktor, analisis jalur, dan regresi yang digunakan untuk menguji model statistik dalam model sebab-akibat (Pakpahan et al., 2017). SEM merupakan teknik statistik multivariat yang mengombinasikan analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi) yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel dalam sebuah model, baik antara indikator dengan konstruknya maupun hubungan antar konstruk (Sihombing, 2022). Analisis SEM biasanya berdasarkan metode Maximum Likelihood (ML) yang mensyaratkan adanya asumsi-asumsi tertentu yang harus dipenuhi (Ghozali, 2017), seperti model yang dihipotesiskan harus valid dan skala pengukuran variabel harus kontinu (interval).

Menurut (Ginting, 2009), SEM adalah teknik analisis yang memungkinkan pengujian rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan, karena dibangun dari satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen, dimana masing-masing variabel dapat membentuk faktor (atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator). Variabel-variabel tersebut juga dapat membentuk variabel tunggal yang diobservasi atau diukur langsung dalam proses penelitian.

Secara umum, estimasi parameter dalam analisis SEM didasarkan pada metode Maximum Likelihood (ML). Estimasi dengan metode ini mensyaratkan asumsi-asumsi yang harus dipenuhi (Haryono & Wardoyo, 2012), yaitu jumlah sampel harus besar, distribusi variabel harus normal secara multivariat, model yang dihipotesiskan harus valid, dan skala pengukuran variabel harus kontinu (interval). Dalam pemodelan dan analisis struktural, terdapat beberapa prosedur yang harus dipenuhi agar model yang diujikan dapat dianggap sebagai model yang baik. Berdasarkan masalah yang diteliti, analisis disesuaikan dengan prosedur moderasi analisis dalam SEM (Irwan & Idris, *et al* 2014) yang diuraikan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak AMOS untuk mengolah dan menganalisis data. Penggunaan SEM-Amos dalam penelitian ini karena program ini memiliki kemampuan untuk membuat model konstruk sebagai variabel laten secara langsung, yang diestimasi dari variabel yang diasumsikan memiliki hubungan dengan variabel laten tersebut. Hal ini memungkinkan modeler untuk mendeteksi adanya ketidakreliabilitas dalam pengukuran model. SEM-Amos juga dinilai lebih akurat karena tidak hanya memungkinkan peneliti untuk mengetahui hubungan

antara variabel, tetapi juga untuk memahami komponen-komponen pembentuk variabel dan ukurannya.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Salah satu uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Menurut (Malhotra et al., 2013), validitas skala dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek-objek pada karakteristik yang diukur, daripada eror sistematis atau acak. Pengukuran validitas sangat penting dalam penilaian kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid atau tidak. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi signifikan antara variabel-variabel (Malhotra et al., 2013). Untuk melihat korelasi dalam validitas, digunakan analisis faktor. Analisis faktor adalah metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki keterkaitan satu sama lain. Analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

EFA digunakan untuk menganalisis data yang sebelumnya belum diprediksi dan membentuk pola yang lebih kompleks. EFA digunakan ketika peneliti tidak memiliki informasi awal atau hipotesis mengenai variabel mana yang harus dikelompokkan berdasarkan sekumpulan indikator yang telah dibuat. Dengan kata lain, peneliti memulai dari indikator (manifest) untuk membentuk variabel. EFA juga digunakan ketika variabel laten memiliki indikator yang belum jelas, sehingga indikator satu variabel laten dapat tumpang tindih dengan indikator variabel laten lainnya. CFA digunakan untuk menguji apakah indikator-indikator yang sudah dikelompokkan berdasarkan variabel latennya (konstruknya) konsisten berada dalam konstruk tersebut.

Perbedaan mendasar antara CFA dan EFA adalah bahwa pada CFA, peneliti sudah memiliki asumsi awal mengenai indikator-indikator yang masuk ke dalam variabel laten tertentu. Menurut (Hair et al., 2010), validitas konvergen pada EFA tercapai apabila indikator-indikator dari sebuah variabel tertentu mengelompok pada satu komponen dengan nilai factor loading sesuai batas yang ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian

Pada pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha (α), yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika nilai alpha di atas 0,6. Nilai reliabilitas di bawah 0,6 dianggap kurang baik, 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Rumus Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = koefisien reliabilitas instrument (Cronbach alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma\sigma_o^2$ = total varians butir

σ_1^2 = total varians

3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak AMOS versi 22. Menurut (Sugiyono 2013), SEM merupakan metode analisis yang menggabungkan analisis faktor, model struktural, dan analisis jalur. Metode ini digunakan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang terkumpul. Dengan SEM, hubungan kausalitas (baik langsung maupun tidak langsung) antar variabel atau konstruk

dapat diidentifikasi, serta komponen-komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruk dapat ditentukan besarannya, sehingga memberikan informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai hubungan kausalitas tersebut.

Menurut (Antanegoro et al., 2017), ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan model SEM. Langkah pertama adalah memeriksa apakah terdapat nilai taksiran yang rusak, yang bisa terjadi pada bagian model pengukuran. Selanjutnya, dilakukan uji kecocokan berdasarkan fit indices, yang terbagi menjadi tiga kategori yaitu :

a. *Absolute Fit Indices*

b. *Incremental Fit Indices*

c. *Parsimony Fit Indices*

Absolute Fit Indices merupakan pengujian dasar pada SEM yang mengukur kecocokan model secara keseluruhan, baik pada model struktural maupun model pengukuran. Alat ukur yang digunakan dalam Absolute Fit Indices meliputi:

1) Chi-Square (CMIN)

Chi-Square adalah alat ukur dasar untuk mengukur keseluruhan kecocokan model. Namun, Chi-Square sangat sensitif terhadap ukuran sampel. Model dianggap baik jika nilai Chi-Square rendah. Nilai Chi-Square yang semakin kecil menunjukkan model yang semakin baik, dengan probabilitas (p) sebesar $p > 0,05$. Namun, ukuran sampel yang terlalu kecil (kurang dari 50) atau terlalu besar akan mempengaruhi nilai Chi-Square. Oleh karena itu, penggunaan Chi-Square lebih sesuai untuk ukuran sampel antara 100 dan 200. Jika ukuran sampel di luar rentang tersebut, uji signifikansi menjadi kurang reliabel dan perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya.

2) RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)

RMSEA digunakan untuk melengkapi statistik Chi-Square pada sampel yang besar. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 menunjukkan bahwa model dapat diterima.

3) GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI adalah ukuran non-statistikal dengan rentang nilai antara 0 (poor fit) hingga 1,0 (perfect fit). Nilai GFI yang tinggi menunjukkan kecocokan model yang lebih baik. Nilai GFI yang diharapkan adalah di atas 0,95.

4) TLI (Tucker Lewis Index)

Nilai TLI yang diharapkan untuk diterimanya model adalah lebih dari 0,95, dengan nilai yang mendekati 1 menunjukkan kecocokan yang sangat baik.

5) CFI (Comparative Fit Index)

CFI tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel dan sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Nilai CFI berada pada rentang 0-1, dengan nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat penerimaan model yang tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah $\geq 0,95$. Indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan karena kurang sensitif terhadap ukuran sampel dan kerumitan model.

6) CMIN/DF

CMIN/DF dihasilkan dari membagi statistik Chi-Square (CMIN) dengan Degree of Freedom (DF). Indikator ini digunakan untuk mengukur tingkat kecocokan model. Nilai CMIN/DF yang diharapkan adalah $\leq 2,00$, yang menunjukkan bahwa model dapat diterima.

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

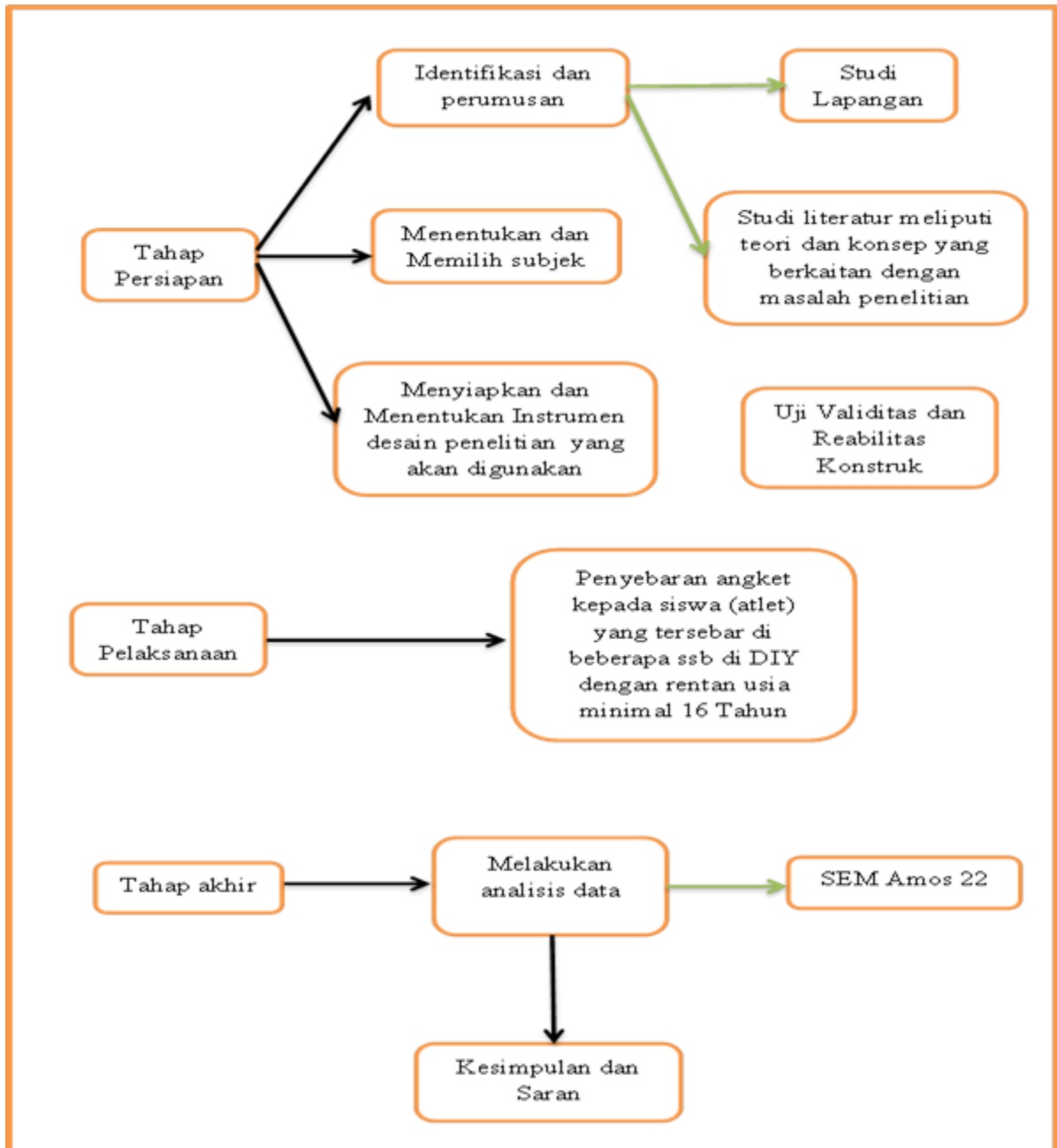
1. Prosedur Penelitian

Prosedur dalam menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melibatkan beberapa langkah yang harus dilaksanakan dengan hati-hati. Berdasarkan pendapat dari (Agusty Ferdinand 2007), yang merujuk pada pendapat (Hair et al.) model SEM melalui tujuh tahapan, yaitu pengembangan berbasis teori, pengembangan diagram alur untuk menunjukkan hubungan kausalitas, konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran, pemilihan matriks input dan teknik estimasi terhadap model yang dibuat, menilai masalah identifikasi, mengevaluasi model, dan melakukan interpretasi serta modifikasi model.

- a. Tahap pertama, Menetapkan landasan teori yang kuat sebagai justifikasi model. Jika tidak ada teori yang mendukung, kemungkinan besar model yang dibuat akan salah. SEM pada dasarnya tidak bertujuan untuk membuat hubungan kausalitas baru, tetapi untuk memverifikasi hubungan kausalitas secara empiris.
- b. Tahap kedua, Membuat diagram alur untuk menggambarkan model teori yang telah dibuat, sehingga peneliti dapat lebih mudah melihat hubungan antar variabel yang diobservasi.
- c. Tahap ketiga, Mengkonversi spesifikasi model ke dalam bentuk rangkaian persamaan struktural, yang digunakan untuk menyatakan adanya hubungan kausalitas antar berbagai konstruk.
- d. Tahap keempat, Menentukan bentuk data input yang akan digunakan untuk membuat model estimasi. Data ini diolah dalam bentuk matriks varian/kovarian atau matriks korelasi untuk pembuatan model dan estimasi.
- e. Tahap ke lima, Menangani masalah identifikasi, yang muncul ketika model yang dikembangkan tidak mampu menghasilkan estimasi yang unik.

- f. Tahap keenam, Melakukan evaluasi model menggunakan kriteria *goodness of fit*. Langkah pertama yang harus dilakukan oleh peneliti adalah memastikan bahwa data yang akan digunakan untuk pembuatan model dan estimasi memenuhi asumsi-asumsi dalam SEM.
- g. Tahap ketujuh, Melakukan interpretasi model yang telah dibuat dan memodifikasi model yang belum memenuhi persyaratan. Kesimpulannya adalah model yang diestimasi harus memiliki residual yang kecil atau mendekati nol serta distribusi frekuensi matriks kovarian yang bersifat simetris. Secara umum, prosedur dan tahapan penelitian ini dapat disederhanakan sebagai berikut:

Gambar 2. Tahapan Penelitian



2. Teknik Pengumpulan Data

Angket (kuesioner) Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Neyfa & Salsabila, 2016). Teknik ini efisien apabila peneliti sudah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, karena pilihan jawabannya sudah disediakan sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sesuai dengan diri mereka. Menurut (Riyadi, 2015), penggunaan kuesioner memiliki beberapa keuntungan, antara lain:

Menurut (Riyadi, 2015) ada beberapa keuntungan jika menggunakan kuesioner, yaitu :

- a. Dapat dibagikan kepada banyak responden secara serentak
- b. Responden dapat menjawab sesuai dengan kecepatan mereka masing-masing dan pada waktu senggang.
- c. Kuesioner dapat dibuat anonim sehingga responden merasa bebas, jujur, dan tidak malu menjawab.
- d. Pertanyaan dalam kuesioner dapat distandardisasi sehingga semua responden mendapatkan pertanyaan yang sama.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Pada kuesioner dengan skala Likert, responden diminta menjawab pertanyaan dengan alternatif pilihan jawaban yang sesuai dengan data penelitian yang diperlukan oleh peneliti. Setiap jawaban dihubungkan dengan nilai berupa angka

Likert scale atau skala likert merupakan skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala ini digunakan untuk melengkapi

kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan. Biasanya pertanyaan yang dipakai untuk penelitian disebut variabel penelitian dan ditetapkan secara spesifik. Nama skala likert diambil dari nama penciptanya, yakni Rensis Likert yang merupakan seorang ahli psikologi sosial dari Amerika Serikat.

Berdasarkan asumsi tersebut, terdapat tiga skala dengan pengukuran indikator variabel konstruk menggunakan skala Likert dengan 4 kategori. (Ghozali, 2017) menyebutkan bahwa skala Likert dapat dianggap berskala interval. Skor yang dihasilkan oleh skala Likert ternyata berkorelasi sebesar 0,92 dibandingkan dengan skor hasil pengukuran menggunakan skala Thurstone, yang merupakan skala interval dalam penelitian Edward & Kenny (1946). Ketiga skala ini diuji validitas dan reliabilitas konstruknya menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software AMOS 22. Tingkat persetujuan menggunakan Skala Likert 1-4, dengan opsi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS), terdiri dari:

1. Sangat Setuju (SS).
2. Setuju (S).
3. Tidak Setuju (TS).
4. Sangat Tidak Setuju (STS).

Skala ini merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk mengetahui atau mengukur data yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data ini diperoleh untuk mengetahui pendapat dan persepsi seseorang terhadap fenomena yang sedang diteliti. Sesuai dengan pernyataan Sugiyono, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terkait fenomena sosial yang menjadi objek penelitian. Selain bentuk di atas, skala ini juga bisa ditampilkan dalam bentuk lain sesuai dengan kebutuhan peneliti.

3. Instrumen Pengumpulan Data

Penggunaan alat pengumpulan data adalah aspek penting dalam proses penelitian. Memilih instrumen yang tepat akan menghasilkan data yang akurat dan relevan. (Adare et al., 2011) menyatakan bahwa “*generally, the whole process of preparing to collect data is called instrumentation*”. Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Rukajat, 2018). Fenomena-fenomena ini secara spesifik disebut variabel penelitian. Dalam penelitian ini, ada empat variabel yang diukur: kualitas layanan, lingkungan latihan, loyalitas, dan kepuasan. Berikut penjelasan masing-masing variabel:

a. Skala Kualitas Layanan

Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 1-4, dengan pilihan jawaban dari sangat setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). Terdapat dua jenis pertanyaan dalam skala ini, yaitu *favourable* dan *unfavourable*. Nilai 1 (Sangat Tidak Setuju/STS) adalah yang terendah menunjukkan bobot penilaian terendah oleh responden, sementara nilai 4 (Sangat Setuju/SS) adalah yang tertinggi menunjukkan bobot penilaian tertinggi. *Blueprint* skala kualitas layanan ditampilkan dalam tabel 3 berikut.

Tabel 3 *Blue Print* Skala Kualitas Layanan

No	Aspek	Indikator	Sub Indikator	Pertanyaan
1	Kelengkapan dan kondisi fasilitas ssb yang mendukung proses latihan (Tangibel)	Kelengkapan dan Kondisi Fasilitas	Kelengkapan fasilitas latihan	1
			Kondisi fasilitas dan peralatan	14, 19
2	Kemampuan pelatih di ssb dalam	Kemampuan dan Profesionalisme Pelatih	Kemampuan pelatih dalam memberikan materi latihan	2

	memberikan materi latihan (Reliability)		Profesionalisme dan kualitas layanan pelatihan	8
			Bimbingan dan dukungan pengembangan kemampuan sepak bola	13
3	Kesiapan merespon dan kecepatan pelayanan dari pemilik ssb (Assurance)	Manajemen dan Organisasi	Determinasi manajemen terhadap peserta	3
			Kejelasan dan transparansi komunikasi	10
			Tingkat organisasi dan profesionalisme SSB	30
		Keamanan dan Keselamatan	Keamanan dan keselamatan di SSB	4, 16, 27
			Kebijakan dan pengawasan	12, 22
4	Keamanan dan kesehatan di ssb (Assurance)	Keramahan dan Sikap Staf	Kesopanan dan keramahan di SSB	5
			Keramahan dan sikap ramah dari staf	7
		Responsifitas dan Kecepatan Pelayanan	Responsifitas dan kecepatan pelayanan	6, 24
			Pelayanan yang responsif dan efisien	24
		Dukungan dan Pengembangan Diri	Program pengembangan diri di luar lapangan	15
			Dukungan dan sumber daya tambahan	29
5	Kesopanan dan keramahan di ssb (Empaty)	Partisipasi dan Keterlibatan Peserta	Keterlibatan dalam pengambilan keputusan	18
			Fleksibilitas dan kebijakan partisipasi	12
		Sistem Evaluasi dan Umpan Balik	Sistem evaluasi dan umpan balik	17
			Program penghargaan dan pengakuan prestasi	20
		Kebersihan dan Pemeliharaan	Kebersihan dan pemeliharaan fasilitas	19
		Kolaborasi dan Komunikasi dengan Orang Tua	Kerjasama dan koordinasi dengan orang tua	28

		Pengembangan Mental dan Psikologis	Program pembinaan mental dan psikologis	21
		Akses dan Informasi	Akses dan informasi terkait jadwal dan aktivitas	22
		Program Latihan dan Pengembangan Tim	Kualitas dan variasi program latihan	23
			Program pengembangan tim dan kolaborasi	26

b. Skala Lingkungan Latihan

Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 1-4, dengan pilihan jawaban dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). Terdapat dua jenis pertanyaan dalam skala ini, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Nilai 1 (Sangat Tidak Setuju/STS) adalah yang terendah, menunjukkan bobot penilaian terendah oleh responden, sementara nilai 4 (Sangat Setuju/SS) adalah yang tertinggi, menunjukkan bobot penilaian tertinggi. *Blueprint* skala lingkungan latihan dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4 *Blue Print* Skala Lingkungan Latihan

No	Aspek	Indikator	Sub-Indikator	Nomor Pernyataan
1	Ketersediaan Fasilitas	Fasilitas	Kepuasan dengan fasilitas latihan	2
		Kebersihan	Kebanggaan dengan kebersihan lingkungan	4
		Kualitas Pelatih	Pelatih yang berpengalaman dan berdedikasi	6
		Jadwal Latihan	Kepuasan dengan jadwal latihan	11
		Kesempatan Berkembang	Kesempatan untuk berkembang	14
2	Kemampuan Komunikasi Pelatih dan Staf SSB	Komunikasi dan Penghargaan	Kepuasan dengan komunikasi dan penghargaan	1

		Dukungan Tim	Didukung dan dihargai oleh anggota tim	5
		Pengembangan Keterampilan Sosial	Kerjasama dan komunikasi dalam tim	7
		Dukungan dan Penghargaan	Dihargai dalam menghadapi tantangan	16
		Pengurangan Jejak Karbon	Upaya mengurangi jejak karbon	22
3	Kebijakan dan Prosedur Selama Latihan di SSB	Keamanan	Merasa aman dan terlindungi	3
		Kepedulian Lingkungan	Kebanggaan terhadap kepedulian lingkungan	10, 24
		Suasana Latihan	Suasana positif dan kompetitif	13
		Profesionalitas	Kebanggaan dengan standar profesionalitas	15
		Pemulihan Lingkungan	Upaya mendukung pemulihan lingkungan	17
		Kesadaran Lingkungan	Termotivasi mengaplikasikan pengetahuan lingkungan	18
		Pengelolaan Limbah	Program pengelolaan limbah yang efektif	19
		Pelestarian Alam	Partisipasi dalam kegiatan pelestarian alam	20
		Kesadaran Lingkungan	Kesadaran pentingnya menjaga lingkungan	21
		Kampanye Kesadaran Lingkungan	Terlibat dalam kampanye kesadaran lingkungan	23
		Tanggung Jawab Lingkungan	Optimis menjadi pemain yang bertanggung jawab terhadap lingkungan	25
4	Biaya Berupa Pendaftaran dan Iuran	Informasi dan Pemanfaatan Layanan	Informasi pembayaran dan pemanfaatan layanan	4

c. Skala Loyalitas

Pengukuran dilakukan dengan skala Likert 1-4, dengan pilihan jawaban dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). Skala ini mencakup dua bentuk pertanyaan, yakni *favorable* dan *unfavorable*. Nilai 1 (Sangat Tidak Setuju/STS) merepresentasikan bobot penilaian terendah dari responden, sedangkan nilai 4 (Sangat Setuju/SS) merepresentasikan bobot penilaian tertinggi. *Blueprint* skala loyalitas dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5 Blue Print Skala Loyalitas

No	Aspek	Indikator	Sub-Indikator	Nomor Pernyataan
1	Komunikasi dan penghargaan yang baik dari SSB ke peserta	Komunikasi dan Penghargaan	Kepuasan dengan komunikasi dan penghargaan	1
		Kebanggaan	Bangga menjadi bagian dari tim	7
		Dukungan Tim	Mendukung dan berjuang bersama tim	8
		Penghargaan Terhadap Pelatih	Menghormati dan menghargai pelatih dan staf	15
		Hubungan Baik	Menjaga hubungan baik dengan pemain dan pelatih	26
2	Kesadaran membayar dan memanfaatkan layanan SSB	Informasi dan Pemanfaatan Layanan	Informasi pembayaran dan pemanfaatan layanan	4
		Dedikasi	Berusaha memberikan yang terbaik	10
		Saran dan Kritik	Bersedia memberikan saran dan kritik membangun	19

		Dukungan Kegiatan	Mendukung acara dan kegiatan sekolah	27
3	Kepercayaan atlet dan rekomendasi SSB	Pengayoman Manajemen	Kepuasan dengan pengayoman dari manajemen	3
		Komitmen	Memiliki komitmen yang kuat	9
		Kejujuran dan Integritas	Menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan integritas	11
		Ketahanan Terhadap Godaan	Tidak mudah tergoda untuk meninggalkan sekolah	17
		Nama Baik Sekolah	Menjaga nama baik sekolah	18
		Penghormatan Keputusan	Menghormati dan mendukung keputusan pengurus	20
		Ketahanan Terhadap Materi	Tidak tergoda pindah karena godaan materi	22
		Contoh yang Baik	Berusaha menjadi contoh yang baik	23
		Pengembangan Diri	Berkomitmen untuk terus berlatih dan berkembang	24
		Ketahanan Terhadap Tantangan	Bersedia menghadapi tantangan dan rintangan	28
		Rasa Bangga	Memperlihatkan rasa bangga menjadi bagian dari sekolah	29
		Ketahanan Terhadap Hasil Buruk	Tidak meninggalkan sekolah karena hasil pertandingan buruk	30
4	Prioritas atlet dan kekuatan kualitas layanan SSB	Kualitas Layanan	Prioritas peserta dan efisiensi layanan	2
		Solidaritas	Membangun semangat solidaritas	13

		Pengorbanan	Siap mengorbankan waktu dan usaha ekstra	14
		Kerjasama	Bekerja sama dengan pemain lain	21
5	Siswa tidak pindah latihan ke SSB lain	Loyalitas	Tidak pernah pindah ke SSB lain	5
		Kesetiaan	Setia dan loyal terhadap sekolah sepak bola	6
		Ketaatan Aturan	Setia menjalankan aturan dan tata tertib	12
		Penghargaan Pengalaman	Tidak melupakan kontribusi dan pengalaman	25

d. Skala Kepuasan

Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 1-4, dengan pilihan jawaban dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). Terdapat dua bentuk pertanyaan dalam skala ini, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Nilai 1 (Sangat Tidak Setuju/STS) adalah yang terendah, menunjukkan bobot penilaian terendah oleh responden, sementara nilai 4 (Sangat Setuju/SS) adalah yang tertinggi, menunjukkan bobot penilaian tertinggi. *Blueprint* skala kepuasan dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6 Blue Print Skala Kepuasan

No	Aspek	Indikator	Sub-Indikator	Nomor pernyataan
1	Pelayanan yang baik dan prima	Kepuasan terhadap Pelatih	Kualitas Pengajaran	1
		Kepuasan terhadap Pelatih	Kualitas Pengajaran	2

		Kepuasan Sosial	Interaksi dengan Teman	4
		Kepuasan Sosial	Suasana Keluarga	6
		Kepuasan terhadap Keanggotaan	Rasa Bangga	8
		Kepuasan terhadap Dukungan	Penghargaan dan Dukungan dari Pelatih dan Staf	10
		Kepuasan terhadap Dukungan	Dukungan Orang Tua	14
		Kepuasan terhadap Pengembangan	Peningkatan Percaya Diri	16
		Kepuasan terhadap Inspirasi	Inspirasi dari Pemain Senior	24
		Kepuasan terhadap Perhatian	Perhatian terhadap Individu	25
2	Kualitas fasilitas yang digunakan dalam latihan	Kepuasan terhadap Fasilitas	Ketersediaan Fasilitas	3
		Kepuasan terhadap Fasilitas	Kualitas Sarana dan Peralatan Latihan	20
3	Percaya diri dan bangga latihan di SSB	Kepuasan terhadap Pengembangan	Kemampuan Sepak Bola	5
		Kepuasan terhadap Prestasi	Prestasi Sekolah	7
		Kepuasan terhadap Lingkungan	Kenyamanan Lingkungan	11

		Kepuasan terhadap Program	Pembinaan Karakter	17
		Kepuasan terhadap Kesempatan	Keadilan dalam Bermain	21
4	Keterjangkauan biaya dan fasilitas pendukung	Kepuasan terhadap Program	Keberagaman dan Tantangan dalam Latihan	9
		Kepuasan terhadap Kesempatan	Kesempatan Mendapatkan Beasiswa	19
		Kepuasan terhadap Keamanan	Keselamatan dan Keamanan	22
		Kepuasan terhadap Program	Pola Latihan Sesuai Perkembangan	23
	5. Biaya dan Kenyamanan peserta latihan	Kepuasan terhadap Pengelolaan	Pengelolaan Acara dan Turnamen	
		Kepuasan terhadap Kegiatan	Partisipasi dalam Kegiatan Sosial	
		Kepuasan terhadap Komunikasi	Komunikasi antara Pelatih dan Pemain	
		Kepuasan terhadap Kompetisi	Kesempatan Berkompetisi	

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang telah dilakukan serta membahas temuan-temuan yang diperoleh dari analisis data. Dijelaskan bagaimana kualitas layanan dan lingkungan latihan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas peserta di sekolah sepak bola DIY. Menguraikan peran mediasi kepuasan dalam hubungan antara kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas. Bagian awal bab akan terlebih dahulu menguraikan hasil uji instrumen. Mengevaluasi kelayakan instrumen berupa kuesioner yang dispesifikasi sebagai model second order confirmatory. Keempat instrumen tersebut mewakili variabel laten: kepuasan layanan, lingkungan latihan, kepuasan, dan loyalitas.

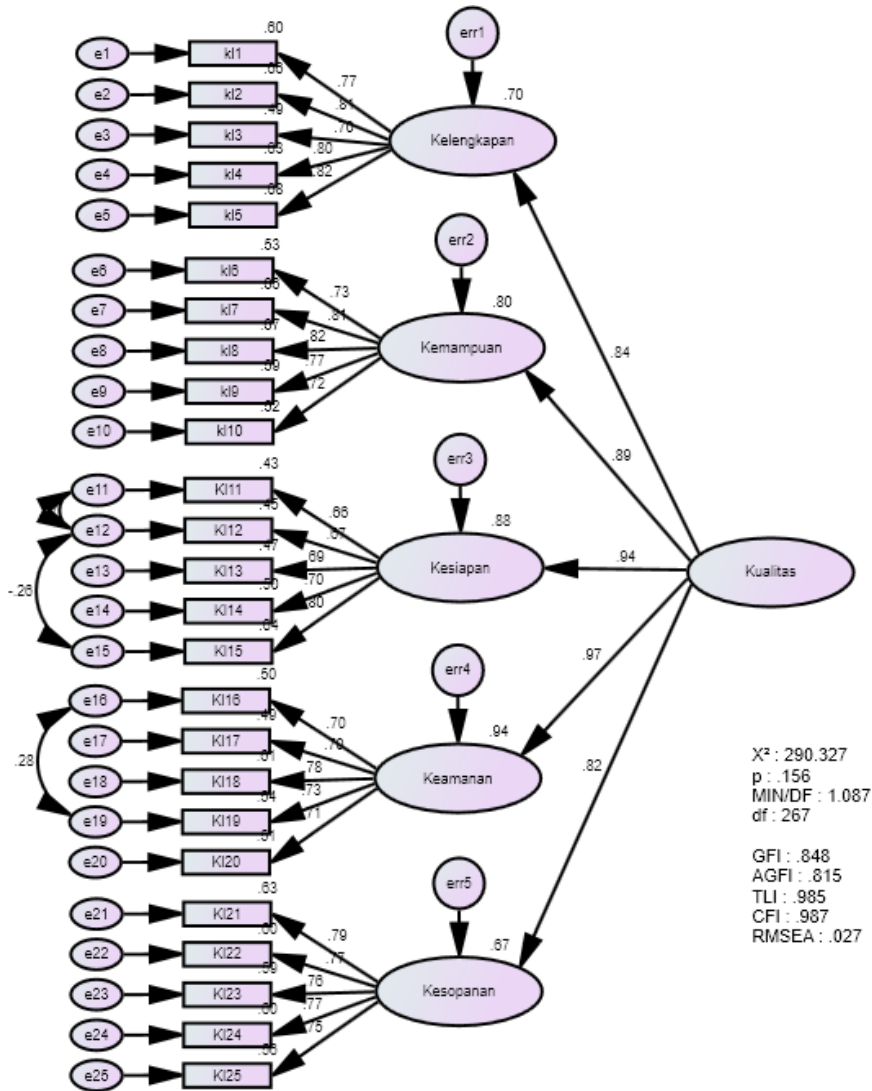
A. Pengujian Instrumen

1. Kualitas layanan

Kualitas layanan sebagai variabel laten diukur oleh lima aspek yang merupakan variabel laten orde pertama, yaitu: kelengkapan dan kondisi fasilitas, kemampuan pelatih, kesiapan merespons, keamanan dan kesehatan, serta kesopanan dan keramahan. Setiap variabel laten orde pertama ini diukur oleh lima item pertanyaan.

Hasil analisis Goodness of Fit menunjukkan bahwa model yang diuji memiliki kecocokan yang baik dengan data. Beberapa indeks utama menunjukkan nilai yang memadai. Chi-Square (χ^2) = 290.327 dengan Probability level = 0.156, dan RMSEA = 0.027 atau kurang dari 0.08. Kedua parameter menandakan fit yang sangat baik sehingga dapat dijelaskan bahwa model tidak berbeda secara signifikan dari data empiris (Tabachnick & Fidell, 2019).

Gambar 2. Model Pengukuran Variabel Kualitas Layanan



Lima konstruk dalam model CFA valid dan signifikan dalam mengukur kualitas layanan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai muatan faktor yang tinggi dan p-value yang sangat signifikan ($p < 0.001$). Semua konstruk yang dipergunakan juga bersifat satu dimensi.

Tabel 7. CFA Second Order Kualitas Layanan

No.	Konstruk	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Kelengkapan & kondisi fasilitas	0.838	< 0.001	Valid	0.9515
2	Kemampuan pelatih	0.894	< 0.001	Valid	
3	Kesiapan merespon	0.939	< 0.001	Valid	
4	Kemanan dan kesehatan	0.968	< 0.001	Valid	
5	Kesopanan & keramahan	0.817	< 0.001	Valid	
Chi-Square = 290.327 (p = 0.156); RMSEA = 0.027					

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi validitas konstruk dari berbagai dimensi kualitas layanan melalui Second Order Confirmatory Factor Analysis (CFA). Model ini menguji sejauh mana data empiris yang diperoleh sesuai dengan teori kualitas layanan yang dikembangkan, dengan fokus pada lima dimensi utama. Tabel 7 menyajikan muatan faktor, nilai p, dan reliabilitas konstruk untuk setiap dimensi kualitas layanan yang diukur.

Kelengkapan & kondisi fasilitas memiliki muatan faktor 0.838 dengan nilai $p < 0.001$, menunjukkan validitas statistik yang tinggi dengan reliabilitas konstruk 0.9515. Hal ini mengindikasikan bahwa kelengkapan dan kondisi fasilitas adalah elemen penting dalam kualitas layanan.

Kemampuan pelatih menunjukkan muatan faktor sebesar 0.894 dengan nilai $p < 0.001$, dan reliabilitas konstruk 0.9515. Ini menunjukkan bahwa kemampuan pelatih memainkan peran kunci dalam menentukan kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna.

Kesiapan merespon adalah dimensi yang memiliki muatan faktor tertinggi di antara semua, yaitu 0.939 dengan nilai $p < 0.001$ dan reliabilitas konstruk

0.9515. Ini menekankan pentingnya responsivitas dalam layanan untuk meningkatkan kualitas yang dirasakan.

Keamanan dan kesehatan memiliki muatan faktor sebesar 0.968, dengan nilai $p < 0.001$ dan reliabilitas konstruk 0.9515. Dimensi ini menunjukkan bahwa keamanan dan kesehatan merupakan faktor yang sangat signifikan dalam penilaian kualitas layanan, menunjukkan perhatian yang tinggi terhadap keselamatan pengguna.

Kesopanan & keramahan memiliki muatan faktor 0.817 dengan nilai $p < 0.001$ dan reliabilitas konstruk 0.9515. Meskipun memiliki muatan faktor terendah di antara kelima dimensi, kesopanan dan keramahan tetap menjadi aspek penting yang berkontribusi terhadap persepsi kualitas layanan.

Fit Model, Chi-Square model adalah 290.327 dengan nilai $p = 0.156$. Nilai p yang lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa model ini cocok dengan data empiris. Selain itu, nilai RMSEA sebesar 0.027 menunjukkan fit model yang sangat baik, karena nilai RMSEA di bawah 0.05 mengindikasikan tingkat kecocokan yang tinggi.

Hasil CFA menunjukkan bahwa semua dimensi kualitas layanan yang diuji adalah valid dan memiliki reliabilitas yang tinggi. Setiap konstruk berkontribusi signifikan terhadap model kualitas layanan secara keseluruhan, menunjukkan bahwa aspek-aspek yang diuji dapat diandalkan untuk menilai dan meningkatkan kualitas layanan. Model ini dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan di masa mendatang.

Manifes pada kelima konstruk yang diuji memiliki muatan faktor yang signifikan secara statistik dengan $p\text{-value} < 0.001$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator adalah pengukur yang valid untuk konstruk masing-masing. Konstruk-konstruk ini valid dalam model yang diuji, menunjukkan bahwa instrumen secara akurat merefleksikan dimensi kualitas layanan yang diukur

(tabel 8). Lima konstruk yang dipergunakan menunjukkan reliabilitas yang baik dengan koefisien CR di atas 0.70, menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang bersangkutan dalam konteks pengukuran yang dilakukan (Hair, 2019). Hal ini memperkuat validitas hasil analisis yang dilakukan menggunakan CFA pada konstruk tersebut (Tabachnick & Fidell, 2019).

Tabel 8. CFA First Order Kualitas Layanan

No	Konstruk	Manifes	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Kelengkapan & kondisi fasilitas	pr1	0.774	< 0.001	Valid	0.8879
		pr2	0.814	< 0.001	Valid	
		pr3	0.702	< 0.001	Valid	
		pr4	0.797	< 0.001	Valid	
		pr5	0.824	< 0.001	Valid	
2	Kemampuan pelatih	pr6	0.726	< 0.001	Valid	0.8789
		pr7	0.814	< 0.001	Valid	
		pr8	0.816	< 0.001	Valid	
		pr9	0.766	< 0.001	Valid	
		pr10	0.722	< 0.001	Valid	
3	Kesiapan merespon	pr11	0.657	< 0.001	Valid	0.8319
		pr12	0.674	< 0.001	Valid	
		pr13	0.686	< 0.001	Valid	
		pr14	0.704	< 0.001	Valid	
		pr15	0.801	< 0.001	Valid	
4	Kemanan dan kesehatan	pr16	0.705	< 0.001	Valid	0.8483
		pr17	0.698	< 0.001	Valid	
		pr18	0.782	< 0.001	Valid	

		pr19	0.734	< 0.001	Valid	
		pr20	0.712	< 0.001	Valid	
5	Kesopanan & Keramahan	pr21	0.792	< 0.001	Valid	0.8794
		pr22	0.772	< 0.001	Valid	
		pr23	0.765	< 0.001	Valid	
		pr24	0.774	< 0.001	Valid	
		Pr25	0.748	< 0.001	Valid	

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Tabel 8 menampilkan hasil dari analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis* atau CFA) tingkat pertama terhadap kualitas layanan. Analisis ini mengidentifikasi hubungan antara konstruk laten dan variabel manifes yang merepresentasikan masing-masing konstruk.

Konstruk ini diukur menggunakan lima variabel manifes (pr1 hingga pr5). Nilai muatan faktor berkisar antara 0.702 hingga 0.824, yang menunjukkan bahwa semua indikator berkontribusi signifikan terhadap konstruk ini ($p < 0.001$). Koefisien reliabilitas konstruk sebesar 0.8879 menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki konsistensi internal yang tinggi, sehingga dapat dipercaya untuk menggambarkan kelengkapan dan kondisi fasilitas yang tersedia.

Konstruk ini diwakili oleh lima variabel manifes (pr6 hingga pr10), dengan nilai muatan faktor antara 0.722 hingga 0.816. Semua nilai muatan faktor ini juga signifikan ($p < 0.001$), menunjukkan bahwa masing-masing variabel manifes memiliki kontribusi yang signifikan terhadap konstruk kemampuan pelatih. Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.8789 menunjukkan bahwa variabel ini konsisten dalam mengukur kemampuan pelatih.

Terdiri dari lima variabel manifes (pr11 hingga pr15), konstruk ini memiliki nilai muatan faktor yang berkisar antara 0.657 hingga 0.801, dengan semua muatan faktor signifikan pada $p < 0.001$. Reliabilitas konstruk sebesar

0.8319 menunjukkan konsistensi internal yang baik, meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan konstruk lainnya. Ini mengindikasikan bahwa konstruk ini cukup stabil dalam mengukur kesiapan respon dari layanan yang diberikan.

Konstruk ini terdiri dari lima variabel manifes (pr16 hingga pr20), dengan nilai muatan faktor antara 0.698 hingga 0.782, semuanya signifikan ($p < 0.001$). Reliabilitas konstruk adalah 0.8483, menunjukkan konsistensi internal yang baik dalam menggambarkan aspek keamanan dan kesehatan dalam layanan yang diberikan.

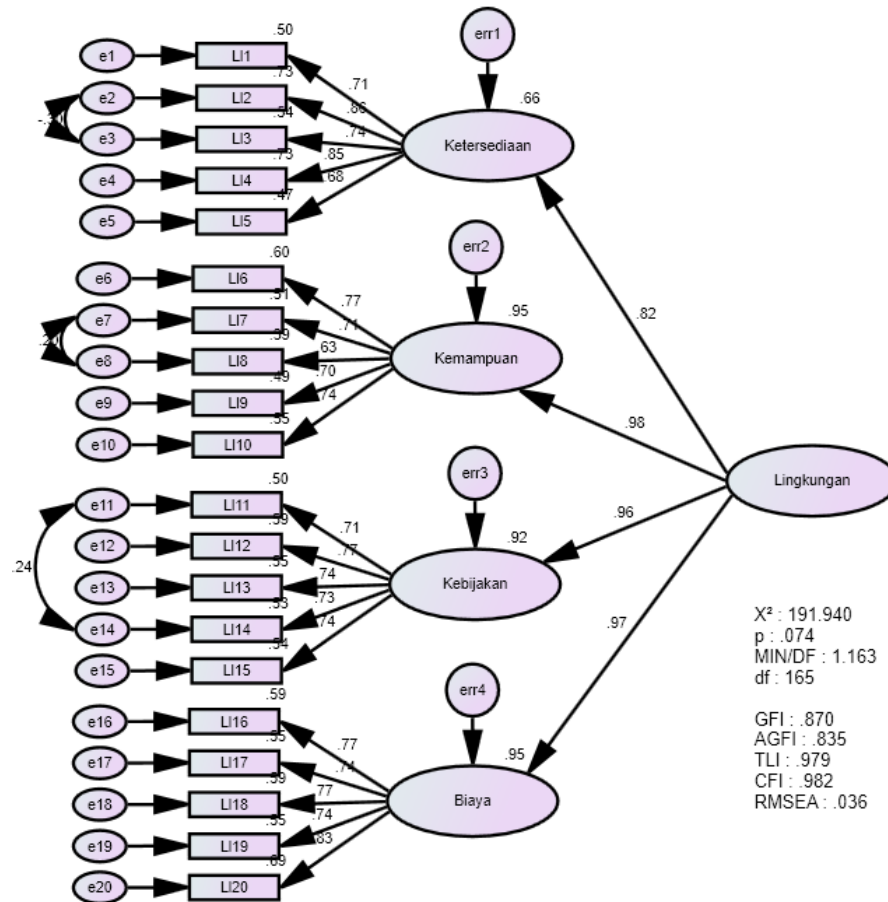
Konstruk ini diukur menggunakan lima variabel manifes (pr21 hingga pr25). Nilai muatan faktor berkisar antara 0.748 hingga 0.792, dan semuanya signifikan ($p < 0.001$). Reliabilitas konstruk sebesar 0.8794 menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki konsistensi internal yang tinggi dan andal dalam menggambarkan kesopanan dan keramahan yang ditunjukkan dalam layanan.

Secara keseluruhan, hasil CFA ini menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki muatan faktor yang signifikan dengan reliabilitas konstruk yang cukup tinggi, yang mengindikasikan bahwa alat ukur ini dapat dipercaya dan konsisten dalam mengukur kualitas layanan. Hal ini memberikan landasan yang kuat untuk mempertahankan kualitas layanan yang diukur, karena semua konstruk telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

2. Lingkungan latihan

Lingkungan latihan sebagai variabel laten diukur oleh empat aspek yang merupakan variabel laten orde pertama, yaitu: ketersediaan fasilitas, kemampuan komunikasi, kebijakan & prosedur, serta biaya pendaftaran & iuran. Setiap variabel laten orde pertama ini diukur oleh enam item pertanyaan.

Gambar 3. Model Pengukuran Variabel Lingkungan Latihan



Model pengukuran Lingkungan Latihan menunjukkan kesesuaian yang baik dengan data, ditandai dengan nilai Chi-square (X^2) sebesar 191.940, p-value sebesar 0.074, dan RMSEA 0.036. Nilai parameter utama ini menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang memadai dengan data yang dianalisis. Indeks Kecocokan lainnya seperti GFI sebesar 0.870 dan AGFI sebesar 0.835 menunjukkan kecocokan yang baik. TLI sebesar 0.979 dan CFI sebesar 0.982 juga menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang sangat baik dengan data. RMSEA sebesar .036, yang jauh di bawah ambang batas 0.08, menegaskan kecocokan yang baik.

Tabel 9 CFA Second Order Lingkungan Latihan

No.	Konstruk	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Ketersediaan fasilitas	0.815	< 0.001	Valid	0.9648
2	Kemampuan komunikasi	0.977	< 0.001	Valid	
3	Kebijakan & prosedur	0.961	< 0.001	Valid	
4	Biaya pendaftaran & iuran	0.975	< 0.001	Valid	
Chi-Square = 191.940 (p = 0.074); RMSEA = 0.036					

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi validitas konstruk dari dimensi-dimensi lingkungan latihan menggunakan Second Order Confirmatory Factor Analysis (CFA). Analisis ini membantu memastikan apakah data yang diperoleh sesuai dengan model teoritis yang mendasari, mencakup empat dimensi utama. Tabel 9 menyajikan hasil muatan faktor, nilai p, dan reliabilitas konstruk untuk masing-masing dimensi lingkungan latihan.

Ketersediaan fasilitas memiliki muatan faktor sebesar 0.815 dengan nilai $p < 0.001$, menunjukkan bahwa dimensi ini valid secara statistik dengan reliabilitas konstruk 0.9648. Ini menandakan bahwa ketersediaan fasilitas merupakan faktor penting dalam lingkungan latihan yang berkontribusi signifikan terhadap persepsi pengguna.

Kemampuan komunikasi menunjukkan muatan faktor tertinggi di antara semua dimensi, yaitu 0.977 dengan nilai $p < 0.001$, serta reliabilitas konstruk 0.9648. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi, baik dari pelatih maupun staf, merupakan elemen kunci dalam membentuk lingkungan latihan yang positif.

Kebijakan & prosedur memiliki muatan faktor sebesar 0.961 dengan nilai $p < 0.001$ dan reliabilitas konstruk 0.9648. Dimensi ini menekankan pentingnya

kebijakan dan prosedur yang jelas dan diterapkan secara konsisten dalam menciptakan lingkungan latihan yang efektif.

Biaya pendaftaran & iuran juga menunjukkan muatan faktor yang tinggi, yaitu 0.975 dengan nilai $p < 0.001$, serta reliabilitas konstruk 0.9648. Ini mengindikasikan bahwa aspek biaya, termasuk pendaftaran dan iuran, sangat mempengaruhi persepsi lingkungan latihan, terutama terkait aksesibilitas dan kesesuaian biaya.

Fit Model, Chi-Square model yang diperoleh adalah 191.940 dengan nilai $p = 0.074$. Nilai $p > 0.05$ menunjukkan bahwa model ini cocok dengan data empiris. Selain itu, nilai Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) sebesar 0.036 menunjukkan fit model yang baik, karena nilai RMSEA di bawah 0.05 mengindikasikan bahwa model ini memiliki kecocokan yang baik dengan data yang ada.

Hasil CFA menunjukkan bahwa semua konstruk lingkungan latihan yang diuji adalah valid dan memiliki reliabilitas yang sangat baik. Dimensi-dimensi ini memberikan kontribusi signifikan terhadap model lingkungan latihan secara keseluruhan. Temuan ini menekankan pentingnya ketersediaan fasilitas, kemampuan komunikasi, kebijakan dan prosedur, serta biaya sebagai faktor-faktor utama dalam menciptakan lingkungan latihan yang mendukung dan memotivasi. Model ini dapat digunakan sebagai dasar untuk perbaikan lebih lanjut dalam manajemen lingkungan latihan.

Manifes pada keempat konstruk yang diuji memiliki muatan faktor yang signifikan secara statistik dengan $p\text{-value} < 0.001$ (tabel 10). Hasil ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa setiap manifes dari keempat konstruk mampu merefleksikan variabel laten yang diukur.

Tabel 10. CFA First Order Kualitas Layanan

No	Konstruk	Manifes	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Ketersediaan fasilitas	L11	0.707	< 0.001	Valid	0.8787
		L12	0.855	< 0.001	Valid	
		L13	0.736	< 0.001	Valid	
		L14	0.853	< 0.001	Valid	
		L15	0.685	< 0.001	Valid	
2	Kemampuan komunikasi	L16	0.775	< 0.001	Valid	0.8368
		L17	0.711	< 0.001	Valid	
		L18	0.626	< 0.001	Valid	
		L19	0.699	< 0.001	Valid	
		L110	0.742	< 0.001	Valid	
3	Kebijakan dan prosedur	L111	0.710	< 0.001	Valid	0.8560
		L112	0.766	< 0.001	Valid	
		L113	0.744	< 0.001	Valid	
		L114	0.729	< 0.001	Valid	
		L115	0.735	< 0.001	Valid	
4	Biaya pendaftaran dan iuran	L116	0.770	< 0.001	Valid	0.8802
		L117	0.741	< 0.001	Valid	
		L118	0.770	< 0.001	Valid	
		L119	0.744	< 0.001	Valid	
		L120	0.830	< 0.001	Valid	

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Tabel 10 menyajikan hasil analisis faktor konfirmatori (CFA) tingkat pertama untuk mengevaluasi konstruk-konstruk kualitas layanan. Analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa variabel manifes yang digunakan benar-benar merepresentasikan konstruk laten yang diukur.

Konstruk ini terdiri dari lima variabel manifes (L11 hingga L15), dengan nilai muatan faktor berkisar antara 0.685 hingga 0.855. Semua variabel ini menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap konstruk ($p < 0.001$). Reliabilitas konstruk sebesar 0.8787 mengindikasikan bahwa alat ukur ini memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga dapat diandalkan untuk mengukur ketersediaan fasilitas.

Terdiri dari lima variabel manifes (L16 hingga L10), konstruk ini memiliki nilai muatan faktor antara 0.626 hingga 0.775, semuanya signifikan pada $p < 0.001$. Meskipun beberapa variabel manifes memiliki nilai muatan faktor yang lebih rendah, reliabilitas konstruk sebesar 0.8368 tetap menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Ini berarti bahwa konstruk ini dapat diandalkan untuk mengukur kemampuan komunikasi dalam layanan.

Konstruk ini mencakup lima variabel manifes (L111 hingga L115) dengan nilai muatan faktor yang berkisar antara 0.710 hingga 0.766. Semua nilai muatan faktor signifikan pada $p < 0.001$, menunjukkan bahwa variabel-variabel ini secara signifikan mengukur kebijakan dan prosedur yang diterapkan. Reliabilitas konstruk sebesar 0.8560 menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi dalam pengukuran ini.

Konstruk ini diwakili oleh lima variabel manifes (L116 hingga L120), dengan nilai muatan faktor yang berkisar antara 0.741 hingga 0.830. Semua muatan faktor signifikan ($p < 0.001$), menunjukkan bahwa semua variabel manifes ini berkontribusi secara signifikan terhadap konstruk biaya pendaftaran dan iuran. Reliabilitas konstruk sebesar 0.8802 menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik.

Secara keseluruhan, hasil CFA pada Tabel 10 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai muatan faktor yang signifikan dan reliabilitas konstruk yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dapat

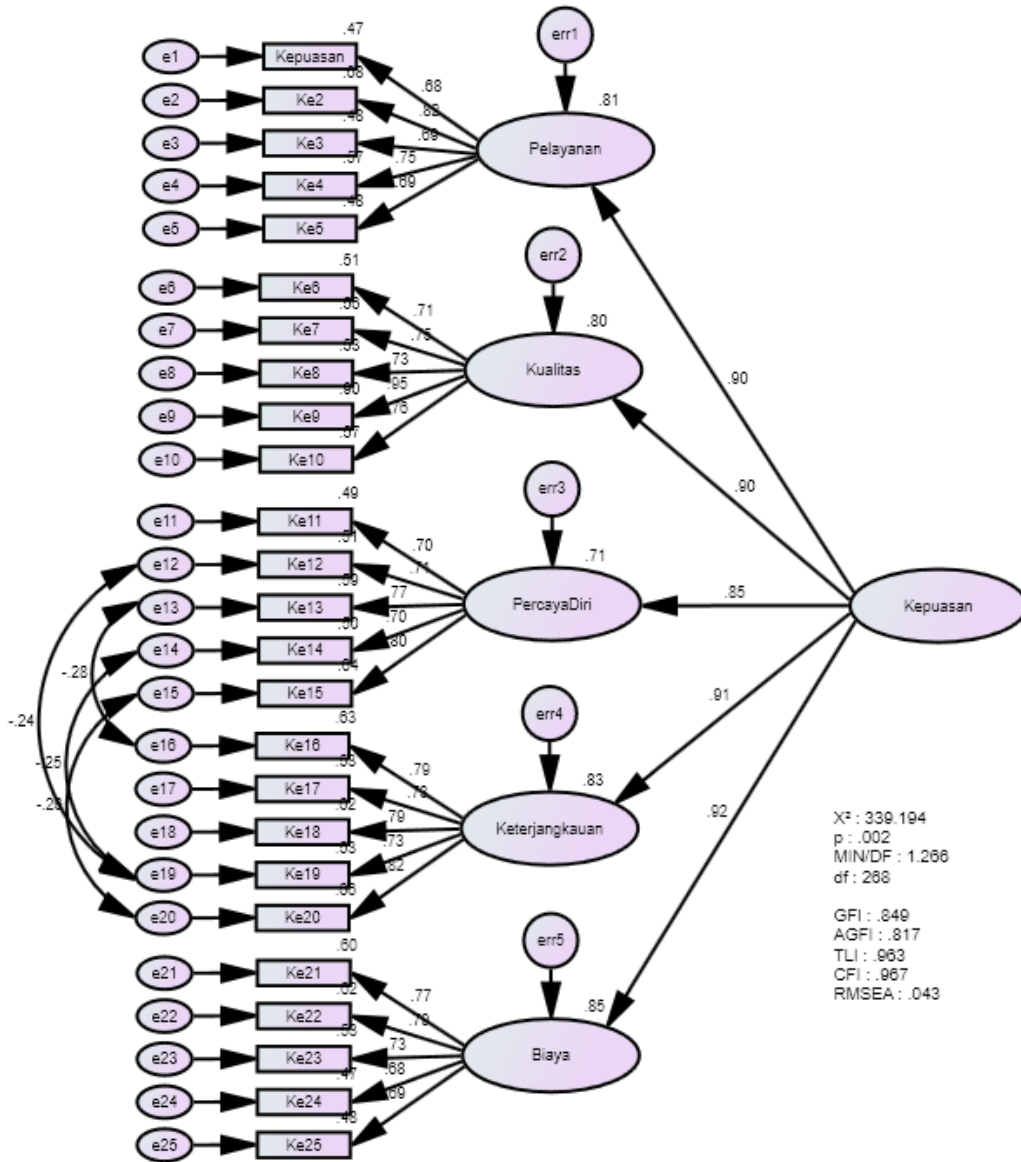
dipercaya dan konsisten dalam mengukur konstruk-konstruk terkait kualitas layanan. Oleh karena itu, data yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar yang kuat untuk mengevaluasi dan mempertahankan kualitas layanan yang diberikan.

Empat konstruk yang dipergunakan menunjukkan reliabilitas yang baik dengan koefisien CR di atas 0.70, menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang bersangkutan karena bersifat unidimensi. Hal ini memperkuat validitas hasil analisis yang dilakukan menggunakan CFA pada konstruk tersebut (Tabachnick & Fidell, 2019).

3. Kepuasan

Kepuasan sebagai variabel laten diukur oleh lima aspek yang merupakan variabel laten orde pertama, yaitu: pelayanan baik dan prima, kualitas fasilitas, percaya diri, keterjangkauan biaya, serta biaya dan kenyamanan. Setiap variabel laten orde pertama ini diukur oleh lima item pertanyaan. Hasil analisis Goodness of Fit menunjukkan bahwa model yang diuji memiliki kecocokan yang baik dengan data. Beberapa indeks utama menunjukkan nilai yang memadai. Chi-Square (χ^2) = 290.327 dengan Probability level = 0.156, dan RMSEA = 0.027 atau kurang dari 0.08. Kedua parameter menandakan fit yang sangat baik sehingga dapat dijelaskan bahwa model tidak berbeda secara signifikan dari data empiris (Tabachnick & Fidell, 2019).

Gambar 4. Model Pengukuran Variabel Kepuasan



Lima konstruk dalam model CFA valid dan signifikan dalam mengukur kepuasan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai muatan faktor yang tinggi dan p-value yang sangat signifikan ($p < 0.001$). Semua konstruk yang dipergunakan juga bersifat satu dimensi.

Tabel 11. CFA Second Order Kepuasan

No.	Konstruk	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Pelayanan baik & prima	0.900	< 0.001	Valid	0.9525
2	Kualitas fasilitas	0.896	< 0.001	Valid	
3	Percaya Diri	0.845	< 0.001	Valid	
4	Keterjangkauan biaya	0.91	< 0.001	Valid	
5	Biaya & kenyamanan	0.919	< 0.001	Valid	
Chi-Square = 290.327 (p = 0.156); RMSEA = 0.027					

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Penelitian ini mengkaji validitas konstruk kepuasan menggunakan Second Order Confirmatory Factor Analysis (CFA). Analisis ini bertujuan untuk menguji apakah data empiris yang diperoleh sesuai dengan model teoritis yang dikembangkan, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mendasari kepuasan.

Tabel 11 menunjukkan muatan faktor, nilai p, dan reliabilitas konstruk untuk masing-masing konstruk yang diuji. Konstruk yang diuji meliputi lima dimensi utama kepuasan, yaitu Pelayanan baik & prima, Kualitas fasilitas, Percaya Diri, Keterjangkauan biaya, dan Biaya & kenyamanan.

Pelayanan baik & prima memiliki muatan faktor sebesar 0.900 dengan nilai $p < 0.001$, menunjukkan bahwa konstruk ini valid secara statistik dengan reliabilitas konstruk 0.9525. Ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dan prima merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan.

Kualitas fasilitas juga menunjukkan muatan faktor yang tinggi, yakni 0.896 dengan nilai $p < 0.001$, dan reliabilitas konstruk 0.9525. Hal ini menandakan bahwa kualitas fasilitas yang disediakan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

Percaya Diri, sebagai konstruk yang menunjukkan tingkat keyakinan dan kepercayaan diri dari peserta, memiliki muatan faktor 0.845 dan nilai $p < 0.001$, dengan reliabilitas konstruk 0.9525. Ini mengindikasikan bahwa faktor ini juga berperan penting dalam membentuk kepuasan.

Keterjangkauan biaya dengan muatan faktor 0.91 dan nilai $p < 0.001$, serta reliabilitas konstruk 0.9525, menunjukkan bahwa faktor biaya yang terjangkau sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pengguna.

Biaya & kenyamanan memiliki muatan faktor tertinggi di antara semua konstruk, yaitu 0.919 dengan nilai $p < 0.001$, serta reliabilitas konstruk 0.9525. Ini menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan pengguna, dikombinasikan dengan kenyamanan yang diperoleh, sangat menentukan tingkat kepuasan mereka.

Fit Model, Chi-Square model yang diperoleh adalah 290.327 dengan nilai $p = 0.156$. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang baik dengan data empiris, karena nilai $p > 0.05$. Selain itu, nilai Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) sebesar 0.027 mengindikasikan bahwa model ini sangat sesuai dengan data yang ada, karena nilai RMSEA di bawah 0.05 menunjukkan fit yang sangat baik.

Berdasarkan hasil CFA ini, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk yang diuji valid dan reliabel. Semua faktor yang diuji memberikan kontribusi signifikan terhadap model kepuasan secara keseluruhan. Dengan demikian, hasil ini dapat diandalkan untuk keperluan analisis lebih lanjut atau pengambilan keputusan terkait peningkatan layanan dan fasilitas.

Manifes pada kelima konstruk yang diuji memiliki muatan faktor yang signifikan secara statistik dengan $p\text{-value} < 0.001$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator adalah pengukur yang valid untuk konstruk masing-masing. Konstruk-konstruk ini valid dalam model yang diuji, menunjukkan bahwa

instrumen secara akurat merefleksikan dimensi kepuasan yang diukur (tabel 12). Lima konstruk yang dipergunakan menunjukkan reliabilitas yang baik dengan koefisien CR di atas 0.70, menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang bersangkutan dalam konteks pengukuran yang dilakukan. Hal ini memperkuat validitas hasil analisis yang dilakukan menggunakan CFA pada konstruk tersebut (Tabachnick & Fidell, 2019).

Tabel 12. CFA First Order Kepuasan

No	Konstruk	Manifes	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Pelayanan baik & prima	Ke1	0.684	< 0.001	Valid	0.8509
		Ke2	0.822	< 0.001	Valid	
		Ke3	0.693	< 0.001	Valid	
		Ke4	0.753	< 0.001	Valid	
		Ke5	0.693	< 0.001	Valid	
2	Kualitas fasilitas	Ke6	0.712	< 0.001	Valid	0.8878
		Ke7	0.751	< 0.001	Valid	
		Ke8	0.730	< 0.001	Valid	
		Ke9	0.950	< 0.001	Valid	
		Ke10	0.756	< 0.001	Valid	
3	Percaya Diri	Ke11	0.700	< 0.001	Valid	0.8569
		Ke12	0.713	< 0.001	Valid	
		Ke13	0.770	< 0.001	Valid	
		Ke14	0.705	< 0.001	Valid	
		Ke15	0.800	< 0.001	Valid	
4	Keterjangkauan biaya	Ke16	0.795	< 0.001	Valid	0.8799
		Ke17	0.726	< 0.001	Valid	

		Ke18	0.785	< 0.001	Valid	
		Ke19	0.731	< 0.001	Valid	
		Ke20	0.815	< 0.001	Valid	
5	Biaya & kenyamanan	Ke21	0.774	< 0.001	Valid	0.8533
		Ke22	0.789	< 0.001	Valid	
		Ke23	0.725	< 0.001	Valid	
		Ke24	0.684	< 0.001	Valid	
		Ke25	0.691	< 0.001	Valid	

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Tabel 12 memaparkan hasil analisis faktor konfirmatori (CFA) tingkat pertama untuk konstruk kepuasan. Analisis ini bertujuan untuk mengonfirmasi apakah variabel manifes yang digunakan benar-benar merepresentasikan konstruk laten yang diukur.

Konstruk ini terdiri dari lima variabel manifes (Ke1 hingga Ke5). Nilai muatan faktor berkisar antara 0.684 hingga 0.822, menunjukkan bahwa semua variabel manifes memberikan kontribusi signifikan terhadap konstruk ini ($p < 0.001$). Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.8509 menunjukkan konsistensi internal yang baik, mengindikasikan bahwa konstruk ini dapat diandalkan dalam mengukur persepsi terhadap pelayanan yang baik dan prima.

Konstruk ini diukur melalui lima variabel manifes (Ke6 hingga Ke10), dengan nilai muatan faktor antara 0.712 hingga 0.950. Semua nilai ini signifikan ($p < 0.001$), yang menandakan kontribusi yang kuat dari setiap variabel terhadap konstruk kualitas fasilitas. Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.8878 menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik, sehingga dapat dipercaya dalam menilai kualitas fasilitas yang disediakan.

Terdiri dari lima variabel manifes (Ke11 hingga Ke15), konstruk ini memiliki nilai muatan faktor berkisar antara 0.700 hingga 0.800, yang semuanya signifikan ($p < 0.001$). Reliabilitas konstruk sebesar 0.8569 menunjukkan konsistensi internal yang baik, yang berarti konstruk ini dapat diandalkan dalam mengukur tingkat percaya diri yang dimiliki pelanggan terkait dengan layanan yang diterima.

Konstruk ini terdiri dari lima variabel manifes (Ke16 hingga Ke20), dengan nilai muatan faktor berkisar antara 0.726 hingga 0.815. Semua muatan faktor signifikan pada $p < 0.001$, menunjukkan bahwa variabel-variabel ini secara signifikan mengukur persepsi keterjangkauan biaya. Reliabilitas konstruk sebesar 0.8799 menunjukkan konsistensi internal yang tinggi, yang berarti bahwa konstruk ini dapat diandalkan untuk menilai aspek keterjangkauan biaya layanan.

Konstruk ini diwakili oleh lima variabel manifes (Ke21 hingga Ke25), dengan nilai muatan faktor yang berkisar antara 0.684 hingga 0.789, semuanya signifikan ($p < 0.001$). Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.8533 menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki konsistensi internal yang baik, mengindikasikan bahwa instrumen ini dapat diandalkan dalam mengukur persepsi terhadap biaya dan kenyamanan yang terkait dengan layanan yang diterima.

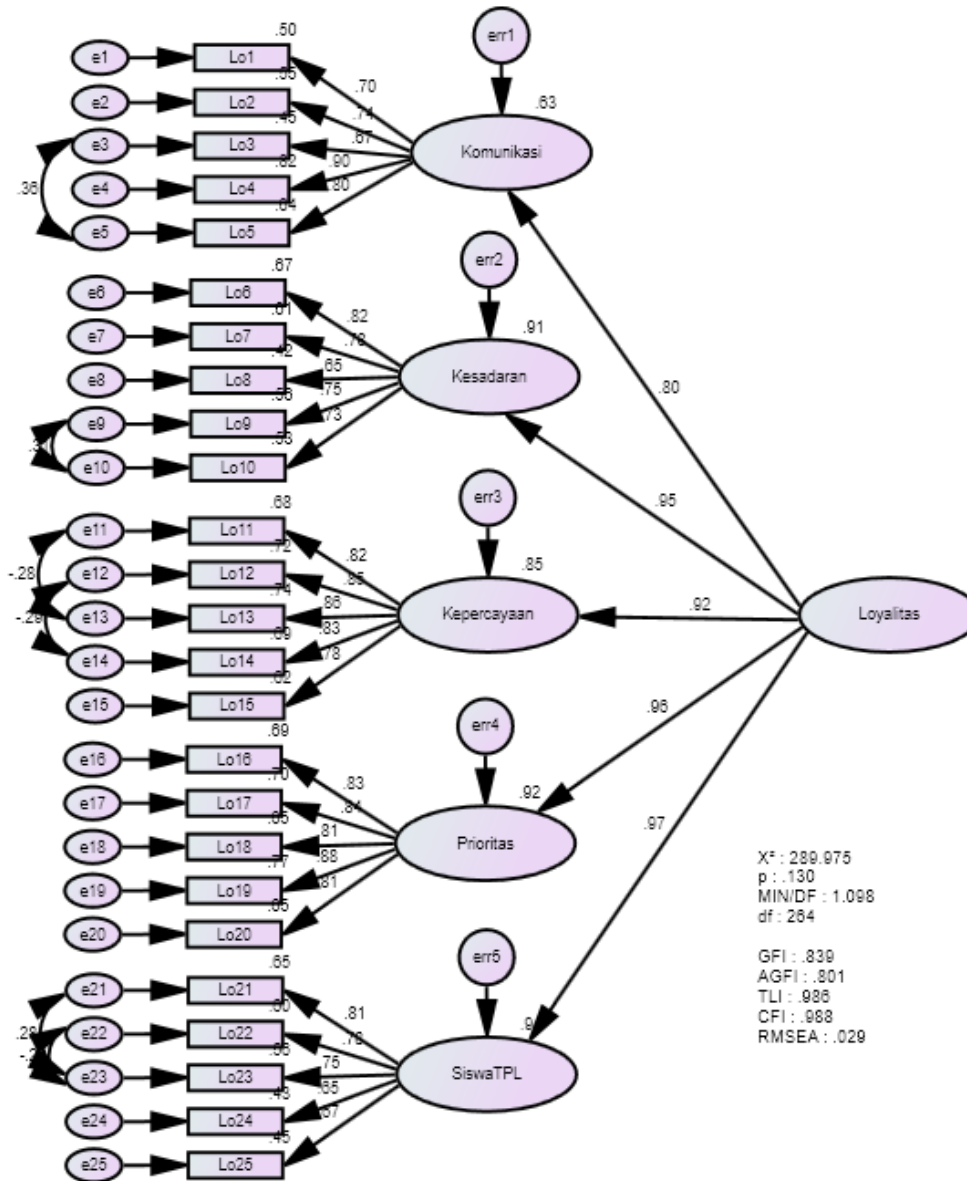
Secara keseluruhan, hasil CFA menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai muatan faktor yang signifikan dan reliabilitas konstruk yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan valid dan konsisten dalam mengukur aspek-aspek kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil analisis ini memberikan dasar yang kuat untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, berdasarkan indikator-indikator yang telah teruji secara statistik.

4. Loyalitas

Loyalitas sebagai variabel laten diukur oleh lima aspek yang merupakan variabel laten orde pertama, yaitu: komunikasi dan penghargaan, kesadaran membayar, kepercayaan atlet, prioritas atlet, dan siswa tidak pindah ke SSB lain. Setiap variabel laten orde pertama ini diukur oleh lima item pertanyaan.

Hasil analisis Goodness of Fit menunjukkan bahwa model yang diuji memiliki kecocokan yang baik dengan data. Beberapa indeks utama menunjukkan nilai yang memadai. Chi-Square (χ^2) = 289.975 dengan Probability level = 0.130, dan RMSEA = 0.029 atau kurang dari 0.08. Kedua parameter menandakan fit yang sangat baik sehingga dapat dijelaskan bahwa model tidak berbeda secara signifikan dari data empiris (Tabachnick & Fidell, 2019).

Gambar 5. Model Pengukuran Variabel Loyalitas



Lima konstruk dalam model CFA valid dan signifikan dalam mengukur loyalitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai muatan faktor yang tinggi dan p-value yang sangat signifikan ($p < 0.001$). Semua konstruk yang dipergunakan juga bersifat satu dimensi, hal ini terindikasi dari berhasil mengukur.

Tabel 13. CFA Second Order Loyalitas

No.	Konstruk	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Komunikasi dan penghargaan	0.797	< 0.001	Valid	0.9661
2	Kesadaran membayar	0.954	< 0.001	Valid	
3	Kepercayaan atlet	0.923	< 0.001	Valid	
4	Prioritas atlet	0.959	< 0.001	Valid	
5	Siswa tidak pindah ke SSB lain	0.969	< 0.001	Valid	
Chi-Square = 289.975 (p =0.130); RMSEA =0.029					

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Tabel 13 menampilkan hasil analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) second order untuk mengukur loyalitas di sebuah Sekolah Sepak Bola (SSB). CFA digunakan untuk menguji validitas konstruk dengan melihat sejauh mana item-item dalam konstruk tersebut mencerminkan variabel yang diukur. Dalam tabel ini, terdapat lima konstruk yang diukur dengan muatan faktor, nilai p, keterangan validitas, dan reliabilitas konstruk.

Konstruk ini memiliki muatan faktor sebesar 0.797 dengan nilai $p < 0.001$, menunjukkan bahwa konstruk ini valid dalam mengukur aspek komunikasi dan penghargaan di SSB. Reliabilitas konstruknya sangat tinggi, yaitu 0.9661, menandakan konsistensi internal yang baik dalam konstruk ini.

Konstruk ini memiliki muatan faktor tertinggi, yaitu 0.954, dengan nilai $p < 0.001$. Ini menunjukkan bahwa kesadaran membayar memiliki kontribusi yang signifikan dalam mengukur loyalitas siswa di SSB. Reliabilitas konstruk juga tinggi pada angka 0.9661, menunjukkan keandalan yang kuat.

Muatan faktor untuk konstruk ini adalah 0.923 dengan nilai $p < 0.001$, menunjukkan validitas yang baik dalam mengukur tingkat kepercayaan atlet

terhadap SSB. Reliabilitas konstruk sebesar 0.9661 menunjukkan bahwa item-item dalam konstruk ini konsisten dalam mengukur kepercayaan atlet.

Konstruk ini memiliki muatan faktor sebesar 0.959 dengan nilai $p < 0.001$, menunjukkan bahwa prioritas atlet diakui sebagai aspek penting dalam loyalitas. Reliabilitas konstruk sebesar 0.9661 memperkuat temuan bahwa konstruk ini diukur dengan konsistensi tinggi.

Dengan muatan faktor sebesar 0.969 dan nilai $p < 0.001$, konstruk ini menunjukkan validitas yang sangat tinggi dalam mengukur loyalitas siswa, terutama terkait dengan keputusan untuk tidak pindah ke SSB lain. Reliabilitas konstruk juga sangat tinggi, yaitu 0.9661, menunjukkan konsistensi pengukuran yang sangat baik.

Nilai Chi-Square sebesar 289.975 dengan $p = 0.130$ menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data empiris, karena nilai $p > 0.05$ menunjukkan tidak adanya perbedaan signifikan antara model teoretis dan data. RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) sebesar 0.029 menunjukkan kecocokan model yang baik, di mana nilai RMSEA yang lebih rendah dari 0.05 mengindikasikan kecocokan yang baik antara model dan data.

Secara keseluruhan, semua konstruk dalam CFA second order ini menunjukkan validitas dan reliabilitas yang tinggi, mendukung bahwa faktor-faktor yang diukur adalah representasi yang baik dari konsep loyalitas siswa di SSB. Hal ini memberikan landasan yang kuat untuk pengukuran lebih lanjut dan aplikasi dalam evaluasi program atau intervensi yang bertujuan meningkatkan loyalitas siswa.

Manifes pada kelima konstruk yang diuji memiliki muatan faktor yang signifikan secara statistik dengan p-value < 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator adalah pengukur yang valid untuk konstruk masing-masing. Konstruk-konstruk ini valid dalam model yang diuji, menunjukkan bahwa instrumen secara akurat merefleksikan dimensi loyalitas yang diukur (tabel 14). Lima konstruk yang dipergunakan menunjukkan reliabilitas yang baik dengan koefisien CR di atas 0.70, menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang bersangkutan dalam konteks pengukuran yang dilakukan. Hal ini memperkuat validitas hasil analisis yang dilakukan menggunakan CFA pada konstruk tersebut (Tabachnick & Fidell, 2019).

Tabel 14. CFA First Order Loyalitas

No	Konstruk	Manifes	Muatan Faktor	p	Ket.	Reliabilitas Konstruk
1	Kelengkapan & kondisi fasilitas	Lo1	0.704	< 0.001	Valid	0.8775
		Lo2	0.740	< 0.001	Valid	
		Lo3	0.674	< 0.001	Valid	
		Lo4	0.905	< 0.001	Valid	
		Lo5	0.801	< 0.001	Valid	
2	Kemampuan pelatih	Lo6	0.820	< 0.001	Valid	0.8633
		Lo7	0.783	< 0.001	Valid	
		Lo8	0.649	< 0.001	Valid	
		Lo9	0.747	< 0.001	Valid	
		Lo10	0.730	< 0.001	Valid	
3	Kesiapan merespon	Lo11	0.822	< 0.001	Valid	0.9171
		Lo12	0.847	< 0.001	Valid	
		Lo13	0.863	< 0.001	Valid	

		Lo14	0.831	< 0.001	Valid	
		Lo15	0.785	< 0.001	Valid	
4	Kemanan dan kesehatan	Lo16	0.830	< 0.001	Valid	0.9187
		Lo17	0.839	< 0.001	Valid	
		Lo18	0.809	< 0.001	Valid	
		Lo19	0.877	< 0.001	Valid	
		Lo20	0.807	< 0.001	Valid	
5	Kesopanan & keramahan	Lo21	0.806	< 0.001	Valid	0.8521
		Lo22	0.778	< 0.001	Valid	
		Lo23	0.745	< 0.001	Valid	
		Lo24	0.652	< 0.001	Valid	
		Lo25	0.671	< 0.001	Valid	

Sumber : Hasil pengolahan data primer

Tabel 14 memberikan hasil analisis faktor konfirmatori (CFA) tingkat pertama untuk mengukur loyalitas. CFA digunakan untuk mengonfirmasi bahwa variabel manifes (indikator) yang digunakan dalam pengukuran tersebut benar-benar merepresentasikan konstruk laten yang diukur.

Konstruk ini terdiri dari lima variabel manifes (Lo1 hingga Lo5), dengan nilai muatan faktor yang berkisar antara 0.674 hingga 0.905. Semua indikator ini menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap konstruk ini ($p < 0.001$). Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.8775 menunjukkan konsistensi internal yang tinggi, yang mengindikasikan bahwa konstruk ini dapat diandalkan untuk menilai kelengkapan dan kondisi fasilitas yang tersedia.

Terdiri dari lima variabel manifes (Lo6 hingga Lo10), konstruk ini memiliki nilai muatan faktor antara 0.649 hingga 0.820, semuanya signifikan pada $p < 0.001$. Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.8633 menunjukkan bahwa konstruk ini

memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga dapat diandalkan dalam menilai kemampuan pelatih dalam menyediakan layanan yang memadai dan profesional.

Konstruk ini diukur melalui lima variabel manifes (Lo11 hingga Lo15), dengan nilai muatan faktor yang berkisar antara 0.785 hingga 0.863. Semua nilai ini signifikan ($p < 0.001$), menandakan bahwa variabel-variabel ini secara signifikan berkontribusi terhadap konstruk kesiapan merespon. Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.9171 menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik, sehingga konstruk ini dapat diandalkan dalam mengukur kesiapan pihak penyedia layanan dalam merespon kebutuhan dan permintaan pelanggan.

Konstruk ini mencakup lima variabel manifes (Lo16 hingga Lo20), dengan nilai muatan faktor berkisar antara 0.807 hingga 0.877. Semua muatan faktor signifikan ($p < 0.001$), menunjukkan bahwa variabel-variabel ini memiliki kontribusi yang kuat terhadap konstruk keamanan dan kesehatan. Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.9187 menunjukkan tingkat konsistensi yang sangat tinggi, yang berarti konstruk ini dapat diandalkan dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap aspek keamanan dan kesehatan layanan yang diberikan.

Konstruk ini diwakili oleh lima variabel manifes (Lo21 hingga Lo25), dengan nilai muatan faktor yang berkisar antara 0.652 hingga 0.806, semuanya signifikan ($p < 0.001$). Nilai reliabilitas konstruk sebesar 0.8521 menunjukkan konsistensi internal yang baik, mengindikasikan bahwa konstruk ini dapat diandalkan untuk menilai kesopanan dan keramahan yang ditunjukkan oleh pihak penyedia layanan.

Secara keseluruhan, hasil CFA ini menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai muatan faktor yang signifikan dan reliabilitas konstruk yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam pengukuran ini valid dan konsisten dalam menilai berbagai aspek loyalitas pelanggan. Data ini

memberikan dasar yang kuat untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan, dengan fokus pada area-area yang diukur oleh konstruk-konstruk ini.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Memahami karakteristik responden memainkan peran penting dalam penelitian ini, terutama untuk mengetahui persentase usia dan jenis kelamin responden. Informasi ini menunjukkan distribusi responden Sekolah Sepak Bola (SSB) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Deskripsi lengkap dari analisis deskriptif karakteristik responden dapat dilihat dalam uraian berikut:

Tabel 15. Deskriptif Responden

Kategori	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jenis Kelamin				
Laki-Laki	251	100.0	100.0	100.0
Usia				
14 Tahun	31	12.4	12.4	12.4
15 Tahun	38	15.1	15.1	27.5
16 Tahun	45	17.9	17.9	45.4
17 Tahun	37	14.7	14.7	60.2
18 Tahun	43	17.1	17.1	77.3
19 Tahun	27	10.8	10.8	88.0
20 Tahun	30	12.0	12.0	100.0
Asal Klub				
Mataram Utama	122	48.6	48.6	48.6
SSB Batu Retno	129	51.0	51.0	99.6
Total	251	100.0	100.0	

Tabel 15 memberikan deskriptif demografis peserta penelitian terkait jenis kelamin, usia, dan asal klub. Semua responden berjenis kelamin laki-laki, dengan

jumlah total sebanyak 251 orang. Dari segi usia, responden terbagi menjadi beberapa kelompok: 14 tahun sebanyak 31 orang (12.4%), 15 tahun sebanyak 38 orang (15.1%), 16 tahun sebanyak 45 orang (17.9%), 17 tahun sebanyak 37 orang (14.7%), 18 tahun sebanyak 43 orang (17.1%), 19 tahun sebanyak 27 orang (10.8%), dan 20 tahun sebanyak 30 orang (12.0%). Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 15 hingga 18 tahun, dengan persentase kumulatif mencapai 77.3%.

Asal klub responden terbagi menjadi dua, yaitu Mataram Utama dengan 122 responden (48.6%) dan SSB Batu Retno dengan 129 responden (51.0%). Dengan demikian, distribusi asal klub menunjukkan keseimbangan yang hampir merata antara kedua klub tersebut, meskipun SSB Batu Retno memiliki sedikit lebih banyak peserta. Secara keseluruhan, data ini memberikan informasi dasar mengenai karakteristik demografis responden yang dapat digunakan sebagai acuan dalam analisis lebih lanjut terkait penelitian tentang kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas peserta sekolah sepak bola di DIY.

C. Deskripsi Data

Variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan, dan loyalitas peserta. Setiap variabel diukur menggunakan skala 1-4, dengan kategorisasi seperti pada tabel 15.

Tabel 16. Interval Kategori Skor Rata-rata

No.	Interval	Kategori
1	1.00 – 1.75	Rendah
2	> 1.75 – 2.50	Cukup Rendah
3	> 2.50 – 3.25	Cukup Tinggi
4	> 3.25 – 4.00	Tinggi

Uji deskriptif dilakukan untuk memahami tendensi sentral dari setiap aspek yang diukur, untuk mendapatkan gambaran awal mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh Sekolah Sepak Bola DIY dan bagaimana peserta menilai berbagai aspek dari pengalamannya. Hasil uji deskriptif akan menyajikan nilai rerata, dan standar deviasi dari setiap aspek yang diukur. Nilai rerata yang diperoleh akan dikategorikan sesuai dengan skala yang telah ditetapkan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang persepsi peserta terhadap kualitas layanan yang diterima. Analisis ini akan menjadi dasar untuk menentukan area-area yang membutuhkan perbaikan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY. Melalui pendekatan ini, laporan ini bertujuan untuk menyediakan wawasan yang mendalam tentang kondisi saat ini dari kualitas layanan di Sekolah Sepak Bola DIY, yang akan membantu dalam perumusan strategi perbaikan yang tepat dan efektif.

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan di Sekolah Sepak Bola DIY diukur melalui lima aspek, yaitu kelengkapan dan kondisi fasilitas, kemampuan pelatih, kesiapan merespons, keamanan dan kesehatan, serta kesopanan dan keramahan.

Tabel 17. Deskriptif Kualitas Layanan

Aspek dan Variabel	Min	Max	Rerata	Sd	Kategori
Kelengkapan & kondisi fasilitas	1.00	3.80	2.255	0.708	Cukup Rendah
Kemampuan pelatih	1.00	3.60	2.284	0.716	Cukup Rendah
Kesiapan merespon	1.00	3.80	2.480	0.673	Cukup Rendah
Kemanan dan kesehatan	1.00	3.60	2.461	0.668	Cukup Rendah
Kesopanan & keramahan	1.00	4.00	2.456	0.738	Cukup Rendah
Kualitas Layanan	1.00	3.52	2.387	0.605	Cukup Rendah

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Aspek Kelengkapan & Kondisi Fasilitas mendapatkan skor rerata 2.2550 terkategori Cukup Rendah, menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia belum sepenuhnya memenuhi harapan peserta. Kondisi fasilitas yang kurang lengkap atau kurang baik dapat menghambat proses latihan dan perkembangan keterampilan peserta. Aspek Kemampuan Pelatih mendapatkan skor rerata 2.2845 terkategori Cukup Rendah. Ini menunjukkan bahwa pelatih mungkin perlu mendapatkan pelatihan lebih lanjut atau sertifikasi tambahan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.

Kesiapan Merespons mendapatkan skor rerata sebesar 2.4805 terkategori Cukup Rendah, menunjukkan bahwa responsivitas terhadap kebutuhan dan permintaan peserta masih perlu ditingkatkan. Responsivitas yang baik sangat penting untuk menjaga kepuasan peserta dan membangun loyalitas. Keamanan dan Kesehatan mendapatkan skor rerata 2.4606 terkategori Cukup Rendah, menunjukkan bahwa aspek keamanan dan kesehatan di sekolah sepak bola ini perlu perhatian lebih. Lingkungan latihan yang aman dan sehat sangat penting untuk kenyamanan dan keselamatan peserta.

Kesopanan dan Keramahan mendapatkan skor rerata 2.4558 terkategori Cukup Rendah, menunjukkan bahwa interaksi antar pelatih dan peserta perlu ditingkatkan dalam hal kesopanan dan keramahan. Sikap yang baik dari pelatih dapat meningkatkan pengalaman peserta secara keseluruhan. Secara keseluruhan, kualitas layanan di Sekolah Sepak Bola DIY berada dalam kategori Cukup Rendah. Semua aspek yang diukur, termasuk kelengkapan dan kondisi fasilitas, kemampuan pelatih, kesiapan merespons, keamanan dan kesehatan, serta kesopanan dan keramahan, mendapatkan skor rata-rata yang berada di rentang 2.25 hingga 2.48. Ini menunjukkan bahwa terdapat ruang untuk perbaikan di semua aspek yang diukur.

Temuan ini sekaligus menunjukkan bahwa Sekolah Sepak Bola DIY perlu melakukan upaya perbaikan di semua aspek yang diukur untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Langkah-langkah perbaikan dapat mencakup peningkatan fasilitas, pelatihan tambahan bagi pelatih, peningkatan responsivitas, peningkatan standar keamanan dan kesehatan, serta pengembangan budaya kesopanan dan keramahan. Dengan demikian, diharapkan kepuasan peserta dapat meningkat, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas peserta terhadap sekolah sepak bola.

2. Lingkungan Latihan

Lingkungan Latihan diukur melalui empat aspek, yaitu ketersediaan fasilitas, kemampuan komunikasi, kebijakan & prosedur, serta biaya pendaftaran & iuran. Hasil pengujian statistik deskriptif diperlihatkan pada tabel di bawah.

Tabel 18. Deskriptif Lingkungan Latihan

Aspek dan Variabel	Min	Max	Rerata	Sd	Kategori
Ketersediaan fasilitas	1.00	3.80	2.351	0.685	Cukup Rendah
Kemampuan komunikasi	1.00	3.80	2.414	0.652	Cukup Rendah
Kebijakan & prosedur	1.00	3.60	2.320	0.646	Cukup Rendah
Biaya pendaftaran & iuran	1.00	3.60	2.434	0.653	Cukup Rendah
Lingkungan Latihan	1.00	3.55	2.380	0.599	Cukup Rendah

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Aspek Ketersediaan Fasilitas mendapatkan skor rerata sebesar 2.351 dengan standar deviasi 0.68541. Nilai rerata ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas di Sekolah Sepak Bola DIY berada dalam kategori Cukup Rendah. ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada mungkin tidak memadai dalam mendukung kegiatan latihan sepak bola secara optimal. Peningkatan fasilitas, baik dari segi jumlah maupun kualitas, diperlukan untuk menciptakan

lingkungan latihan yang lebih kondusif. Aspek Kemampuan Komunikasi mendapatkan skor rerata sebesar 2.414 terkategori Cukup Rendah, menunjukkan bahwa pelatih dan staf mungkin perlu meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Komunikasi yang efektif antara pelatih, peserta, dan orang tua peserta sangat penting untuk memastikan bahwa informasi dan instruksi yang diberikan dapat dipahami dengan jelas.

Aspek Kebijakan dan Prosedur mendapatkan skor rerata sebesar 2.320 terkategori Cukup Rendah. Ini menunjukkan bahwa peserta mungkin merasa bahwa kebijakan dan prosedur yang ada tidak cukup jelas atau tidak diterapkan secara konsisten. Peninjauan dan perbaikan kebijakan serta prosedur internal dapat membantu meningkatkan kejelasan dan keadilan dalam pelaksanaan program. Aspek Biaya Pendaftaran & Iuran mendapatkan skor rerata sebesar 2.434 terkategori Cukup Rendah., menunjukkan bahwa peserta mungkin merasa biaya yang dikenakan masih belum sebanding dengan layanan yang diberikan. Evaluasi terhadap struktur biaya dan peningkatan transparansi serta nilai layanan yang diberikan dapat membantu memperbaiki persepsi peserta mengenai aspek ini.

Secara keseluruhan, variabel Lingkungan Latihan mendapatkan nilai rerata 2.380 terkategori Cukup Rendah. Menunjukkan bahwa semua aspek dari variabel Lingkungan Latihan di Sekolah Sepak Bola DIY yang ada masih belum memadai dan masih ada ruang untuk perbaikan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa lingkungan latihan di Sekolah Sepak Bola DIY memerlukan perbaikan di berbagai aspek untuk meningkatkan kepuasan peserta. Langkah-langkah perbaikan yang dapat diambil meliputi peningkatan fasilitas, peningkatan kemampuan komunikasi staf, peninjauan kebijakan dan prosedur, serta evaluasi struktur biaya.

3. Kepuasan Peserta

Kepuasan diukur melalui lima aspek, yaitu pelayanan baik dan prima, kualitas fasilitas, percaya diri, keterjangkauan biaya, serta biaya dan kenyamanan. Hasil pengujian deskriptif mendapatkan nilai tendensi sentral seperti pada tabel di bawah.

Tabel 19. Deskriptif Kepuasan

Aspek dan Variabel	Min	Max	Rerata	Sd	Kategori
Pelayanan baik & prima	1.00	3.60	2.291	0.650	Cukup Rendah
Kualitas fasilitas	1.00	3.80	2.433	0.707	Cukup Rendah
Percaya Diri	1.00	3.60	2.288	0.656	Cukup Rendah
Keterjangkauan biaya	1.00	3.60	2.307	0.644	Cukup Rendah
Biaya & kenyamanan	1.00	3.40	2.343	0.606	Cukup Rendah
Kepuasan	1.00	3.32	2.332	0.576	Cukup Rendah

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Pelayanan Baik dan Prima mendapatkan skor rerata sebesar 2.291 terkategori Cukup Rendah. Ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh sekolah sepak bola dinilai masih kurang optimal. Untuk meningkatkan kepuasan peserta, pihak sekolah perlu memastikan bahwa pelayanan yang diberikan lebih profesional dan responsif terhadap kebutuhan peserta. Kualitas Fasilitas memiliki nilai rerata 2.433 dan standar deviasi 0.707, yang juga terkategori Cukup Rendah. Namun meskipun masuk dalam kategori Cukup Rendah, nilai rerata yang mendekati batas atas kategori ini menunjukkan bahwa terdapat potensi perbaikan yang cukup signifikan jika fasilitas yang ada ditingkatkan baik dari segi kualitas maupun ketersediaannya.

Percaya Diri mendapatkan nilai rerata sebesar 2.288 dengan standar deviasi 0.656, terkategori Cukup Rendah. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya dukungan dan bimbingan dari pelatih yang dapat membantu

meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam bermain sepak bola. Keterjangkauan Biaya menunjukkan nilai rerata 2.307 dan standar deviasi 0.644, yang berada dalam kategori Cukup Rendah. Meskipun biaya yang dikenakan dapat dikatakan relatif, sehingga dapat dianggap cukup terjangkau, persepsi peserta terhadap nilai yang mereka terima masih perlu ditingkatkan. Ini bisa dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan.

Biaya dan Kenyamanan menunjukkan nilai rerata 2.343 dan standar deviasi 0.606, yang terkategori Cukup Rendah. Ini menunjukkan kombinasi antara biaya yang dikenakan dan kenyamanan yang dirasakan peserta masih dirasa ada kesenjangan. Masih ada ruang untuk meningkatkan kenyamanan peserta selama mereka mengikuti program latihan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan mereka. Secara keseluruhan, variabel Kepuasan memiliki nilai rerata 2.332 dengan standar deviasi 0.576. Hasil ini menempatkan kepuasan peserta di Sekolah Sepak Bola DIY dalam kategori Cukup Rendah. Menunjukkan bahwa variabel Kepuasan masih memerlukan banyak perbaikan di berbagai aspek untuk meningkatkan tingkat kepuasan peserta di Sekolah Sepak Bola DIY. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi peningkatan kualitas pelayanan, peningkatan kualitas fasilitas, peningkatan rasa percaya diri peserta melalui bimbingan yang lebih baik, serta evaluasi terhadap struktur biaya untuk memastikan keseimbangan antara biaya dan kenyamanan.

4. Loyalitas Peserta

Loyalitas diukur melalui lima aspek, yaitu komunikasi dan penghargaan, kesadaran membayar, kepercayaan atlet, prioritas atlet, dan siswa tidak pindah ke SSB lain. hasil pengujian deskriptif dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 20. Deskriptif Loyalitas

Aspek dan Variabel	Min	Max	Rerata	Sd	Kategori
Komunikasi dan penghargaan	1.00	3.60	2.248	0.683	Cukup Rendah
Kesadaran membayar	1.00	3.40	2.371	0.687	Cukup Rendah
Kepercayaan atlet	1.00	4.00	2.438	0.739	Cukup Rendah
Prioritas atlet	1.00	4.00	2.480	0.735	Cukup Rendah
Siswa tidak pindah ke SSB lain	1.00	3.60	2.305	0.707	Cukup Rendah
Loyalitas	1.00	3.36	2.368	0.637	Cukup Rendah

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Aspek komunikasi dan Penghargaan mendapatkan nilai rerata sebesar 2.248 dengan standar deviasi 0.683. Nilai rerata ini menunjukkan bahwa komunikasi dan penghargaan di Sekolah Sepak Bola DIY berada dalam kategori Cukup Rendah. Komunikasi yang efektif dan pemberian penghargaan yang memadai adalah aspek penting dalam membangun loyalitas. Nilai rerata yang rendah menunjukkan bahwa sekolah sepak bola perlu meningkatkan komunikasi dengan peserta dan memberikan penghargaan yang layak untuk menjaga loyalitas mereka. Aspek kesadaran membayar memiliki nilai rerata 2.371 dan standar deviasi 0.687, terkategori Cukup Rendah. Meskipun kesadaran membayar berada dalam kategori Cukup Rendah, sekolah sepak bola perlu memastikan bahwa peserta merasa puas dengan layanan yang mereka terima sehingga mereka lebih rela untuk membayar biaya yang ditetapkan.

Aspek Kepercayaan Atlet mendapatkan penilaian responden dengan nilai rerata sebesar 2.438, terkategori Cukup Rendah. Ini menunjukkan perlu ditingkatkan, misalnya dengan memberikan pelayanan yang lebih baik, menunjukkan transparansi, dan menjaga integritas dalam setiap aspek operasional. Aspek Prioritas Atlet menunjukkan nilai rerata 2.480 dan standar deviasi 0.735, yang berada dalam kategori Cukup Rendah. Menempatkan atlet sebagai prioritas utama dapat membantu meningkatkan loyalitas mereka.

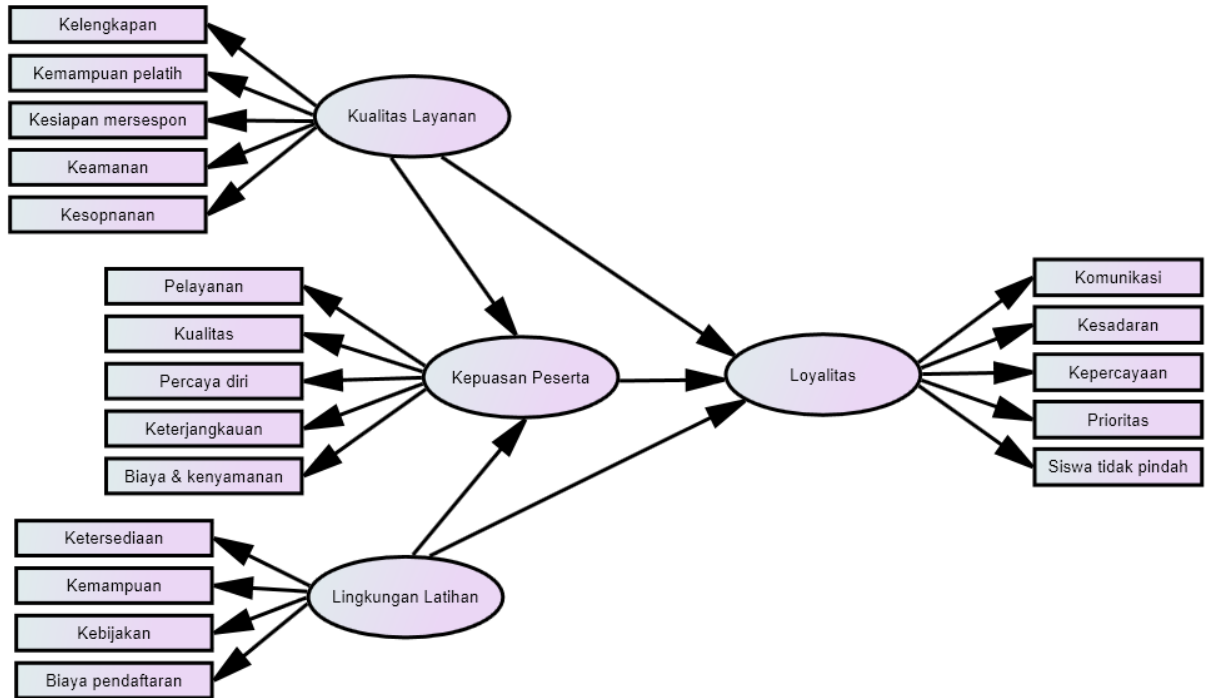
Sekolah sepak bola perlu menunjukkan perhatian lebih terhadap kebutuhan dan perkembangan individu setiap atlet. Aspek Siswa Tidak Pindah ke SSB Lain menunjukkan nilai rerata 2.305 dan standar deviasi 0.707, terkategori Cukup Rendah. Aspek ini mencerminkan loyalitas peserta dalam bentuk kesediaan mereka untuk tetap berada di sekolah sepak bola yang sama. Nilai rerata yang rendah menunjukkan bahwa sekolah sepak bola perlu bekerja lebih keras untuk mempertahankan peserta mereka.

Secara keseluruhan, variabel Loyalitas memiliki nilai rerata 2.368 dengan standar deviasi 0.637. Hasil ini menempatkan loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY dalam kategori Cukup Rendah. Ini menunjukkan bahwa variabel Loyalitas masih memerlukan banyak perbaikan di berbagai aspek untuk meningkatkan loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi peningkatan komunikasi dan penghargaan, meningkatkan kesadaran membayar dengan memberikan nilai tambah yang lebih tinggi, membangun kepercayaan dengan transparansi dan integritas, menempatkan atlet sebagai prioritas utama, serta menciptakan lingkungan yang mendukung agar peserta merasa nyaman dan loyal terhadap sekolah sepak bola.

D. Hasil Analisis Data

Analisis Structural Equation Modeling (SEM) memungkinkan peneliti menguji sejumlah besar hubungan secara simultan dan untuk memodelkan hubungan antara variabel laten dan variabel terukur. Dalam konteks penelitian ini, SEM digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan peserta, dan loyalitas peserta.

Gambar 6. Model Teoritik



Analisis SEM memberikan kerangka kerja yang kuat untuk menguji dan memvalidasi hipotesis penelitian, serta untuk membangun model yang dapat menjelaskan dan memprediksi fenomena yang diamati dalam konteks sekolah sepak bola. Ini membantu peneliti untuk membuat keputusan berdasarkan data dan untuk merancang intervensi yang dapat meningkatkan kualitas layanan dan lingkungan latihan, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas peserta.

1. Kecocokan Model

Goodness of Fit (GoF) menjadi ukuran seberapa baik model statistik cocok dengan data yang diamati. Dalam konteks Structural Equation Modeling (SEM), beberapa parameter GoF yang umum digunakan adalah Chi-Square (χ^2), Goodness of Fit Index (GFI), Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI),

Tucker-Lewis Index (TLI), Comparative Fit Index (CFI), dan Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA).

Tabel 21. GoF Model

Indeks	Nilai	Rekomendasi	Keterangan
X2	164.922 (p= 0.074)	P > 0.05	Terpenuhi
MIN/DF	1.178	< 2	Terpenuhi
GFI	0.927	> 0.90	Terpenuhi
AGFI	0.901	> 0.90	Terpenuhi
TLI	0.991	> 0.95	Terpenuhi
CFI	0.993	> 0.95	Terpenuhi
RMSEA	0.029	< 0.06	Terpenuhi

Sumber: Hasil pengujian SEM

Diperlihatkan pada tabel 21 di atas, semua parameter GoF menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang baik dengan data. Chi-Square mengukur deviasi antara model yang diusulkan dan data yang diamati. Nilai p yang lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa perbedaan antara model dan data tidak signifikan secara statistik. Dengan nilai $p = 0.074$, yang lebih besar dari 0.05, perbedaan ini dianggap tidak signifikan, sehingga model dapat diterima sebagai cocok dengan data. Meskipun Chi-Square cenderung menjadi indeks yang sangat sensitif terhadap ukuran sampel besar, dalam kasus ini, nilai p yang lebih besar dari 0.05 mendukung kesesuaian model.

MIN/DF mengukur rasio antara nilai Chi-Square dan derajat kebebasan (DF) model. Nilai rasio yang kurang dari 2 menunjukkan bahwa model memiliki fit yang baik dengan data, karena model tidak terlalu rumit

dibandingkan dengan data. Nilai 1.178 yang diperoleh jauh di bawah ambang batas 2 menunjukkan bahwa model cukup sederhana dan fit dengan data yang diamati.

GFI mengukur proporsi variansi dan kovarians data yang dapat dijelaskan oleh model. Nilai GFI di atas 0.90 menunjukkan fit yang baik antara model dan data. Dengan nilai 0.927, yang melebihi ambang batas 0.90, model menunjukkan bahwa sebagian besar variansi data dapat dijelaskan oleh model, yang mendukung kesesuaian model yang baik.

AGFI adalah versi disesuaikan dari GFI yang mempertimbangkan jumlah parameter dalam model. Nilai AGFI di atas 0.90 menunjukkan bahwa model sesuai dengan data setelah penyesuaian untuk kompleksitas model. Dengan nilai 0.901, model ini menunjukkan bahwa fit antara model dan data tetap baik setelah mempertimbangkan kompleksitas model.

TLI, atau Non-Normed Fit Index (NNFI), mengukur fit model dibandingkan dengan model null yang sederhana. Nilai TLI di atas 0.95 menunjukkan fit yang sangat baik. Dengan nilai 0.991, model menunjukkan bahwa ia jauh lebih baik dibandingkan dengan model null, mendukung kesesuaian yang sangat baik.

CFI mengukur seberapa baik model yang diusulkan cocok dengan data dibandingkan dengan model null. Nilai CFI di atas 0.95 menunjukkan bahwa model memiliki fit yang sangat baik. Dengan nilai 0.993, model ini menunjukkan kesesuaian yang sangat baik, jauh di atas ambang batas yang direkomendasikan.

RMSEA mengukur rata-rata kesalahan fit model per derajat kebebasan, dengan mempertimbangkan ukuran sampel. Nilai di bawah 0.06 menunjukkan fit yang sangat baik. Dengan nilai 0.029, model menunjukkan bahwa rata-rata

kesalahan fit adalah sangat rendah, yang mendukung kesesuaian yang sangat baik dengan data.

Dari analisis di atas, semua indeks GoF menunjukkan bahwa model yang diusulkan memenuhi kriteria kesesuaian yang baik. Nilai-nilai yang diperoleh untuk Chi-Square, MIN/DF, GFI, AGFI, TLI, CFI, dan RMSEA mendukung klaim bahwa model ini cocok dengan data yang diamati dan dapat dianggap sebagai representasi yang valid dan baik dari struktur data.

2. Uji Struktural

Pengujian SEM terhadap model loyalitas mendapatkan hasil signifikan pada semua hubungan antar variabel (tabel 4.15). Diperlihatkan dalam tabel tersebut bahwa semua pengaruh variabel eksogen dan variabel mediasi terhadap endogen adalah signifikan.

Tabel 22. Hasil Pengujian Struktural

No	Endogen	Eksogen	β	t_{val}	p
1	Kepuasan Peserta	Kualitas Layanan	0.410	5.609	< 0.0001
		Lingkungan Latihan	0.321	4.593	< 0.0001
2	Loyalitas	Kepuasan Peserta	0.231	3.294	< 0.0001
		Kualitas Layanan	0.443	5.970	< 0.0001
		Lingkungan Latihan	0.236	3.558	< 0.0001

Tabel 22 menyajikan hasil dari pengujian struktural dalam model Structural Equation Modeling (SEM). Tabel ini menunjukkan hubungan antara variabel endogen dan eksogen, serta nilai β (koefisien jalur), nilai t (t-value), dan nilai p untuk masing-masing hubungan. Berikut adalah analisis deskriptif dari hasil pengujian struktural:

Koefisien β sebesar 0.410 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta. Nilai t yang tinggi (5.609) dan nilai p yang sangat kecil (< 0.0001) menegaskan bahwa hubungan ini sangat signifikan secara statistik. Ini berarti peningkatan kualitas layanan berhubungan dengan peningkatan kepuasan peserta.

Koefisien β sebesar 0.321 menunjukkan bahwa Lingkungan Latihan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta. Nilai t (4.593) dan nilai p (< 0.0001) menunjukkan bahwa hubungan ini juga signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa kondisi lingkungan latihan berkontribusi pada kepuasan peserta.

Koefisien β sebesar 0.231 menunjukkan bahwa Kepuasan Peserta memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas. Nilai t (3.294) dan nilai p (< 0.0001) mendukung signifikansi hubungan ini secara statistik. Artinya, kepuasan peserta berkontribusi pada peningkatan loyalitas.

Koefisien β sebesar 0.443 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas. Nilai t (5.970) dan nilai p (< 0.0001) menunjukkan bahwa hubungan ini sangat signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa kualitas layanan yang lebih baik meningkatkan loyalitas.

Koefisien β sebesar 0.236 menunjukkan bahwa Lingkungan Latihan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas. Nilai t (3.558) dan nilai p (< 0.0001) menunjukkan bahwa hubungan ini juga signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa lingkungan latihan yang baik turut meningkatkan loyalitas.

Hasil dari pengujian struktural dalam Tabel 22 menunjukkan bahwa semua hubungan yang diuji antara variabel endogen dan eksogen signifikan secara statistik. Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan secara positif

mempengaruhi Kepuasan Peserta, yang pada gilirannya mempengaruhi Loyalitas. Selain itu, Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan juga secara langsung mempengaruhi Loyalitas. Nilai β , t-value, dan p menunjukkan kekuatan dan signifikansi hubungan ini, mendukung bahwa model struktural yang diusulkan valid dan sesuai dengan data yang diamati.

a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Peserta

Koefisien jalur sebesar 0.410 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta. Nilai t sebesar 5.609 dan nilai p kurang dari 0.0001 menandakan bahwa pengaruhnya sangat signifikan secara statistik. Berarti semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah sepak bola, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan peserta. Kualitas layanan yang mencakup ketersediaan fasilitas, keterampilan komunikasi staf, serta kebijakan dan prosedur yang diterapkan, memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan peserta.

b. Pengaruh Lingkungan Latihan terhadap Kepuasan Peserta

Koefisien jalur sebesar 0.321 menunjukkan bahwa Lingkungan Latihan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta. Nilai t sebesar 4.593 dan nilai p kurang dari 0.0001 menandakan bahwa pengaruhnya sangat signifikan secara statistik. Berarti bahwa lingkungan latihan yang baik, termasuk kondisi fisik fasilitas, suasana latihan, dan dukungan yang diberikan oleh manajemen, secara signifikan meningkatkan kepuasan peserta.

c. Pengaruh Kepuasan Peserta terhadap Loyalitas

Koefisien jalur sebesar 0.231 menunjukkan bahwa Kepuasan Peserta memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas. Nilai t sebesar

3.294 dan nilai p kurang dari 0.0001 menandakan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Berarti peserta yang puas dengan layanan dan lingkungan latihan yang disediakan oleh sekolah sepak bola cenderung lebih loyal, yang dapat diartikan sebagai kecenderungan mereka untuk terus berpartisipasi dan merekomendasikan sekolah sepak bola kepada orang lain.

d. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas

Koefisien jalur sebesar 0.443 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas. Nilai t sebesar 5.970 dan nilai p kurang dari 0.0001 menandakan bahwa pengaruhnya sangat signifikan secara statistik. Berarti bahwa kualitas layanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan peserta, tetapi juga langsung mempengaruhi loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola.

e. Pengaruh Lingkungan Latihan terhadap Loyalitas

Koefisien jalur sebesar 0.236 menunjukkan bahwa Lingkungan Latihan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas. Nilai t sebesar 3.558 dan nilai p kurang dari 0.0001 menandakan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Hal ini berarti bahwa lingkungan latihan yang mendukung dan kondusif juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas peserta, selain meningkatkan kepuasan mereka.

f. Peran Kepuasan Sebagai Mediator

Penelitian ini menyoroti peran kepuasan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas peserta di Sekolah Sepak Bola DIY. Kepuasan memainkan peran krusial dalam menjembatani efek dari kedua variabel independen tersebut terhadap loyalitas. Pengaruh langsung mengacu pada hubungan langsung antara dua variabel tanpa intervensi dari variabel lain. Dalam uraian sebelumnya telah

dijelaskan bahwa semua variabel eksogen berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Loyalitas, termasuk kepuasan sebagai variabel perantara.

Pengaruh tidak langsung mengacu pada hubungan antara dua variabel yang dimediasi oleh variabel lain. Dalam konteks ini, kepuasan berperan sebagai variabel mediasi antara kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas. Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan adalah sebesar 0.095. Sedangkan pengaruh tidak langsung dari lingkungan latihan terhadap loyalitas melalui kepuasan adalah sebesar 0.074. Dikaitkan dengan hasil pengaruh langsung sebelumnya, menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan lingkungan latihan meningkatkan kepuasan peserta, yang kemudian meningkatkan loyalitas siswa terhadap SSB.

Kombinasi dari pengaruh langsung dan tidak langsung antara dua variabel menunjukkan dampak keseluruhan dari kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas, baik secara langsung maupun melalui kepuasan. Kualitas layanan terhadap loyalitas adalah sebesar 0.538. Ini mencakup pengaruh langsung (0.443) dan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan (0.095). Lingkungan latihan terhadap loyalitas adalah sebesar 0.310. Ini mencakup pengaruh langsung (0.236) dan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan (0.074).

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh variabel eksogen (Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan) terhadap variabel perantara (Kepuasan peserta), dan pengaruh eksogen terhadap endogen (Loyalitas) baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel perantara.

H1: *Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Peserta di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta.* Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta ($\beta = 0.410$, $p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, dengan demikian H1 dapat diterima.

H2. *Lingkungan Latihan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Peserta di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta.* Hasil analisis menunjukkan bahwa Lingkungan Latihan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta ($\beta = 0.321$, $p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, dengan demikian H2 dapat diterima.

H3. *Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Peserta di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta.* Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta (β Kualitas Layanan = 0.410 , $p < 0.005$; β Lingkungan Latihan = 0.321 , $p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, dengan demikian H3 dapat diterima.

H4. *Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Peserta di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta.* Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas Peserta ($\beta = 0.443$, $p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, dengan demikian H4 dapat diterima.

H5: *Lingkungan Latihan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Peserta di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta.* Hasil analisis menunjukkan bahwa Lingkungan Latihan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas Peserta ($\beta = 0.236$, $p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, dengan demikian H5 dapat diterima.

H6: *Kepuasan Peserta Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta.* Hasil analisis menunjukkan bahwa Kepuasan Peserta memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas ($\beta = 0.231, p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, dengan demikian H6 dapat diterima.

H7: *Kualitas Layanan, Lingkungan Latihan, dan Kepuasan Peserta Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta.* Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Lingkungan Latihan, dan Kepuasan Peserta secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Loyalitas (β Kualitas Layanan = 0.443, $p < 0.005$; β Lingkungan Latihan = 0.236, $p < 0.005$; β Kepuasan Peserta = 0.231, $p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, dengan demikian H7 dapat diterima.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Siswa

Kualitas layanan dalam penelitian ini diukur melalui lima aspek, yaitu kelengkapan dan kondisi fasilitas, kemampuan pelatih, kesiapan merespons, keamanan dan kesehatan, serta kesopanan dan keramahan. Kelima aspek terkategori Rerata skor untuk kualitas layanan berada dalam kategori Cukup Rendah, menunjukkan masih ada ruang untuk peningkatan dalam hal ini. Temuan pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan siswa di Sekolah Sepak Bola Daerah Istimewa Yogyakarta sejalan dengan beberapa penelitian lain. (Twum & Peprah, 2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan siswa. Penelitian lain oleh (Maleki & Fathi, 2021) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap perilaku siswa di sekolah sepak bola.

Kelengkapan dan kondisi fasilitas merupakan faktor utama yang dapat langsung mempengaruhi pengalaman siswa dalam menjalani kegiatan latihan. Fasilitas yang lengkap dan dalam kondisi baik mencakup lapangan yang layak, ruang ganti yang bersih, peralatan latihan yang memadai, serta fasilitas pendukung lainnya seperti ruang istirahat dan kantin. Kondisi fasilitas yang baik dapat meningkatkan kenyamanan siswa, memudahkan mereka dalam mengikuti latihan, dan mengurangi risiko cedera. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Munar & Ma'mun, 2023), yang menekankan pentingnya fasilitas latihan yang memadai dalam meningkatkan performa pemain sepak bola.

Pelatih yang kompeten dan berpengalaman dapat memberikan instruksi yang jelas, metode latihan yang efektif, serta umpan balik yang konstruktif. Kemampuan pelatih tidak hanya terbatas pada aspek teknis sepak bola, tetapi juga mencakup kemampuan untuk memotivasi siswa, mengelola dinamika kelompok, dan memberikan bimbingan moral. Pelatih yang baik dapat membantu siswa mencapai potensi maksimal mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan siswa terhadap program latihan. Mulyawan (Heldisari & Anandhita, 2023) menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pelatih dalam memotivasi pemain sangat penting. Pelatih yang baik dapat membantu siswa mencapai potensi maksimal.

Kesiapan merespons merujuk pada kemampuan staf dan pelatih untuk segera menanggapi kebutuhan, pertanyaan, atau masalah yang diajukan oleh siswa atau orang tua. Respons yang cepat dan efektif dapat menciptakan rasa dihargai dan dipedulikan. Selain itu, kesiapan merespons juga mencakup penyediaan bantuan medis segera saat terjadi cedera atau kondisi darurat lainnya selama latihan.

Keamanan dan kesehatan adalah aspek krusial dalam lingkungan latihan, terutama dalam olahraga fisik seperti sepak bola. Sekolah sepak bola harus

memastikan bahwa lingkungan latihan aman dari risiko cedera dan menyediakan fasilitas kesehatan yang memadai. Selain itu, pelaksanaan prosedur keamanan yang ketat seperti pemeriksaan rutin peralatan, penempatan petugas medis, dan pelatihan pertolongan pertama bagi pelatih dapat meningkatkan rasa aman dan kenyamanan siswa. Penelitian (Febrianta dan Sabillah, 2022) menunjukkan bahwa latihan sepak bola untuk usia muda harus sesuai dengan karakteristik perkembangan usia dan kebutuhan permainan dalam sepak bola, termasuk aspek keamanan dan kesehatan.

Kesopanan dan keramahan staf dan pelatih dapat menciptakan lingkungan yang ramah dan inklusif. Siswa yang merasa dihargai dan disambut dengan baik akan lebih termotivasi untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan latihan. Interaksi yang positif antara staf dan siswa dapat membangun hubungan yang baik, meningkatkan rasa percaya diri siswa, dan menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan. (Mulyawan, 2023) menunjukkan bahwa interaksi yang positif antara staf dan siswa dapat membangun hubungan yang baik, meningkatkan rasa percaya diri siswa, dan menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan.

Meskipun sebagian besar studi mendukung dampak positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, ada beberapa temuan penelitian yang menunjukkan persepsi sebaliknya. (Muthiya & Sitio, 2021) selain mendapatkan temuan yang mendukung, juga menemukan bahwa keputusan untuk mendaftar tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan untuk mendaftar, itu tidak selalu berarti kepuasan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan siswa di Sekolah Sepak Bola DIY. Oleh karena itu, penting bagi sekolah-sekolah sepak bola untuk berfokus pada

peningkatan kualitas layanan mereka sebagai strategi utama untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas siswa. Dengan melakukan ini, SSB tidak hanya dapat meningkatkan pengalaman siswa, tetapi juga memastikan kesuksesan jangka panjang mereka dalam industri sepak bola yang kompetitif.

2. Pengaruh Lingkungan Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa

Lingkungan latihan merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa di sekolah sepak bola. Dalam konteks penelitian ini, lingkungan latihan mencakup ketersediaan fasilitas, kemampuan komunikasi staf, kebijakan dan prosedur, serta biaya pendaftaran dan iuran (Putra, 2023; Febrianta & Sabillah, 2022)

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa lingkungan latihan di Sekolah Sepak Bola DIY dikategorikan sebagai Cukup Rendah. Meskipun berada pada kategori Cukup Rendah, pengaruh lingkungan latihan terhadap kepuasan siswa terbukti signifikan. Ini menunjukkan perbaikan dalam aspek-aspek lingkungan latihan dapat meningkatkan kepuasan siswa.

Ketersediaan Fasilitas yang memadai sangat penting dalam lingkungan latihan. Fasilitas seperti lapangan yang layak, ruang ganti yang bersih, peralatan latihan yang memadai, dan fasilitas pendukung lainnya seperti ruang istirahat dan kantin, dapat mendukung aktivitas latihan siswa dan memberikan kenyamanan selama proses latihan (Bayu, 2022). Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa aspek ketersediaan fasilitas di Sekolah Sepak Bola DIY masih dalam kategori Cukup Rendah, menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan dalam penyediaan fasilitas.

Kemampuan komunikasi staf juga merupakan faktor penting dalam lingkungan latihan. Staf yang mampu berkomunikasi dengan baik dapat membantu siswa memahami instruksi latihan, memberikan motivasi, dan menjawab pertanyaan siswa (Mulyawan & Iman, 2023). Komunikasi

interpersonal yang efektif antara staf dan siswa sangat penting dalam lingkungan latihan. Kebijakan dan prosedur yang jelas dan terstruktur dapat memberikan panduan yang baik bagi siswa dan staf dalam menjalankan aktivitas latihan (Sumantri, 2024). Kebijakan yang baik mencakup aspek-aspek seperti jadwal latihan, aturan keselamatan, dan prosedur pendaftaran.

Biaya pendaftaran dan iuran yang terjangkau juga dapat mempengaruhi kepuasan siswa dan orang tua. Biaya yang terjangkau memungkinkan lebih banyak siswa untuk berpartisipasi dalam program latihan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas dan prestasi tim (Leana, (2023). Beberapa penelitian lain menunjukkan hasil sejalan dengan penelitian ini. (Mittal & Jung, 2024) menemukan bahwa lingkungan latihan berpengaruh positif terhadap kepuasan siswa. (Fleshmenn 2020) menemukan hubungan positif antara persepsi lingkungan latihan dan kepuasan keseluruhan. (Balmeo et al, 2024) menemukan bahwa lingkungan latihan memediasi hubungan antara lima dimensi kualitas layanan dan kepuasan penggemar. Ini menunjukkan bahwa lingkungan latihan yang baik dapat meningkatkan kepuasan penggemar.

Meskipun banyak penelitian lain yang mendukung temuan, beberapa penelitian lain menunjukkan sebaliknya, (Mittal & Jung, 2024) selain mendapat temuan mendukung juga mendapat temuan sebaliknya. Keputusan untuk mendaftar tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. (Lombardi et al, 2019) menemukan bahwa meskipun mayoritas responden menilai lingkungan latihan sebagai baik, masih ada aspek kepuasan yang dinilai hanya cukup. Ini menunjukkan bahwa lingkungan latihan yang baik tidak selalu menjamin tingkat kepuasan yang tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan latihan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan siswa di Sekolah Sepak Bola DIY. Oleh karena itu, penting bagi sekolah-sekolah sepak bola

untuk berfokus pada peningkatan lingkungan latihan sebagai strategi utama untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas siswa.

3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas

Kepuasan siswa merupakan faktor kunci yang berperan penting dalam menentukan tingkat loyalitas mereka. Loyalitas siswa sangat penting bagi sekolah sepak bola karena dapat memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang institusi tersebut. Tingginya kepuasan siswa diharapkan berkontribusi pada peningkatan loyalitas, yang berarti siswa cenderung tetap berlatih di sekolah yang sama dan tidak berpindah ke sekolah lain.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan siswa terhadap loyalitas siswa di SSB DIY. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan siswa, semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola. Namun hasil uji deskriptif mengenai kepuasan dan aspek-aspeknya menunjukkan bahwa kepuasan siswa di SSB DIY berada dalam kategori Cukup Rendah. Ini memberikan beberapa implikasi penting bagi manajemen SSB Daerah Istimewa Yogyakarta. Manajemen perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan lingkungan latihan di berbagai aspek, upaya ini penting untuk meningkatkan kepuasan siswa, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka.

Mengingat bahwa kualitas fasilitas memiliki rerata yang cukup rendah, manajemen perlu melakukan investasi dalam memperbaiki dan meningkatkan fasilitas yang tersedia. Fasilitas yang memadai dan berkualitas tinggi dapat meningkatkan pengalaman latihan siswa dan kepuasan mereka.

Meskipun kepuasan siswa saat ini berada dalam kategori Cukup Rendah, penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan masih memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas siswa. Ini berarti bahwa meskipun tingkat kepuasan saat ini rendah, setiap peningkatan dalam aspek kepuasan akan

berdampak positif pada loyalitas siswa. Siswa yang puas cenderung memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap sekolah sepak bola dan program pelatihannya. Kepercayaan ini membuat mereka lebih berkomitmen untuk tetap berlatih di sekolah tersebut dan tidak berpindah ke sekolah lain.

Siswa yang merasa puas dengan pengalaman mereka di sekolah sepak bola akan cenderung berbagi pengalaman positif ini dengan teman-teman mereka. Rekomendasi dari mulut ke mulut ini dapat meningkatkan reputasi sekolah dan menarik lebih banyak siswa baru. Kepuasan yang tinggi juga berkontribusi pada retensi siswa, yaitu kemampuan sekolah untuk mempertahankan siswa mereka. Siswa yang puas dengan layanan yang diberikan akan lebih mungkin untuk terus berlatih di sekolah yang sama, yang pada akhirnya meningkatkan stabilitas finansial sekolah.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung temuan bahwa kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Wan Pa et al. (2022) menemukan bahwa kualitas layanan fasilitas memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan siswa, yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas. Penelitian lain yang menggunakan metode campuran untuk mengevaluasi dampak holistik dan pengalaman menjadi siswa atlet di sekolah olahraga menemukan bahwa ada banyak dampak positif yang terkait dengan menjadi siswa atlet, termasuk kepuasan akademik dan dukungan sosial. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan beberapa dampak negatif seperti kesulitan dalam mengimbangi pendidikan dan olahraga, yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas siswa (Thompson et al., (2023). Kepuasan bersama variabel lain juga diketahui berpengaruh terhadap loyalitas (Susan et al., 2023)

Penelitian lain yang menilai pengaruh kepuasan siswa dan kepercayaan terhadap loyalitas mereka menemukan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Kepercayaan, khususnya, berperan sebagai mediator

penting dalam hubungan antara kepuasan dan loyalitas, menunjukkan bahwa sekolah harus tidak hanya berfokus pada peningkatan kepuasan tetapi juga membangun kepercayaan dengan siswa mereka.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kepuasan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas, dan manajemen sekolah sepak bola harus fokus pada upaya peningkatan kepuasan siswa untuk memastikan kesuksesan jangka panjang mereka. Penelitian ini menegaskan pentingnya memahami dan meningkatkan kepuasan siswa sebagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas di sekolah sepak bola DIY.

4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas

Dalam dunia olahraga terutama dalam konteks sekolah sepak bola, kualitas layanan adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk menarik dan mempertahankan peserta. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas peserta di SSB DIY. Ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan oleh peserta, semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola.

Temuan ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas layanan seperti kelengkapan fasilitas, kompetensi pelatih, dan kesiapan merespons memiliki dampak langsung terhadap keputusan siswa untuk tetap berlatih di sekolah tersebut. Disisi lain, kategori Cukup Rendah pada hasil deskriptif menunjukkan bahwa ada banyak ruang untuk perbaikan dalam layanan yang diberikan oleh SSB DIY.

Manajemen perlu fokus pada peningkatan fasilitas yang tersedia untuk mendukung latihan siswa. Fasilitas yang lengkap dan dalam kondisi baik dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan siswa, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka.

Pelatih adalah kunci dalam proses pelatihan. Manajemen perlu memastikan bahwa pelatih yang dipekerjakan memiliki kompetensi yang memadai dan terus mengembangkan keterampilan mereka melalui pelatihan dan sertifikasi yang relevan. Kesiapan dalam merespons kebutuhan siswa sangat penting. Manajemen perlu mengembangkan sistem yang memastikan bahwa setiap permintaan atau keluhan siswa ditangani dengan cepat dan efektif.

Menjamin lingkungan latihan yang aman dan sehat adalah prioritas utama. Manajemen harus mengambil langkah-langkah untuk memastikan bahwa standar keamanan dan kesehatan yang tinggi diterapkan di seluruh fasilitas. Interaksi yang positif antara staf dan siswa adalah faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang. Pelayanan yang ramah dan sopan dapat meningkatkan pengalaman siswa secara keseluruhan dan membangun loyalitas mereka.

Penelitian (Huang & Kim, 2023) menegaskan bahwa ada hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas layanan dan tingkat loyalitas peserta. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengalaman individu dalam olahraga dapat mempengaruhi bagaimana mereka menilai kualitas layanan. Penelitian lain yang mengeksplorasi kualitas layanan pusat olahraga menemukan bahwa kualitas fasilitas dan instruktur memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas peserta. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan pusat olahraga berdampak positif terhadap niat untuk berkomitmen pada latihan, dan demikian juga dengan loyalitas peserta (Lee, 2017).

Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kualitas layanan adalah faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas, dan manajemen sekolah sepak bola harus fokus pada upaya peningkatan kualitas layanan untuk memastikan kesuksesan jangka panjang mereka. SSB DIY perlu mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan layanan yang mereka

tawarkan, memastikan bahwa semua aspek layanan memenuhi atau melebihi harapan peserta, sehingga menciptakan pengalaman latihan yang positif dan memuaskan.

5. Pengaruh Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan latihan terhadap loyalitas peserta di SSB DIY. Ini berarti bahwa semakin baik lingkungan latihan yang dirasakan oleh peserta, semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola.

Lingkungan latihan yang baik mencakup ketersediaan fasilitas yang memadai, pelatih dan staf yang komunikatif, kebijakan dan prosedur yang jelas, serta biaya yang terjangkau. Semua faktor ini berkontribusi pada pengalaman latihan yang positif, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas peserta. Namun, hasil deskriptif yang menunjukkan bahwa lingkungan latihan berada dalam kategori Cukup Rendah mengindikasikan bahwa ada banyak ruang untuk perbaikan.

Manajemen perlu fokus pada peningkatan ketersediaan dan kualitas fasilitas yang digunakan untuk latihan. Fasilitas yang memadai akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan peserta, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka. Kemampuan komunikasi yang baik dari pelatih dan staf sangat penting untuk membangun hubungan yang positif dengan peserta dan orang tua. Manajemen perlu menyediakan pelatihan komunikasi untuk meningkatkan keterampilan ini.

Kebijakan dan prosedur yang jelas dan adil akan memberikan rasa kepercayaan dan keadilan bagi peserta. Manajemen perlu memastikan bahwa kebijakan yang diterapkan dapat dipahami dengan baik oleh semua pihak yang terlibat. Biaya yang terjangkau adalah salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas peserta. Manajemen perlu meninjau kembali struktur

biaya untuk memastikan bahwa biaya tersebut wajar dan terjangkau oleh semua kalangan.

Penelitian lain menunjukkan bahwa lingkungan latihan yang berkualitas tinggi memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan loyalitas peserta di sekolah sepak bola. Studi multifaset di SSB Pekanbaru, Riau, menemukan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara lingkungan latihan, kepemimpinan pelatih, dan kepuasan peserta. Hasil ini menegaskan bahwa lingkungan latihan yang kondusif dapat meningkatkan tingkat loyalitas peserta terhadap SSB (Purba et al., 2023).

Service Scape atau lingkungan layanan, secara langsung meningkatkan pengalaman emosional dan aliran (flow) ruang. Ini secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas konsumen melalui pengalaman emosional, aliran ruang, dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa desain lingkungan layanan yang memaksimalkan pengalaman emosional konsumen dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan loyalitas (Jeon et al., 2021).

Sebuah studi yang mengeksplorasi dampak pelatihan dan pengembangan terhadap kepuasan kerja, loyalitas, dan reputasi institusi menemukan bahwa intervensi pelatihan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif dan meningkatkan komitmen serta keterlibatan jangka panjang staf (Mampuru et al., 2024). Meskipun studi ini berfokus pada konteks kerja, prinsip yang sama dapat diterapkan dalam konteks sekolah sepak bola, di mana pelatihan dan pengembangan yang efektif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas peserta.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi manajemen sekolah sepak bola untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas lingkungan latihan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas peserta, sekolah sepak bola dapat menyesuaikan layanan melalui lingkungan latihan untuk memenuhi dan

melampaui ekspektasi peserta, sehingga memperkuat loyalitas dan mendukung kesuksesan jangka panjang institusi.

6. Peran Kepuasan Sebagai Mediator

Kepuasan terbukti menjadi mediator yang signifikan dalam hubungan antara kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas. Pengaruh langsung dari kualitas layanan dan lingkungan latihan terhadap loyalitas menunjukkan bahwa kedua faktor ini secara independen penting untuk meningkatkan loyalitas peserta. Namun, ketika kepuasan diperhitungkan sebagai mediator, kita melihat bahwa sebagian dari pengaruh ini terjadi melalui peningkatan kepuasan peserta.

(Ananda *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan ini sepenuhnya memediasi hubungan antara nilai yang dirasakan dan loyalitas. Penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk membangun loyalitas, tidak hanya secara langsung melalui peningkatan kualitas layanan dan lingkungan latihan, tetapi juga sebagai mediator yang memperkuat hubungan ini.

Penelitian terkini telah memperkuat pemahaman tentang peran kepuasan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas, termasuk pada bidang selain olahraga. Sebuah studi pada tahun 2023 menemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di media sosial seluler (Yum, K., & Yoo, 2023).

Penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan peserta berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kualitas layanan, lingkungan latihan, dan loyalitas di SSB DIY. Kepuasan peserta meningkatkan

loyalitas mereka terhadap SSB dengan memperkuat pengaruh positif dari kualitas layanan dan lingkungan latihan.

Dengan memahami peran mediasi kepuasan, manajemen dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan dan lingkungan latihan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas peserta dan keberhasilan jangka panjang SSB DIY. Temuan ini didukung oleh banyak penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya kualitas layanan dan lingkungan latihan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas, meskipun ada juga beberapa studi yang menunjukkan bahwa faktor lain juga berperan dalam menentukan loyalitas.

F. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan Metodologis

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan metodologis yang perlu diperhatikan untuk interpretasi hasil yang lebih tepat dan penerapan di masa mendatang.

a. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain cross-sectional yang hanya mengumpulkan data pada satu titik waktu. Desain ini membatasi kemampuan untuk menarik kesimpulan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian selanjutnya, penggunaan desain longitudinal dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan sebab-akibat.

b. Instrumen Pengukuran

Instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini, seperti kuesioner, mungkin tidak sepenuhnya mengukur semua aspek dari variabel

yang diteliti. Keterbatasan ini dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

c. Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada peserta di Sekolah Sepak Bola DIY. Ukuran sampel yang kecil dan terbatasnya cakupan geografis dapat membatasi generalisasi hasil penelitian ini ke populasi yang lebih luas.

d. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) yang memiliki keunggulan dalam menguji hubungan kompleks antara variabel. Namun, teknik ini juga memiliki keterbatasan, seperti asumsi normalitas data dan kesesuaian model yang mungkin tidak selalu terpenuhi.

2. Keterbatasan Kontekstual

Selain keterbatasan metodologis, penelitian ini juga memiliki keterbatasan kontekstual yang dapat mempengaruhi hasil dan kesimpulan penelitian. Diantaranya:

a. Konteks Sosial dan Budaya

Penelitian ini dilakukan dalam konteks budaya dan sosial yang spesifik di DIY. Faktor-faktor budaya dan sosial tertentu mungkin mempengaruhi persepsi peserta terhadap kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan, dan loyalitas. Hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke konteks budaya dan sosial yang berbeda.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam periode waktu tertentu yang mungkin tidak mencerminkan dinamika atau perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Perubahan dalam kebijakan, manajemen sekolah sepak bola, atau kondisi eksternal lainnya dapat mempengaruhi hasil penelitian.

c. Faktor Eksternal

Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, politik, dan sosial yang terjadi selama penelitian berlangsung juga dapat mempengaruhi hasil. Faktor-faktor ini mungkin tidak sepenuhnya tercermin dalam variabel yang diteliti.

G. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

1. Pengembangan Metodologi

Untuk memperbaiki keterbatasan metodologis yang ada, beberapa rekomendasi berikut dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya:

a. Desain Longitudinal

Menggunakan desain penelitian longitudinal untuk mengamati perubahan dalam kepuasan dan loyalitas peserta dari waktu ke waktu. Ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti.

b. Pengembangan Instrumen

Mengembangkan dan memvalidasi instrumen pengukuran yang lebih komprehensif untuk mengukur kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan, dan loyalitas. Instrumen yang lebih valid dan reliabel akan meningkatkan keakuratan hasil penelitian.

c. Sampel yang Lebih Luas dan Beragam

Melibatkan sampel yang lebih besar dan lebih beragam secara geografis dan demografis untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian. Penelitian di berbagai wilayah dan kelompok usia dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti.

d. Metode Analisis Lain

Menggunakan berbagai metode analisis data, seperti analisis jalur atau regresi multi-level, untuk menguji hubungan antara variabel dengan cara yang lebih komprehensif. Pendekatan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang interaksi antara variabel.

2. Area Riset Baru

Beberapa area riset baru dapat dieksplorasi untuk melengkapi temuan penelitian ini:

a. Studi Perbandingan

Melakukan studi perbandingan antara sekolah sepak bola di berbagai daerah atau negara untuk mengidentifikasi perbedaan dalam kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan, dan loyalitas. Studi ini dapat memberikan wawasan tentang praktik terbaik yang dapat diterapkan di berbagai konteks.

b. Pengaruh Faktor Eksternal

Meneliti pengaruh faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi atau perubahan kebijakan olahraga, terhadap kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan, dan loyalitas. Faktor-faktor ini dapat memberikan konteks tambahan yang penting dalam memahami hasil penelitian.

c. Intervensi dan Program Peningkatan

Mengevaluasi efektivitas intervensi atau program peningkatan kualitas layanan dan lingkungan latihan yang diterapkan di sekolah sepak bola. Studi ini dapat memberikan bukti empiris tentang strategi yang paling efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas peserta.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Peserta

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta di Sekolah Sepak Bola DIY. Kualitas layanan, yang mencakup kelengkapan dan kondisi fasilitas, kemampuan pelatih, kesiapan merespon, keamanan dan kesehatan, serta kesopanan dan keramahan, terbukti secara langsung meningkatkan kepuasan peserta ($\beta = 0.410, p < 0.005$).

2. Pengaruh Lingkungan Latihan terhadap Kepuasan Peserta

Lingkungan latihan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Aspek-aspek seperti ketersediaan fasilitas, kemampuan komunikasi pelatih dan staf, kebijakan dan prosedur selama latihan, serta biaya pendaftaran dan iuran yang terjangkau, memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan peserta ($\beta = 0.321, p < 0.005$).

3. Pengaruh Kualitas layanan dan lingkungan latihan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan lingkungan latihan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Kualitas layanan ($\beta = 0.410, p < 0.005$) dan lingkungan latihan ($\beta = 0.321, p < 0.005$) saling mendukung dalam meningkatkan kepuasan peserta.

4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Peserta

Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta. Kualitas layanan yang tinggi tidak hanya meningkatkan

kepuasan peserta, tetapi juga langsung berkontribusi pada peningkatan loyalitas mereka terhadap sekolah sepak bola ($\beta = 0.443$, $p < 0.005$). Hal ini mendukung hipotesis, sehingga H4 dapat diterima.

5. Pengaruh Lingkungan Latihan terhadap Loyalitas Peserta

Lingkungan latihan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta. Lingkungan latihan yang baik, yang mencakup fasilitas yang memadai dan kebijakan yang mendukung, secara langsung meningkatkan loyalitas peserta ($\beta = 0.236$, $p < 0.005$). Temuan ini mendukung hipotesis, sehingga H5 dapat diterima. Lingkungan latihan juga memiliki pengaruh signifikan langsung terhadap loyalitas peserta. Lingkungan latihan yang baik, yang mencakup fasilitas yang memadai dan kebijakan yang mendukung, secara langsung meningkatkan loyalitas peserta.

6. Kepuasan peserta terhadap loyalitas

Kepuasan peserta memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Peserta yang merasa puas dengan layanan dan lingkungan latihan yang diberikan cenderung lebih loyal dan bersedia untuk terus mengikuti program yang ditawarkan ($\beta = 0.231$, $p < 0.005$).

7. Kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan terhadap loyalitas

Kualitas layanan, lingkungan latihan, dan kepuasan peserta secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas peserta. Kualitas layanan ($\beta = 0.443$, $p < 0.005$), lingkungan latihan ($\beta = 0.236$, $p < 0.005$), dan kepuasan peserta ($\beta = 0.231$, $p < 0.005$) terbukti meningkatkan loyalitas peserta secara signifikan.

B. Saran

1. Saran Praktis

a. Peningkatan Kualitas Layanan

Manajemen Sekolah Sepak Bola DIY harus fokus pada peningkatan aspek-aspek kualitas layanan seperti kelengkapan dan kondisi fasilitas, kemampuan pelatih, kesiapan merespon, keamanan dan kesehatan, serta kesopanan dan keramahan. Pelatihan berkelanjutan bagi pelatih dan staf, serta peningkatan fasilitas fisik, akan sangat membantu dalam mencapai tujuan ini.

b. Pengelolaan Lingkungan Latihan yang Lebih Baik

Pengelolaan lingkungan latihan yang lebih baik mencakup penyediaan fasilitas yang memadai, peningkatan kemampuan komunikasi pelatih, kebijakan dan prosedur yang jelas dan adil, serta biaya pendaftaran dan iuran yang terjangkau. Manajemen harus memastikan bahwa semua aspek ini diperhatikan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi peserta.

c. Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Peserta

Strategi untuk meningkatkan kepuasan peserta meliputi evaluasi rutin dan umpan balik dari peserta dan orang tua, serta penyesuaian program latihan berdasarkan kebutuhan dan harapan mereka. Manajemen juga harus memperhatikan aspek emosional dan sosial dari pengalaman peserta di sekolah sepak bola.

d. Upaya untuk Meningkatkan Loyalitas Peserta

Untuk meningkatkan loyalitas peserta, manajemen harus mengembangkan program penghargaan dan pengakuan bagi peserta yang berprestasi, komunikasi yang efektif, dan hubungan jangka panjang dengan

peserta dan orang tua. Program loyalitas yang dirancang dengan baik dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat antara peserta dan sekolah sepak bola.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

a. Pengembangan Variabel dan Model Penelitian

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel dan model penelitian yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti motivasi, keterlibatan emosional, dan pengalaman sebelumnya. Model yang lebih kompleks dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel.

b. Penggunaan Metode Penelitian yang Lebih Beragam

Penggunaan metode penelitian yang lebih beragam seperti *mixed methods*, eksperimen, atau studi kasus dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Pendekatan ini dapat membantu mengatasi keterbatasan metodologis dari desain *cross-sectional*.

c. Penelitian di Konteks yang Berbeda

Penelitian di berbagai konteks geografis, sosial, dan budaya dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan komprehensif tentang pengaruh kualitas layanan, lingkungan latihan, kepuasan, dan loyalitas. Studi komparatif antara berbagai sekolah sepak bola di berbagai wilayah atau negara dapat mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diterapkan di berbagai konteks.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Rumman, A., Mhasnah, A., & Al-Zyout, T. (2021). Direct and indirect effects of TQM on the patients' satisfaction and loyalty in the Jordanian health care sector. *Management Science Letters*, *11*(2), 493–502.
- Adare, A., Afanasiev, S., Aidala, C., Ajitanand, N. N., Akiba, Y., Al-Bataineh, H., Alexander, J., Al-Jamel, A., Aoki, K., & Aphecetche, L. (2011). Heavy-quark production in $p+p$ and energy loss and flow of heavy quarks in Au+ Au collisions at $\sqrt{s_{NN}} = 200$ GeV. *Physical Review C*, *84*(4), 44905.
- Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., Budiastutik, I., Faridi, A., Ramdany, R., Fitriani, R. J., & Tania, P. O. A. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Agarwal, R., & Dhingra, S. (2023). Factors influencing cloud service quality and their relationship with customer satisfaction and loyalty. *Heliyon*, *9*(4), e15177. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15177>
- Akbar, I., Gunawan, W., & Maulana, Y. (2021). *Analysis of The Effect of Service Quality and Price Perception on Customer Loyalty with Customer Satisfaction Variables as intervening variables*. *2*(2), 1–13. <https://doi.org/10.4108/eai.12-12-2020.2305017>
- Akdere, M., Top, M., & Tekingündüz, S. (2020). Examining patient perceptions of service quality in Turkish hospitals: The SERVPERF model. *Total Quality Management and Business Excellence*, *31*(3–4), 342–352. <https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1427501>
- Ali, J., Jusoh, A., Qasim, A., & Abro, M. A. (2021). Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction and Loyalty in Airline Industry: Partial Least Square (PLS)-Structural Equation Modelling (SEM) Approach. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, *27*(3). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.273>
- Anderson, A. (2021). *Exploration of Student-Athletes' College Choice at Small, Private NCAA Division I Institutions*. Concordia University Chicago.
- Antanegoro, R. M. Y., Sanusi, F., & Surya, D. (2017). Analisis pengaruh inovasi produk, inovasi layanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, *1*(2).
- Araújo, D., & Davids, K. (2016). Team synergies in sport: Theory and measures. *Frontiers in Psychology*, *7*(SEP), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01449>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan

- pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 3.
- Atiq, A., & Yunitaningrum, W. (2020). Physical activities for moral forming football athletes. *Health, Sport, Rehabilitation*, 6(3), 51–59.
- Aziidai, N., & Faizun, M. (2020). How Reciprocity Theory Drives Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 2(2), 1–6.
- Baena, V. (2019). Global marketing strategy in professional sports. Lessons from FC Bayern Munich. *Soccer and Society*, 20(4), 660–674. <https://doi.org/10.1080/14660970.2017.1379399>
- Belás, J., & Gabčová, L. (2016). The relationship among customer satisfaction, loyalty and financial performance of commercial banks. *E a M: Ekonomie a Management*, 19(1), 132–147. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2016-1-010>
- Biscaia, R., Yoshida, M., & Kim, Y. (2021a). Service quality and its effects on consumer outcomes: a meta-analytic review in spectator sport. *European Sport Management Quarterly*, 0(0), 1–25. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1938630>
- Biscaia, R., Yoshida, M., & Kim, Y. (2021b). Service quality and its effects on consumer outcomes: a meta-analytic review in spectator sport. *European Sport Management Quarterly*, 1–25.
- Biswas, R. K., Rahman, N., Islam, H., Senserrick, T., & Bhowmik, J. (2021). Exposure of mobile phones and mass media in maternal health services use in developing nations: evidence from urban health survey 2013 of Bangladesh. *Contemporary South Asia*, 29(3), 460–473.
- Blynova, O., Kruglov, K., Semenov, O., Los, O., & Popovych, I. (2020). Psychological safety of the learning environment in sports school as a factor of achievement motivation development in young athletes. *Journal of Physical Education and Sport*, 20(1), 14–23. <https://doi.org/10.7752/jpes.2020.01002>
- Brymer, E., & Schweitzer, R. D. (2022). Learning clinical skills: an ecological perspective. *Advances in Health Sciences Education*, 27(3), 691–707. <https://doi.org/10.1007/s10459-022-10115-9>
- Cao, Y., Ajjan, H., & Hong, P. (2018). Post-purchase shipping and customer service experiences in online shopping and their impact on customer satisfaction: An empirical study with comparison. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(2), 400–416. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2017-0071>
- Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Pérez-Orozco, A., Viquez-Paniagua, A.

- G., & Carvache-Franco, O. (2022). Satisfaction Factors That Predict Loyalty in Ecotourism: A Study of Foreign Tourism in Costa Rica. *Land*, *11*(1), 1–14. <https://doi.org/10.3390/land11010125>
- Cho, H., Li, C., & Wu, Y. (2020). Understanding sport event volunteers' continuance intention: An environmental psychology approach. *Sport Management Review*, *23*(4), 615–625. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.08.006>
- Christian, E., Hodgson, C. I., Berry, M., & Kearney, P. (2020). It's not what, but where: how the accentuated features of the adventure sports coaching environment promote the development of sophisticated epistemic beliefs. *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning*, *20*(1), 68–80. <https://doi.org/10.1080/14729679.2019.1598879>
- Creswell, J. W. (2012). *Personal copy: Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson Education, Incorporated.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Loranca-Valle, C. (2021). Sustainable management of sports federations: The indirect effects of perceived service on member's loyalty. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(2), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su13020458>
- Duncan, M. J., Eyre, E. L. J., Noon, M. R., Morris, R., Thake, C. D., Clarke, N. D., & Cunningham, A. J. (2022). Actual and perceived motor competence mediate the relationship between physical fitness and technical skill performance in young soccer players. *European Journal of Sport Science*, *22*(8), 1196–1203. <https://doi.org/10.1080/17461391.2021.1948616>
- Escamilla-Fajardo, P., Núñez-Pomar, J. M., Ratten, V., & Crespo, J. (2020). Entrepreneurship and innovation in soccer: Web of science bibliometric analysis. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(11), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su12114499>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, *10*(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Filho, M. A. B., Pedroso, C. A. M. D. Q., Miranda, Y. D. H. B. De, Sarmiento, J. P., Silva, V. H. R., & Dias, C. (2021). The influence of service quality on satisfaction and behavioral intentions of football spectators: A study in pernambuco football. *Journal of Physical Education (Maringa)*, *32*(1), 1–12.

<https://doi.org/10.4025/JPHYSEDUC.V32I1.3203>

- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (Vol. 7). McGraw-hill New York.
- Gammelsaeter, H., & Anagnostopoulos, C. (2022). Sport management: mission and meaning for a new era. *European Sport Management Quarterly*, 22(5), 637–642. <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2100918>
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Sánchez-Oliver, A. J., Fernández-Gavira, J., Pitts, B. G., & Grimaldi-Puyana, M. (2020). An analysis of new social fitness activities: loyalty in female and male CrossFit users. *Sport in Society*, 23(2), 204–221. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1625332>
- Garcia, J. M., Freire, O. B. D. L., Santos, E. B. A., & Andrade, J. (2020). Factors affecting satisfaction and loyalty to online group buying. *Revista de Gestao*, 27(3), 211–228. <https://doi.org/10.1108/REGE-02-2018-0037>
- Ghozali, I. (2017). Model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program AMOS 24. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ginting, D. B. (2009). Structural Equation Model (SEM). *Media Informatika*, 8(3), 121–134.
- Günel, İ., & Duyan, M. (2020). the Effect of Service Quality on Athlete Satisfaction: an Empirical Results From Sports Facilities of Public Organizations. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(3), 51–65. <https://doi.org/10.46827/ejmms.v5i3.830>
- Hadlow, S. M., Panchuk, D., Mann, D. L., Portus, M. R., & Abernethy, B. (2018). Modified perceptual training in sport: A new classification framework. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 21(9), 950–958. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2018.01.011>
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). Structural equation modeling. *Bekasi: PT Intermedia Personalia Utama*.
- Hati, S. W., & Daningsih, W. A. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap brand equity dan dampaknya pada minat beli produk merek Pobosoccer. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(1), 60–71.
- Heldisari, H. P., & Anandhita, N. A. (2023). Pelatihan Seni bagi Kelompok Gejog Lesung Surontoko untuk Mendukung Program Rintisan Desa Budaya Kalurahan Argomulyo Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(2), 455–462.

- Herbison, J. D., Martin, L. J., Slatcher, R. B., Boardley, I., Benson, A., Sutcliffe, J., McLaren, C., Carré, J. M., Côté, J., Coletti, J. T., & Bruner, M. W. (2020). The Electronically Activated Recorder (EAR): a novel approach for examining social environments in youth sport. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/1750984X.2020.1790025>
- Hertting, K. (2019). “More practice-based courses and not just a load of papers to read”: Youth soccer coaches reflections on coach education programs in Sweden. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 83(1), 39–49.
- Hou, T., Zhang, R., Song, X., Zhang, F., Cai, W., Liu, Y., Dong, W., & Deng, G. (2020). Self-efficacy and fatigue among non-frontline health care workers during COVID-19 outbreak: A moderated mediation model of posttraumatic stress disorder symptoms and negative coping. *PLoS One*, 15(12), e0243884.
- Iranmanesh, M., Kumar, K. M., Foroughi, B., Mavi, R. K., & Min, N. H. (2021). The impacts of organizational structure on operational performance through innovation capability: innovative culture as moderator. *Review of Managerial Science*, 15, 1885–1911.
- Irianto, D., & Kartikasari, D. (2020). Fan Loyalty Toward International Football Team: The Role of Brand Image. *International Journal of Applied Business Research*, 2(01), 58–72. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v2i01.95>
- Irwan, I., & Idris, A. (2014). Analisis Structural Equation Modelling dan Terapannya. *Teknosains: Media Informasi Sains Dan Teknologi*, 8(2), 137–151.
- Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Servqual dan Importance Performance Analysis di PT. XYZ. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 01(01), 67–75.
- Jeong, Y., & Kim, S. (2020a). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 940–960. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2019-0101>
- Jeong, Y., & Kim, S. (2020b). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 940–960.
- Jonkisz, A., Karniej, P., & Krasowska, D. (2021). SERVQUAL method as an “old new” tool for improving the quality of medical services: A literature review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20). <https://doi.org/10.3390/ijerph182010758>
- Kamath, P. R., Pai, Y. P., & Prabhu, N. K. P. (2017). *Building customer loyalty in retail banking : a serial-mediation approach*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01->

2019-0034

- Kasoga, P. N. S. (2015). Risk perception and adoption of joint versus individual liability: the case of selected tribes in Tanzania. *Global Journal of Management and Business Research*, 15(10), 38–54.
- Kawii, C. (2023). *North America Private Hospitals ' Service Quality Dimensions and patients ' satisfaction. 1*, 9–19.
- Kim, Y., Wang, Q., & Roh, T. (2021). Do information and service quality affect perceived privacy protection, satisfaction, and loyalty? Evidence from a Chinese O2O-based mobile shopping application. *Telematics and Informatics*, 56, 101483.
- Ko, C. H., & Chou, C. M. (2020). Apply the servqual instrument to measure service quality for the adaptation of ict technologies: A case study of nursing homes in taiwan. *Healthcare (Switzerland)*, 8(2), 1–16. <https://doi.org/10.3390/healthcare8020108>
- Kramer, M., & Porter, M. E. (2019). Creating shared value: How to Reinvent Capitalism—And Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, 327–350. http://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/fellows/N_Lovegrove_Study_Group/Session_1/Michael_Porter_Creating_Shared_Value.pdf
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Kuswibowo, C. (2022). The Effect of Service Quality And Customer Value on Customer Satisfaction at Celebrity Fitness Margo City. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 8(2), 313.
- Kyriazos, T. A. (2018). Applied psychometrics: sample size and sample power considerations in factor analysis (EFA, CFA) and SEM in general. *Psychology*, 9(08), 2207.
- Larsen, C. H., Storm, L. K., Sæther, S. A., Pyrdol, N., & Henriksen, K. (2020). A world class academy in professional football: *Scandinavian Journal of Sport and Exercise Psychology*, 2, 33–43. <https://doi.org/10.7146/sjsep.v2i0.119746>
- Latipah, N. (2014). *Metode penelitian psikologi*. Penerbit Deepublish.
- Le, H. T. K., Carrel, A. L., & Li, M. (2020). How much dissatisfaction is too much for transit? Linking transit user satisfaction and loyalty using panel data. *Travel Behaviour and Society*, 20(January), 144–154. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2020.03.007>
- Lee, C., & Hur, Y. (2019). Service quality and complaint management influence fan

- satisfaction and team identification. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(2), 1–15. <https://doi.org/10.2224/sbp.7566>
- Lee, H. J., & Seong, M. H. (2020). A study on the effects of business service quality on satisfaction, commitment, performance, and loyalty at a private university. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 439–453. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.439>
- Lenka, U., Suar, D., & Mohapatra, P. K. J. (2009). Service quality, customer satisfaction, and customer loyalty in Indian commercial banks. *Journal of Entrepreneurship*, 18(1), 47–64. <https://doi.org/10.1177/097135570801800103>
- Liat, C. B., Mansori, S., Chuan, G. C., & Imrie, B. C. (2017). Hotel Service Recovery and Service Quality: Influences of Corporate Image and Generational Differences in the Relationship between Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Global Marketing*, 30(1), 42–51. <https://doi.org/10.1080/08911762.2016.1262932>
- Lin, T. Y., & Sakuno, S. (2020). Service quality for sports and active aging in Japanese community sports clubs. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 1–19. <https://doi.org/10.3390/ijerph17228313>
- Lu, C. C., Wu, I. L., & Hsiao, W. H. (2019). Developing customer product loyalty through mobile advertising: Affective and cognitive perspectives. *International Journal of Information Management*, 47(May 2018), 101–111. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.12.020>
- Lusheng, B., Aman, M. S., & Hooi, L. B. (2022). *Revolutionary of School Youth Soccer Management Development in Chinese Education System – A Scoping Review*. 6(4), 4487–4503.
- Ma, S. C., & Kaplanidou, K. (2021). Effects of Event Service Quality on the Quality of Life and Behavioral Intentions of Recreational Runners. *Leisure Sciences*, 44(1), 1–21. <https://doi.org/10.1080/01490400.2018.1448028>
- Maleki, M., & Fathi, F. (2021). The Effect of Service Quality on The Citizenship Behavior of Football School Students With The Mediating Role of Responsibility. *School Administration*, 9(3), 83–99.
- Malhotra, N. K., Birks, D. F., & Wills, P. (2013). *Essentials of marketing research*. Pearson New York, NY.
- Memari, Z., Rezaei Pandari, A., Ehsani, M., & Mahmudi, S. (2021). Business management in the football industry from a supply chain management perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(4), 737–763. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-02-2020-0025>

- Méndez-Aparicio, M. D., Jiménez-Zarco, A., Izquierdo-Yusta, A., & Blazquez-Resino, J. J. (2020). Customer experience and satisfaction in private insurance web areas. *Frontiers in Psychology*, 2591.
- Munar, H., & Ma'mun, A. (2023). The Effect of Filanesia and Small-Sided Games Training Model on Improving the Life Skills and Performance of Female Soccer Athletes. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 6(9s (2)), 250–263.
- Nahampun, U. R. B. (2017). *Pengaruh Kompetensi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Unit Kerja Pengujian Kendaraan Bermotor Dinas Perhubungan Kabupaten Dairi*. Universitas Medan Area.
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Närvänen, E., Kuusela, H., Paavola, H., & Sirola, N. (2020). A meaning-based framework for customer loyalty. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(8), 825–843. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2019-0153>
- Neyfa, B. C., & s Salsabila, G. (2016). Perancangan Aplikasi E-Canteen Berbasis Android Dengan Menggunakan Metode Object Oriented Analysis & Design (OOAD). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 20(1).
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395>
- Noviana, G. (2021). *An Analysis of the Implementation of Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Towards Customer Loyalty*. 187(Gcbme 2020), 434–438.
- Pakpahan, E., Hoffmann, R., & Kröger, H. (2017). Statistical methods for causal analysis in life course research: an illustration of a cross-lagged structural equation model, a latent growth model, and an autoregressive latent trajectories model. *International Journal of Social Research Methodology*, 20(1), 1–19.
- 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)*, 11(4), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Panarello, D., & Gatto, A. (2022). Connecting Perceived Service Quality, Value and Shopping Behavior: An Analysis on Chinese College Students Traveling

Overseas. *Knowledge*, 2(4), 557–571.
<https://doi.org/10.3390/knowledge2040033>

- Partington, M., O’Gorman, J., Greenough, K., & Cope, E. (2021). An investigation into coach developers’ theories in practice, learning, and development on a continuing professional development course. *International Sport Coaching Journal*, 9(2), 161–169.
- Perez, M. (2018). Search for Historical Earthquakes in the Panhandle and El Paso Regions of Texas. *University of Texas Institute for Geophysics Technical Reports*.
- Pradeep, S., Vadakepat, V., & Rajasenani, D. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction in fitness firms. *Management Science Letters*, 10(9), 2011–2020.
- Prihatiningsih, D. (2022). *Mudahnya belajar statistik deskriptif*. Penerbit CV. Sarnu Untung.
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2022). The Role of Customer Satisfaction as Mediating Variable on the Effect of Brand Image towards Coffee Shop Customer’s Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 149–154.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1271>
- Qiu, S., Alizadeh, A., Dooley, L. M., & Zhang, R. (2019). The effects of authentic leadership on trust in leaders, organizational citizenship behavior, and service quality in the Chinese hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40(June), 77–87. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.06.004>
- Ramli, N. A., Latan, H., & Nartea, G. V. (2018). Why should PLS-SEM be used rather than regression? Evidence from the capital structure perspective. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance*, 171–209.
- Rather, R. A., Tehseen, S., & Parrey, S. H. (2018). Promoting customer brand engagement and brand loyalty through customer brand identification and value congruity. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 321–341.
<https://doi.org/10.1108/SJME-06-2018-0030>
- Ratten, V. (2019). Sport entrepreneurship and public policy: future trends and research developments. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*.
- Retar, I., & Bednarik, J. (2018). Iztok Retar , Rado Pišot , Edvard Kolar. *Science and Research Centre, Institute for Kinesiology Research, Koper, University of Primorska, Slovenia, St. Titov, Vol. 13, N(July)*.

- Rico-Gonzalez, M., Pino-Ortega, J., Praca, G. M., & Clemente, F. M. (2022). Practical applications for designing soccer training tasks from multivariate data analysis: a systematic review emphasizing tactical training. *Perceptual and Motor Skills*, *129*(3), 892–931.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, *5*(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Riyadi, B. A. (2015). Pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan pada toko emas Semarang. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, *3*(1).
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Sajjadi, S. N., Rajabi, H., Abadi, N., Abedlati, M., & Thariqi, R. (n.d.). *Nomor 39, Azar 1395. Ayat 102-87. 87–102*.
- Savila, I. D., Wathoni, R. N., Santoso, A. S., Savila, I. D., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). ScienceDirect ScienceDirect The Role of Multichannel Integration , Trust and Offline-to-Online The Role of Multichannel Integration , Trust and Offline-to-Online Customer Loyalty Towards Repurchase Intention: an Empirical Customer Loyalty Towards Repurch. *Procedia Computer Science*, *161*, 859–866. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.193>
- Sawant, K. B. (2016). A comparative study of factors affecting service quality and level of customer satisfaction in Local and Foreign banks in Oman. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, *1*(3), 112–117. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2016.1.3.6>
- Schlesinger, W., Cervera-Taulet, A., & Pérez-Cabañero, C. (2020). Exploring the links between destination attributes, quality of service experience and loyalty in emerging Mediterranean destinations. *Tourism Management Perspectives*, *35*(June 2019), 100699. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100699>
- Shilbury, D. (2023). *Mencari manajemen olahraga*. 3–20.
- Sihombing, S. O. (2022). *Pengantar Metode Analisis Multivariat*. Penerbit NEM.
- Silva, E. C. da, & Las Casas, A. L. (2020). Key Elements of Sports Marketing Activities for Sports Events. *International Journal of Business Administration*, *11*(1), 11. <https://doi.org/10.5430/ijba.v11n1p11>
- Simpson, N. S., Gibbs, E. L., & Matheson, G. O. (2017). Optimizing sleep to maximize performance: implications and recommendations for elite athletes. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, *27*(3), 266–274.

<https://doi.org/10.1111/sms.12703>

- Slack, N. J., & Singh, G. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction: Supermarkets in Fiji. *TQM Journal*, 32(3), 543–558. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2019-0187>
- Stenling, C., & Fahlén, J. (2022). Taking stock of sport management research in the new millenia—research contributions, worthwhile knowledge, and the field’s raison d’être. *European Sport Management Quarterly*, 22(5), 643–662. <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2063360>
- Studi, J., Issn, P., Pelanggan, K., Atribut, T., Ortodoks, T., Migiro, S., Pascasarjana, S., Kwazulu-natal, U., & Selatan, A. (2018). *Jurnal Studi Ekonomi dan Perilaku (ISSN: 2220-6140)*. 10(6), 16–29.
- Suchánek, P., & Králová, M. (2019). Customer satisfaction, loyalty, knowledge and competitiveness in the food industry. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 1237–1255. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1627893>
- Suciptawati, N. L. P., Paramita, N. L. P. S. P., & Aristayasa, I. P. (2019). Customer satisfaction analysis based on service quality: Case of local credit provider in Bali. *Journal of Physics: Conference Series*, 1321(2). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1321/2/022055>
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 93–106. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.103>
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27–35. <https://doi.org/10.33557/jibm.v3i1.826>
- Sweeney, L., Horan, D., & MacNamara, Á. (2021). Premature Professionalisation or Early Engagement? Examining Practise in Football Player Pathways. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3(June), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.660167>
- Sylvester, B. D., Curran, T., Standage, M., Sabiston, C. M., & Beauchamp, M. R. (2018). Predicting exercise motivation and exercise behavior: A moderated mediation model testing the interaction between perceived exercise variety and basic psychological needs satisfaction. *Psychology of Sport and Exercise*, 36, 50–56. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2018.01.004>
- Tarighi, R. (2022). The effect of brand personality on the loyalty of football clubs

- fans: A case of Nassaji Mazandaran. *Journal of Humanistic Approach to Sport and ...*, 2(3), 307–315. http://hasesjournal.com/browse.php?a_code=A-10-19-2&slc_lang=en&sid=1
- Tarighi, R., Talebi, S., Salehi, M., Profesor, A., Olahraga, M., Shomal, U., Amol, M., Manajemen, M., Institut, O., Tinggi, P., Mazandaran, A., Tarighi, K., Talebi, R., Salehi, S., & Olahraga, I. (2022). *Industri*. 2022, 142–154.
- Teeroovengadam, V. (2022). Service quality dimensions as predictors of customer satisfaction and loyalty in the banking industry: moderating effects of gender. *European Business Review*, 34(1), 1–19. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0270>
- TEMA 11. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.12.025><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
- Teques, P., Araújo, D., Seifert, L., del Campo, V. L., & Davids, K. (2017). The resonant system: Linking brain–body–environment in sport performance ☆. *Progress in Brain Research*, 234(unit 447), 33–52. <https://doi.org/10.1016/bs.pbr.2017.06.001>
- Thompson, F., Rongen, F., Cowburn, I., & Till, K. (2022). The impacts of sports schools on holistic athlete development: a mixed methods systematic review. *Sports Medicine*, 52(8), 1879–1917.
- Twum, F. O., & Peprah, W. K. (2020). The impact of service quality on students' satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(10), 169–181.
- Utomo, T. R. P., & Sudarmono, M. (2021). Pengaruh latihan dribble zig-zag dan dribble-T terhadap kemampuan menggiring bola pemain sepak bola di SSB PUMA Kabupaten Demak tahun 2020. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 2(1), 182–â.
- Vásquez-Párraga, A. Z., Sahagún, M. Á., & Escobedo, P. J. (2014). Customer store loyalty: Process, explanation chain, and moderating factors. *Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development, January 2014*, 70–85. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-6074-8.ch005>
- Vaughan, J., Mallett, C. J., Potrac, P., López-Felip, M. A., & Davids, K. (2021). Football, Culture, Skill Development and Sport Coaching: Extending Ecological

- Approaches in Athlete Development Using the Skilled Intentionality Framework. *Frontiers in Psychology*, 12(July), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635420>
- Vilkaite-Vaitone, N., & Skackauskiene, I. (2020). Service customer loyalty: An evaluation based on loyalty factors. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su12062260>
- Vu, T., & Khanh, N. (2021). *ASSIGNMENT 2 Name : VU NGUYEN KHANH DUY Student ID : 19406544 Module : Business Dissertation Lecturer : Ms . Marta Submission Date : 19th April 2021. November, 0–52.* <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.17089454>
- Wan, D., & Phromphithakkul, W. (2022). *Factors Influencing The Loyalty Of The Home Audience Of Henan Jianye Football Club , China.* 27(1), 124–140. <https://doi.org/10.14456/jpv.2022.11>
- Wijaya, H. (2020). *Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.*
- Wilson, N., Keni, K., Henriette, P., & Tan, P. (2020). The Role of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use Toward Satisfaction and Trust which Influence Computer Consumers' Loyalty in China. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262–294. <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Winarni, E. W. (2021). *Teori dan praktik penelitian kuantitatif, kualitatif, PTK, R & D.* Bumi Aksara.
- Woods, C. T., McKeown, I., Rothwell, M., Araújo, D., Robertson, S., & Davids, K. (2020). Sport Practitioners as Sport Ecology Designers: How Ecological Dynamics Has Progressively Changed Perceptions of Skill “Acquisition” in the Sporting Habitat. *Frontiers in Psychology*, 11(April), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00654>
- Woratschek, H., Horbel, C., & Popp, B. (2020). Determining customer satisfaction and loyalty from a value co-creation perspective. *Service Industries Journal*, 40(11–12), 777–799. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1606213>
- Wu, H. C., & Ai, C. H. (2016). Synthesizing the effects of experiential quality, excitement, equity, experiential satisfaction on experiential loyalty for the golf industry: The case of Hainan Island. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 41–59. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.05.005>
- Xiao, Y., Ren, X., Zhang, P., & Ketlhoafetse, A. (2020). The effect of service quality on foreign participants' satisfaction and behavioral intention with the 2016 Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(1), 91–105. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-04-2019-0037>

- Xu, K. K., Chen, K. K. C., Kim, E., García-Fernández, J., Nauright, J., & Zhang, J. J. (2021). Dimensions of service quality in health-fitness clubs in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20). <https://doi.org/10.3390/ijerph182010567>
- Zhang, J. J., Kim, E., Marstromartino, B., Qian, T. Y., & Nauright, J. (2018). The sport industry in growing economies: critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(2), 110–126. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2018-0023>
- Zhang, J., Zhang, J., & Zhang, M. (2019). From free to paid: Customer expertise and customer satisfaction on knowledge payment platforms. *Decision Support Systems*, 127(March), 113140. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2019.113140>
- Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in china? Perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9(4). <https://doi.org/10.3390/foods9040460>
- Zhou, R., Wang, X., Shi, Y., Zhang, R., Zhang, L., & Guo, H. (2019). Measuring e-service quality and its importance to customer satisfaction and loyalty: an empirical study in a telecom setting. *Electronic Commerce Research*, 19(3), 477–499. <https://doi.org/10.1007/s10660-018-9301-3>
- Zuhairoh, F. (n.d.). *Penerapan Structural Equation Modeling (SEM) dalam Bidang Pendidikan*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 CFA Kualitas Layanan

Sample size = 251

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

k15

k14

k13

k12

k11

k16

k17

k18

k19

k110

K111

K112

K113

K114

K115

K116

K117

K118

K119

K120

K121

K122

K123

K124

K125

Unobserved, endogenous variables

Kemampuan

Kelengkapan

Kesiapan

Keamanan

Kesopanan

Unobserved, exogenous variables

e5

e4

e3

e2

e1

e6

e7

e8

e9

e10

e11

e12

e13

e14

e15

e16

e17

e18
 e19
 e20
 e21
 e22
 e23
 e24
 e25
 Kualitas
 err1
 err2
 err3
 err4
 err5

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 61
 Number of observed variables: 25
 Number of unobserved variables: 36
 Number of exogenous variables: 31
 Number of endogenous variables: 30

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	36	0	0	0	0	36
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	24	3	31	0	0	58
Total	60	3	31	0	0	94

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KI25	1.000	4.000	.111	.717	-.779	-2.519
KI24	1.000	5.000	-.160	-1.036	-.842	-2.724
KI23	1.000	4.000	.088	.569	-.767	-2.480
KI22	1.000	4.000	.018	.117	-.731	-2.364
KI21	1.000	4.000	-.207	-1.339	-.699	-2.262
KI20	1.000	4.000	.081	.527	-.577	-1.867
KI19	1.000	4.000	-.292	-1.887	-.582	-1.883
KI18	1.000	4.000	-.286	-1.851	-.466	-1.506
KI17	1.000	5.000	-.102	-.657	-.470	-1.520
KI16	1.000	4.000	-.047	-.303	-.762	-2.465
KI15	1.000	4.000	-.148	-.957	-.631	-2.040
KI14	1.000	4.000	-.087	-.563	-.780	-2.522
KI13	1.000	4.000	.004	.023	-.539	-1.744
KI12	1.000	4.000	.066	.424	-.755	-2.443
KI11	1.000	4.000	-.067	-.436	-.755	-2.442
kl10	1.000	4.000	.617	3.988	-.386	-1.248
kl9	1.000	4.000	.299	1.931	-.876	-2.832
kl8	1.000	4.000	-.089	-.579	-.692	-2.239
kl7	1.000	4.000	-.159	-1.028	-.744	-2.406
kl6	1.000	4.000	-.034	-.221	-.527	-1.704
kl1	1.000	4.000	.232	1.504	-.848	-2.743
kl2	1.000	4.000	.240	1.550	-.499	-1.612
kl3	1.000	4.000	.250	1.618	-.517	-1.673
kl4	1.000	4.000	.368	2.377	-.317	-1.024

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
kl5	1.000	4.000	-.045	-.293	-.759	-2.454
Multivariate					157.961	34.056

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number

1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
185	79.238	.000	.000
43	66.944	.000	.000
182	63.933	.000	.000
36	61.546	.000	.000
137	60.098	.000	.000
88	58.208	.000	.000
39	53.055	.001	.000
108	52.204	.001	.000
201	50.679	.002	.000
100	47.923	.004	.000
148	47.896	.004	.000
26	47.838	.004	.000
58	47.584	.004	.000
42	47.517	.004	.000
68	47.360	.004	.000
187	46.783	.005	.000
166	46.486	.006	.000
197	46.069	.006	.000
240	45.955	.006	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
126	45.944	.007	.000
46	45.919	.007	.000
55	45.739	.007	.000
61	45.064	.008	.000
163	44.637	.009	.000
156	44.521	.009	.000
130	44.411	.010	.000
180	44.267	.010	.000
189	44.151	.010	.000
186	43.390	.013	.000
172	42.965	.014	.000
243	42.843	.015	.000
198	42.794	.015	.000
64	42.790	.015	.000
128	42.612	.015	.000
60	41.276	.021	.000
139	41.143	.022	.000
66	41.139	.022	.000
236	40.527	.026	.000
154	40.234	.028	.000
211	40.157	.028	.000
24	39.646	.032	.000
9	39.351	.034	.000
85	39.084	.036	.000
170	38.334	.043	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
80	38.246	.044	.000
217	37.816	.048	.000
237	37.720	.049	.000
81	37.558	.051	.000
12	37.028	.057	.000
93	36.987	.058	.000
234	36.713	.061	.000
97	36.603	.063	.000
146	36.522	.064	.000
27	36.304	.067	.000
147	36.075	.070	.000
233	36.060	.071	.000
47	35.949	.072	.000
92	35.429	.081	.000
89	35.340	.082	.000
21	34.914	.090	.000
82	34.885	.090	.000
229	34.694	.094	.000
159	34.175	.104	.000
231	34.121	.105	.000
20	33.895	.110	.000
129	33.877	.111	.000
200	33.138	.128	.000
232	33.000	.131	.000
188	32.986	.131	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
239	32.742	.138	.000
118	32.662	.140	.000
214	32.537	.143	.000
230	32.535	.143	.000
219	32.499	.144	.000
18	32.349	.148	.000
241	31.904	.161	.000
65	31.799	.164	.000
75	31.766	.165	.000
194	31.734	.166	.000
16	31.696	.167	.000
131	31.551	.171	.000
190	31.358	.177	.000
101	31.217	.182	.000
181	31.039	.188	.000
209	30.918	.192	.000
216	30.343	.212	.000
105	30.272	.214	.000
98	30.091	.221	.000
5	29.830	.231	.000
136	29.803	.232	.000
44	29.444	.246	.000
63	29.263	.253	.000
15	29.118	.259	.000
17	29.103	.260	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
52	28.859	.270	.000
7	28.791	.273	.000
41	28.681	.277	.000
168	28.653	.279	.000
90	28.437	.288	.000
174	28.427	.289	.000

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 325
Number of distinct parameters to be estimated: 58
Degrees of freedom (325 - 58): 267

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 290.327
Degrees of freedom = 267
Probability level = .156

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kesiapan	<---	Kualitas	.933	.147	6.364	***	par_21
Keamanan	<---	Kualitas	1.014	.147	6.902	***	par_22
Kesopanan	<---	Kualitas	.941	.138	6.811	***	par_23
Kemampuan	<---	Kualitas	.811	.120	6.785	***	par_24
Kelengkapan	<---	Kualitas	1.000				
kl10	<---	Kemampuan	1.207	.157	7.697	***	par_1
kl9	<---	Kemampuan	1.337	.163	8.184	***	par_2

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
kl8	<---	Kemampuan	1.322	.152	8.722	***	par_3
kl7	<---	Kemampuan	1.353	.156	8.695	***	par_4
kl6	<---	Kemampuan	1.000				
kl5	<---	Kelengkapan	1.009	.105	9.578	***	par_5
kl4	<---	Kelengkapan	.929	.101	9.208	***	par_6
kl3	<---	Kelengkapan	.801	.101	7.934	***	par_7
kl2	<---	Kelengkapan	.968	.102	9.449	***	par_8
kl1	<---	Kelengkapan	1.000				
Kl15	<---	Kesiapan	1.148	.154	7.442	***	par_9
Kl14	<---	Kesiapan	1.081	.161	6.737	***	par_10
Kl13	<---	Kesiapan	.936	.142	6.589	***	par_11
Kl12	<---	Kesiapan	1.024	.136	7.551	***	par_12
Kl11	<---	Kesiapan	1.000				
Kl20	<---	Keamanan	.963	.131	7.364	***	par_13
Kl19	<---	Keamanan	.969	.108	8.965	***	par_14
Kl18	<---	Keamanan	1.026	.127	8.048	***	par_15
Kl17	<---	Keamanan	.965	.134	7.223	***	par_16
Kl16	<---	Keamanan	1.000				
Kl25	<---	Kesopanan	.948	.109	8.670	***	par_17
Kl24	<---	Kesopanan	1.101	.122	9.039	***	par_18
Kl23	<---	Kesopanan	1.011	.113	8.907	***	par_19
Kl22	<---	Kesopanan	1.000	.111	9.004	***	par_20
Kl21	<---	Kesopanan	1.000				

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Kesiapan	<---	Kualitas	.939
Keamanan	<---	Kualitas	.968
Kesopanan	<---	Kualitas	.817
Kemampuan	<---	Kualitas	.894
Kelengkapan	<---	Kualitas	.838
kl10	<---	Kemampuan	.722
kl9	<---	Kemampuan	.766
kl8	<---	Kemampuan	.816
kl7	<---	Kemampuan	.814
kl6	<---	Kemampuan	.726
kl5	<---	Kelengkapan	.824
kl4	<---	Kelengkapan	.797
kl3	<---	Kelengkapan	.702
kl2	<---	Kelengkapan	.814
kl1	<---	Kelengkapan	.774
Kl15	<---	Kesiapan	.801
Kl14	<---	Kesiapan	.704
Kl13	<---	Kesiapan	.686
Kl12	<---	Kesiapan	.674
Kl11	<---	Kesiapan	.657
Kl20	<---	Keamanan	.712
Kl19	<---	Keamanan	.734
Kl18	<---	Keamanan	.782
Kl17	<---	Keamanan	.698

		Estimate
KI16	<--- Keamanan	.705
KI25	<--- Kesopanan	.748
KI24	<--- Kesopanan	.774
KI23	<--- Kesopanan	.765
KI22	<--- Kesopanan	.772
KI21	<--- Kesopanan	.792

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kualitas	.351	.085	4.114	***	par_28
err1	.149	.038	3.907	***	par_29
err2	.058	.019	3.141	.002	par_30
err3	.041	.021	1.944	.052	par_31
err4	.024	.020	1.224	.221	par_32
err5	.155	.038	4.052	***	par_33
e5	.241	.039	6.112	***	par_34
e4	.249	.039	6.410	***	par_35
e3	.331	.047	7.020	***	par_36
e2	.239	.038	6.226	***	par_37
e1	.334	.051	6.602	***	par_38
e6	.259	.037	6.916	***	par_39
e7	.270	.043	6.250	***	par_40
e8	.254	.041	6.222	***	par_41
e9	.363	.054	6.673	***	par_42
e10	.387	.056	6.938	***	par_43

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e11	.456	.065	7.044	***	par_44
e12	.436	.065	6.714	***	par_45
e13	.341	.049	7.034	***	par_46
e14	.411	.059	6.951	***	par_47
e15	.254	.043	5.939	***	par_48
e16	.390	.056	6.937	***	par_49
e17	.377	.054	7.035	***	par_50
e18	.258	.040	6.505	***	par_51
e19	.309	.046	6.792	***	par_52
e20	.347	.050	6.969	***	par_53
e21	.276	.044	6.277	***	par_54
e22	.316	.049	6.469	***	par_55
e23	.337	.052	6.525	***	par_56
e24	.377	.059	6.447	***	par_57
e25	.329	.049	6.650	***	par_58

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Kesopanan	.667
Keamanan	.937
Kesiapan	.882
Kelengkapan	.702
Kemampuan	.799
K125	.560
K124	.600

	Estimate
K123	.585
K122	.596
K121	.628
K120	.507
K119	.539
K118	.611
K117	.487
K116	.497
K115	.642
K114	.496
K113	.470
K112	.454
K111	.432
k110	.521
k19	.587
k18	.666
k17	.662
k16	.527
k11	.599
k12	.663
k13	.492
k14	.634
k15	.678

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
Kesopanan	.941	.000	.000	.000	.000	.000
Keamanan	1.014	.000	.000	.000	.000	.000
Kesiapan	.933	.000	.000	.000	.000	.000
Kelengkapan	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.811	.000	.000	.000	.000	.000
KI25	.892	.948	.000	.000	.000	.000
KI24	1.036	1.101	.000	.000	.000	.000
KI23	.951	1.011	.000	.000	.000	.000
KI22	.941	1.000	.000	.000	.000	.000
KI21	.941	1.000	.000	.000	.000	.000
KI20	.977	.000	.963	.000	.000	.000
KI19	.983	.000	.969	.000	.000	.000
KI18	1.041	.000	1.026	.000	.000	.000
KI17	.979	.000	.965	.000	.000	.000
KI16	1.014	.000	1.000	.000	.000	.000
KI15	1.071	.000	.000	1.148	.000	.000
KI14	1.009	.000	.000	1.081	.000	.000
KI13	.873	.000	.000	.936	.000	.000
KI12	.955	.000	.000	1.024	.000	.000
KI11	.933	.000	.000	1.000	.000	.000
kI10	.979	.000	.000	.000	.000	1.207
kI9	1.085	.000	.000	.000	.000	1.337
kI8	1.073	.000	.000	.000	.000	1.322
kI7	1.097	.000	.000	.000	.000	1.353

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
kl6	.811	.000	.000	.000	.000	1.000
kl1	1.000	.000	.000	.000	1.000	.000
kl2	.968	.000	.000	.000	.968	.000
kl3	.801	.000	.000	.000	.801	.000
kl4	.929	.000	.000	.000	.929	.000
kl5	1.009	.000	.000	.000	1.009	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
Kesopanan	.817	.000	.000	.000	.000	.000
Keamanan	.968	.000	.000	.000	.000	.000
Kesiapan	.939	.000	.000	.000	.000	.000
Kelengkapan	.838	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.894	.000	.000	.000	.000	.000
Kl25	.611	.748	.000	.000	.000	.000
Kl24	.632	.774	.000	.000	.000	.000
Kl23	.625	.765	.000	.000	.000	.000
Kl22	.630	.772	.000	.000	.000	.000
Kl21	.647	.792	.000	.000	.000	.000
Kl20	.690	.000	.712	.000	.000	.000
Kl19	.711	.000	.734	.000	.000	.000
Kl18	.757	.000	.782	.000	.000	.000
Kl17	.676	.000	.698	.000	.000	.000
Kl16	.682	.000	.705	.000	.000	.000
Kl15	.753	.000	.000	.801	.000	.000

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
K114	.662	.000	.000	.704	.000	.000
K113	.644	.000	.000	.686	.000	.000
K112	.633	.000	.000	.674	.000	.000
K111	.617	.000	.000	.657	.000	.000
k110	.645	.000	.000	.000	.000	.722
k19	.685	.000	.000	.000	.000	.766
k18	.729	.000	.000	.000	.000	.816
k17	.727	.000	.000	.000	.000	.814
k16	.649	.000	.000	.000	.000	.726
k11	.648	.000	.000	.000	.774	.000
k12	.682	.000	.000	.000	.814	.000
k13	.588	.000	.000	.000	.702	.000
k14	.667	.000	.000	.000	.797	.000
k15	.690	.000	.000	.000	.824	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
Kesopanan	.941	.000	.000	.000	.000	.000
Keamanan	1.014	.000	.000	.000	.000	.000
Kesiapan	.933	.000	.000	.000	.000	.000
Kelengkapan	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.811	.000	.000	.000	.000	.000
K125	.000	.948	.000	.000	.000	.000
K124	.000	1.101	.000	.000	.000	.000
K123	.000	1.011	.000	.000	.000	.000

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
K122	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
K121	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
K120	.000	.000	.963	.000	.000	.000
K119	.000	.000	.969	.000	.000	.000
K118	.000	.000	1.026	.000	.000	.000
K117	.000	.000	.965	.000	.000	.000
K116	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
K115	.000	.000	.000	1.148	.000	.000
K114	.000	.000	.000	1.081	.000	.000
K113	.000	.000	.000	.936	.000	.000
K112	.000	.000	.000	1.024	.000	.000
K111	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
k110	.000	.000	.000	.000	.000	1.207
k19	.000	.000	.000	.000	.000	1.337
k18	.000	.000	.000	.000	.000	1.322
k17	.000	.000	.000	.000	.000	1.353
k16	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
k11	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
k12	.000	.000	.000	.000	.968	.000
k13	.000	.000	.000	.000	.801	.000
k14	.000	.000	.000	.000	.929	.000
k15	.000	.000	.000	.000	1.009	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
Kesopanan	.817	.000	.000	.000	.000	.000
Keamanan	.968	.000	.000	.000	.000	.000
Kesiapan	.939	.000	.000	.000	.000	.000
Kelengkapan	.838	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.894	.000	.000	.000	.000	.000
K125	.000	.748	.000	.000	.000	.000
K124	.000	.774	.000	.000	.000	.000
K123	.000	.765	.000	.000	.000	.000
K122	.000	.772	.000	.000	.000	.000
K121	.000	.792	.000	.000	.000	.000
K120	.000	.000	.712	.000	.000	.000
K119	.000	.000	.734	.000	.000	.000
K118	.000	.000	.782	.000	.000	.000
K117	.000	.000	.698	.000	.000	.000
K116	.000	.000	.705	.000	.000	.000
K115	.000	.000	.000	.801	.000	.000
K114	.000	.000	.000	.704	.000	.000
K113	.000	.000	.000	.686	.000	.000
K112	.000	.000	.000	.674	.000	.000
K111	.000	.000	.000	.657	.000	.000
k110	.000	.000	.000	.000	.000	.722
k19	.000	.000	.000	.000	.000	.766
k18	.000	.000	.000	.000	.000	.816
k17	.000	.000	.000	.000	.000	.814

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
kl6	.000	.000	.000	.000	.000	.726
kl1	.000	.000	.000	.000	.774	.000
kl2	.000	.000	.000	.000	.814	.000
kl3	.000	.000	.000	.000	.702	.000
kl4	.000	.000	.000	.000	.797	.000
kl5	.000	.000	.000	.000	.824	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
Kesopanan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Keamanan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kesiapan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kelengkapan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kl25	.892	.000	.000	.000	.000	.000
Kl24	1.036	.000	.000	.000	.000	.000
Kl23	.951	.000	.000	.000	.000	.000
Kl22	.941	.000	.000	.000	.000	.000
Kl21	.941	.000	.000	.000	.000	.000
Kl20	.977	.000	.000	.000	.000	.000
Kl19	.983	.000	.000	.000	.000	.000
Kl18	1.041	.000	.000	.000	.000	.000
Kl17	.979	.000	.000	.000	.000	.000
Kl16	1.014	.000	.000	.000	.000	.000
Kl15	1.071	.000	.000	.000	.000	.000

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
K114	1.009	.000	.000	.000	.000	.000
K113	.873	.000	.000	.000	.000	.000
K112	.955	.000	.000	.000	.000	.000
K111	.933	.000	.000	.000	.000	.000
k110	.979	.000	.000	.000	.000	.000
k19	1.085	.000	.000	.000	.000	.000
k18	1.073	.000	.000	.000	.000	.000
k17	1.097	.000	.000	.000	.000	.000
k16	.811	.000	.000	.000	.000	.000
k11	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
k12	.968	.000	.000	.000	.000	.000
k13	.801	.000	.000	.000	.000	.000
k14	.929	.000	.000	.000	.000	.000
k15	1.009	.000	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
Kesopanan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Keamanan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kesiapan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kelengkapan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
K125	.611	.000	.000	.000	.000	.000
K124	.632	.000	.000	.000	.000	.000
K123	.625	.000	.000	.000	.000	.000

	Kualitas	Kesopanan	Keamanan	Kesiapan	Kelengkapan	Kemampuan
K122	.630	.000	.000	.000	.000	.000
K121	.647	.000	.000	.000	.000	.000
K120	.690	.000	.000	.000	.000	.000
K119	.711	.000	.000	.000	.000	.000
K118	.757	.000	.000	.000	.000	.000
K117	.676	.000	.000	.000	.000	.000
K116	.682	.000	.000	.000	.000	.000
K115	.753	.000	.000	.000	.000	.000
K114	.662	.000	.000	.000	.000	.000
K113	.644	.000	.000	.000	.000	.000
K112	.633	.000	.000	.000	.000	.000
K111	.617	.000	.000	.000	.000	.000
k110	.645	.000	.000	.000	.000	.000
k19	.685	.000	.000	.000	.000	.000
k18	.729	.000	.000	.000	.000	.000
k17	.727	.000	.000	.000	.000	.000
k16	.649	.000	.000	.000	.000	.000
k11	.648	.000	.000	.000	.000	.000
k12	.682	.000	.000	.000	.000	.000
k13	.588	.000	.000	.000	.000	.000
k14	.667	.000	.000	.000	.000	.000
k15	.690	.000	.000	.000	.000	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	58	290.327	267	.156	1.087
Saturated model	325	.000	0		
Independence model	25	2061.188	300	.000	6.871

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.037	.848	.815	.697
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.340	.157	.087	.145

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.859	.842	.987	.985	.987
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.890	.765	.878
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	23.327	.000	68.744
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1761.188	1621.038	1908.768

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2.399	.193	.000	.568
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	17.035	14.555	13.397	15.775

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.027	.000	.046	.980
Independence model	.220	.211	.229	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	406.327	352.988	610.804	668.804
Saturated model	650.000	351.116	1795.772	2120.772
Independence model	2111.188	2088.197	2199.324	2224.324

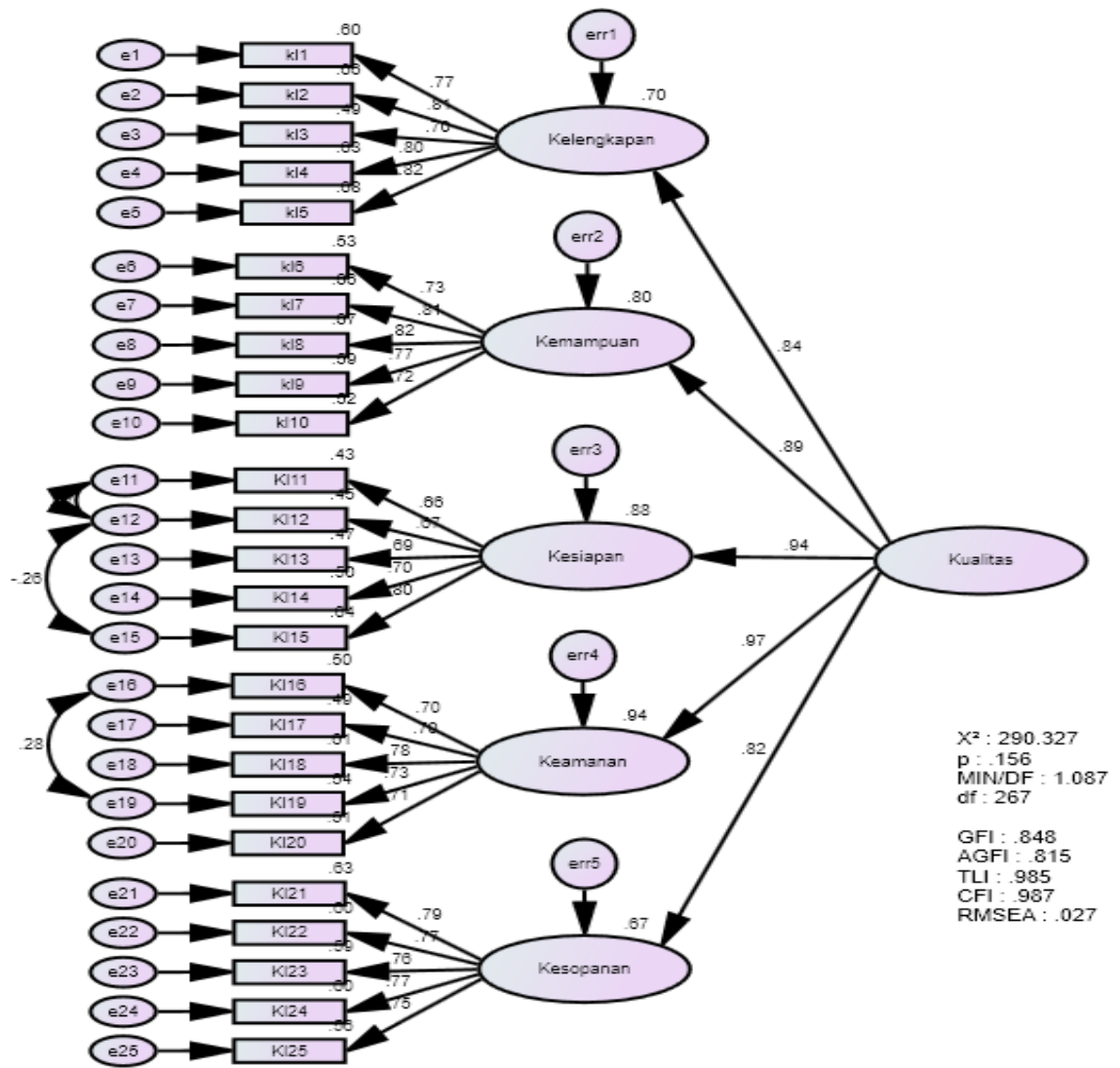
ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
-------	------	-------	-------	-------

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3.358	3.165	3.733	2.917
Saturated model	5.372	5.372	5.372	2.902
Independence model	17.448	16.290	18.668	17.258

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	257	264
Independence model	150	151



Lampiran 2. CFA Lingkungan Latihan

Sample size = 251

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

L15

L14

L13

L12

L11

L16

L17

L18

L19

L110

L111

L112

L113

L114

L115

L116

L117

L118

L119

L120

Unobserved, endogenous variables

Kemampuan

Ketersediaan

Kebijakan

Biaya

Unobserved, exogenous variables

e5

e4

e3

e2

e1

e6

e7

e8

e9

e10

e11

e12

e13

e14

e15

e16

e17

e18

e19

e20

Lingkungan

err1

err2

err3

err4

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 49
 Number of observed variables: 20
 Number of unobserved variables: 29
 Number of exogenous variables: 25
 Number of endogenous variables: 24

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	29	0	2	0	0	31
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	19	3	23	0	0	45
Total	48	3	25	0	0	76

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
L120	1.000	4.000	-.152	-.982	-.554	-1.793
L119	1.000	4.000	-.083	-.535	-.520	-1.682
L118	1.000	4.000	-.075	-.484	-.601	-1.942
L117	1.000	4.000	-.559	-3.615	-.608	-1.965
L116	1.000	5.000	.023	.147	-.272	-.879
L115	1.000	4.000	-.006	-.036	-.653	-2.111
L114	1.000	4.000	.102	.661	-.531	-1.718
L113	1.000	4.000	-.041	-.263	-.706	-2.285
L112	1.000	4.000	-.114	-.738	-.600	-1.940
L111	1.000	4.000	.157	1.012	-.460	-1.488
L110	1.000	4.000	-.117	-.759	-.619	-2.002
L19	1.000	4.000	-.086	-.554	-.415	-1.341

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
L18	1.000	4.000	.282	1.821	-.604	-1.953
L17	1.000	4.000	.108	.700	-.683	-2.209
L16	1.000	4.000	-.171	-1.103	-.556	-1.799
L11	1.000	4.000	.057	.372	-1.068	-3.454
L12	1.000	4.000	-.085	-.550	-.483	-1.562
L13	1.000	4.000	.099	.641	-.833	-2.693
L14	1.000	4.000	-.191	-1.234	-.664	-2.147
L15	1.000	4.000	.089	.578	-.505	-1.633
Multivariate					123.907	33.087

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number

1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
153	65.186	.000	.000
190	52.614	.000	.000
238	48.960	.000	.000
33	48.502	.000	.000
114	48.138	.000	.000
82	47.556	.000	.000
241	47.024	.001	.000
174	47.000	.001	.000
180	46.782	.001	.000
124	44.915	.001	.000
72	44.872	.001	.000
154	44.865	.001	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
178	44.241	.001	.000
242	42.922	.002	.000
46	42.315	.003	.000
196	41.437	.003	.000
50	41.120	.004	.000
61	41.088	.004	.000
77	41.080	.004	.000
163	40.452	.004	.000
248	40.096	.005	.000
37	39.841	.005	.000
112	39.031	.007	.000
247	37.890	.009	.000
78	37.802	.009	.000
182	37.574	.010	.000
49	36.999	.012	.000
101	36.995	.012	.000
151	36.861	.012	.000
147	36.626	.013	.000
23	36.203	.015	.000
156	35.251	.019	.000
142	34.975	.020	.000
158	34.886	.021	.000
97	34.782	.021	.000
84	34.599	.022	.000
48	34.464	.023	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
9	34.012	.026	.000
73	33.970	.026	.000
110	33.638	.029	.000
20	33.263	.032	.000
116	32.998	.034	.000
108	32.955	.034	.000
186	32.812	.035	.000
109	32.789	.036	.000
121	32.663	.037	.000
199	32.649	.037	.000
224	32.220	.041	.000
47	32.010	.043	.000
232	31.528	.049	.000
136	31.471	.049	.000
167	31.419	.050	.000
213	31.395	.050	.000
15	30.846	.057	.000
44	30.815	.058	.000
86	30.775	.058	.000
60	30.693	.059	.000
45	29.700	.075	.000
103	29.416	.080	.000
169	29.416	.080	.000
87	29.020	.087	.000
17	28.096	.107	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
144	28.096	.107	.000
243	28.054	.108	.000
70	27.978	.110	.000
99	27.966	.110	.000
119	27.548	.121	.000
185	27.548	.121	.000
81	27.228	.129	.000
106	26.835	.140	.000
172	26.835	.140	.000
175	26.795	.141	.000
69	26.760	.142	.000
205	26.559	.148	.000
143	26.215	.159	.000
149	25.939	.168	.000
165	25.834	.171	.000
141	25.758	.174	.000
71	25.657	.177	.000
198	25.603	.179	.000
118	25.390	.187	.000
68	25.373	.188	.000
51	25.363	.188	.000
100	25.171	.195	.000
166	25.171	.195	.000
115	25.015	.201	.000
184	24.762	.211	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
10	24.567	.218	.000
137	24.567	.218	.000
152	24.539	.220	.000
150	24.087	.239	.000
66	23.956	.244	.000
13	23.618	.259	.000
113	23.525	.264	.000
179	22.746	.301	.005
140	22.487	.315	.013
171	22.480	.315	.010
173	22.463	.316	.007
63	22.435	.317	.006
223	22.368	.321	.006

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 210
Number of distinct parameters to be estimated: 45
Degrees of freedom (210 - 45): 165

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 191.940
Degrees of freedom = 165
Probability level = .074

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Ketersediaan <--- Lingkungan	1.000				

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kemampuan	<---	Lingkungan	1.244	.177	7.024	***	par_17
Kebijakan	<---	Lingkungan	1.003	.153	6.532	***	par_18
Biaya	<---	Lingkungan	1.191	.170	6.986	***	par_19
Ll10	<---	Kemampuan	.926	.106	8.769	***	par_1
Ll9	<---	Kemampuan	.830	.102	8.177	***	par_2
Ll8	<---	Kemampuan	.827	.115	7.169	***	par_3
Ll7	<---	Kemampuan	.926	.111	8.327	***	par_4
Ll6	<---	Kemampuan	1.000				
Ll5	<---	Ketersediaan	.880	.121	7.287	***	par_5
Ll4	<---	Ketersediaan	1.143	.127	9.013	***	par_6
Ll3	<---	Ketersediaan	.974	.128	7.641	***	par_7
Ll2	<---	Ketersediaan	1.083	.122	8.889	***	par_8
Ll1	<---	Ketersediaan	1.000				
Ll15	<---	Kebijakan	1.136	.145	7.829	***	par_9
Ll14	<---	Kebijakan	1.101	.158	6.978	***	par_10
Ll13	<---	Kebijakan	1.150	.145	7.915	***	par_11
Ll12	<---	Kebijakan	1.162	.143	8.149	***	par_12
Ll11	<---	Kebijakan	1.000				
Ll20	<---	Biaya	1.094	.108	10.112	***	par_13
Ll19	<---	Biaya	.915	.103	8.845	***	par_14
Ll18	<---	Biaya	1.003	.109	9.219	***	par_15
Ll17	<---	Biaya	.877	.100	8.801	***	par_16
Ll16	<---	Biaya	1.000				

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Ketersediaan	<--- Lingkungan	.815
Kemampuan	<--- Lingkungan	.977
Kebijakan	<--- Lingkungan	.961
Biaya	<--- Lingkungan	.975
L110	<--- Kemampuan	.742
L19	<--- Kemampuan	.699
L18	<--- Kemampuan	.626
L17	<--- Kemampuan	.711
L16	<--- Kemampuan	.775
L15	<--- Ketersediaan	.685
L14	<--- Ketersediaan	.853
L13	<--- Ketersediaan	.736
L12	<--- Ketersediaan	.855
L11	<--- Ketersediaan	.707
L115	<--- Kebijakan	.735
L114	<--- Kebijakan	.729
L113	<--- Kebijakan	.744
L112	<--- Kebijakan	.766
L111	<--- Kebijakan	.710
L120	<--- Biaya	.830
L119	<--- Biaya	.744
L118	<--- Biaya	.770
L117	<--- Biaya	.741
L116	<--- Biaya	.770

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Lingkungan	.269	.072	3.751	***	par_23
err2	.020				
err4	.020				
err1	.136	.035	3.898	***	par_24
err3	.022	.013	1.730	.084	par_25
e5	.355	.049	7.289	***	par_26
e4	.197	.034	5.872	***	par_27
e3	.326	.049	6.598	***	par_28
e2	.174	.032	5.364	***	par_29
e1	.406	.056	7.206	***	par_30
e6	.291	.042	6.943	***	par_31
e7	.366	.051	7.205	***	par_32
e8	.463	.062	7.451	***	par_33
e9	.315	.043	7.271	***	par_34
e10	.306	.043	7.094	***	par_35
e11	.287	.041	7.082	***	par_36
e12	.278	.040	6.937	***	par_37
e13	.313	.044	7.068	***	par_38
e14	.314	.045	6.997	***	par_39
e15	.321	.045	7.110	***	par_40
e16	.276	.039	7.083	***	par_41
e17	.253	.035	7.200	***	par_42
e18	.277	.039	7.061	***	par_43
e19	.271	.038	7.187	***	par_44

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e20	.216	.033	6.614	***	par_45

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Biaya	.950
Kebijakan	.924
Ketersediaan	.665
Kemampuan	.954
LI20	.690
LI19	.554
LI18	.593
LI17	.549
LI16	.592
LI15	.541
LI14	.531
LI13	.553
LI12	.587
LI11	.505
LI10	.550
LI9	.489
LI8	.392
LI7	.506
LI6	.600
LI1	.499
LI2	.732

	Estimate
L13	.541
L14	.728
L15	.469

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
Biaya	1.191	.000	.000	.000	.000
Kebijakan	1.003	.000	.000	.000	.000
Ketersediaan	1.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	1.244	.000	.000	.000	.000
L120	1.302	1.094	.000	.000	.000
L119	1.090	.915	.000	.000	.000
L118	1.194	1.003	.000	.000	.000
L117	1.044	.877	.000	.000	.000
L116	1.191	1.000	.000	.000	.000
L115	1.139	.000	1.136	.000	.000
L114	1.104	.000	1.101	.000	.000
L113	1.153	.000	1.150	.000	.000
L112	1.165	.000	1.162	.000	.000
L111	1.003	.000	1.000	.000	.000
L110	1.152	.000	.000	.000	.926
L19	1.033	.000	.000	.000	.830
L18	1.029	.000	.000	.000	.827
L17	1.152	.000	.000	.000	.926
L16	1.244	.000	.000	.000	1.000

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
L11	1.000	.000	.000	1.000	.000
L12	1.083	.000	.000	1.083	.000
L13	.974	.000	.000	.974	.000
L14	1.143	.000	.000	1.143	.000
L15	.880	.000	.000	.880	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
Biaya	.975	.000	.000	.000	.000
Kebijakan	.961	.000	.000	.000	.000
Ketersediaan	.815	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.977	.000	.000	.000	.000
L120	.809	.830	.000	.000	.000
L119	.725	.744	.000	.000	.000
L118	.751	.770	.000	.000	.000
L117	.722	.741	.000	.000	.000
L116	.750	.770	.000	.000	.000
L115	.707	.000	.735	.000	.000
L114	.700	.000	.729	.000	.000
L113	.715	.000	.744	.000	.000
L112	.737	.000	.766	.000	.000
L111	.683	.000	.710	.000	.000
L110	.724	.000	.000	.000	.742
L19	.683	.000	.000	.000	.699
L18	.611	.000	.000	.000	.626

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
L17	.695	.000	.000	.000	.711
L16	.757	.000	.000	.000	.775
L11	.576	.000	.000	.707	.000
L12	.698	.000	.000	.855	.000
L13	.600	.000	.000	.736	.000
L14	.696	.000	.000	.853	.000
L15	.558	.000	.000	.685	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
Biaya	1.191	.000	.000	.000	.000
Kebijakan	1.003	.000	.000	.000	.000
Ketersediaan	1.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	1.244	.000	.000	.000	.000
L120	.000	1.094	.000	.000	.000
L119	.000	.915	.000	.000	.000
L118	.000	1.003	.000	.000	.000
L117	.000	.877	.000	.000	.000
L116	.000	1.000	.000	.000	.000
L115	.000	.000	1.136	.000	.000
L114	.000	.000	1.101	.000	.000
L113	.000	.000	1.150	.000	.000
L112	.000	.000	1.162	.000	.000
L111	.000	.000	1.000	.000	.000
L110	.000	.000	.000	.000	.926

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
L19	.000	.000	.000	.000	.830
L18	.000	.000	.000	.000	.827
L17	.000	.000	.000	.000	.926
L16	.000	.000	.000	.000	1.000
L11	.000	.000	.000	1.000	.000
L12	.000	.000	.000	1.083	.000
L13	.000	.000	.000	.974	.000
L14	.000	.000	.000	1.143	.000
L15	.000	.000	.000	.880	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
Biaya	.975	.000	.000	.000	.000
Kebijakan	.961	.000	.000	.000	.000
Ketersediaan	.815	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.977	.000	.000	.000	.000
L120	.000	.830	.000	.000	.000
L119	.000	.744	.000	.000	.000
L118	.000	.770	.000	.000	.000
L117	.000	.741	.000	.000	.000
L116	.000	.770	.000	.000	.000
L115	.000	.000	.735	.000	.000
L114	.000	.000	.729	.000	.000
L113	.000	.000	.744	.000	.000
L112	.000	.000	.766	.000	.000

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
L111	.000	.000	.710	.000	.000
L110	.000	.000	.000	.000	.742
L19	.000	.000	.000	.000	.699
L18	.000	.000	.000	.000	.626
L17	.000	.000	.000	.000	.711
L16	.000	.000	.000	.000	.775
L11	.000	.000	.000	.707	.000
L12	.000	.000	.000	.855	.000
L13	.000	.000	.000	.736	.000
L14	.000	.000	.000	.853	.000
L15	.000	.000	.000	.685	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
Biaya	.000	.000	.000	.000	.000
Kebijakan	.000	.000	.000	.000	.000
Ketersediaan	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.000	.000	.000	.000	.000
L120	1.302	.000	.000	.000	.000
L119	1.090	.000	.000	.000	.000
L118	1.194	.000	.000	.000	.000
L117	1.044	.000	.000	.000	.000
L116	1.191	.000	.000	.000	.000
L115	1.139	.000	.000	.000	.000
L114	1.104	.000	.000	.000	.000

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
L113	1.153	.000	.000	.000	.000
L112	1.165	.000	.000	.000	.000
L111	1.003	.000	.000	.000	.000
L110	1.152	.000	.000	.000	.000
L19	1.033	.000	.000	.000	.000
L18	1.029	.000	.000	.000	.000
L17	1.152	.000	.000	.000	.000
L16	1.244	.000	.000	.000	.000
L11	1.000	.000	.000	.000	.000
L12	1.083	.000	.000	.000	.000
L13	.974	.000	.000	.000	.000
L14	1.143	.000	.000	.000	.000
L15	.880	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
Biaya	.000	.000	.000	.000	.000
Kebijakan	.000	.000	.000	.000	.000
Ketersediaan	.000	.000	.000	.000	.000
Kemampuan	.000	.000	.000	.000	.000
L120	.809	.000	.000	.000	.000
L119	.725	.000	.000	.000	.000
L118	.751	.000	.000	.000	.000
L117	.722	.000	.000	.000	.000
L116	.750	.000	.000	.000	.000

	Lingkungan	Biaya	Kebijakan	Ketersediaan	Kemampuan
L115	.707	.000	.000	.000	.000
L114	.700	.000	.000	.000	.000
L113	.715	.000	.000	.000	.000
L112	.737	.000	.000	.000	.000
L111	.683	.000	.000	.000	.000
L110	.724	.000	.000	.000	.000
L19	.683	.000	.000	.000	.000
L18	.611	.000	.000	.000	.000
L17	.695	.000	.000	.000	.000
L16	.757	.000	.000	.000	.000
L11	.576	.000	.000	.000	.000
L12	.698	.000	.000	.000	.000
L13	.600	.000	.000	.000	.000
L14	.696	.000	.000	.000	.000
L15	.558	.000	.000	.000	.000

Modification Indices (Group number 1 - Default model)

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	45	191.940	165	.074	1.163
Saturated model	210	.000	0		
Independence model	20	1671.258	190	.000	8.796

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.033	.870	.835	.684
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.328	.169	.082	.153

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.885	.868	.982	.979	.982
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.868	.769	.853
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	26.940	.000	65.530
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1481.258	1354.321	1615.622

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1.536	.216	.000	.524
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	13.370	11.850	10.835	12.925

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.036	.000	.056	.858
Independence model	.250	.239	.261	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	281.940	241.067	440.586	485.586
Saturated model	420.000	229.258	1160.345	1370.345
Independence model	1711.258	1693.092	1781.767	1801.767

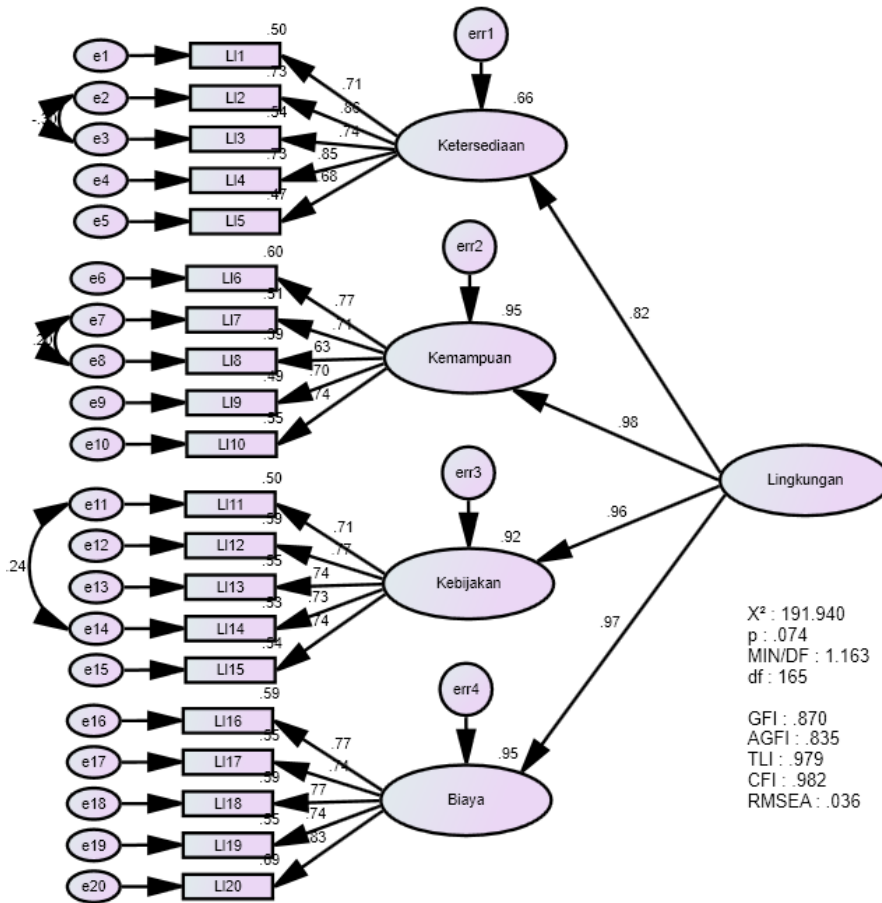
ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	2.256	2.040	2.564	1.929
Saturated model	3.360	3.360	3.360	1.834
Independence model	13.690	12.675	14.765	13.545

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	253	262
Independence model	142	143



Lampiran 3. CFA Loyalitas

Sample size = 251

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

Lo5

Lo4

Lo3

Lo2

Lo1

Lo6

Lo7

Lo8

Lo9

Lo10

Lo11

Lo12

Lo13

Lo14

Lo15

Lo16

Lo17

Lo18

Lo19

Lo20

Lo21

Lo22

Lo23

Lo24

Lo25

Unobserved, endogenous variables

Kesadaran

Komunikasi

Kepercayaan

Prioritas

SiswaTPL

Unobserved, exogenous variables

e5

e4

e3

e2

e1

e6

e7

e8

e9

e10

e11

e12

e13

e14

e15

e16

e17

e18

e19

e20

e21
 e22
 e23
 e24
 e25
 Loyalitas
 err1
 err2
 err3
 err4
 err5

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 61
 Number of observed variables: 25
 Number of unobserved variables: 36
 Number of exogenous variables: 31
 Number of endogenous variables: 30

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	36	0	0	0	0	36
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	24	6	31	0	0	61
Total	60	6	31	0	0	97

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Lo25	1.000	4.000	.299	1.931	-.876	-2.832

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Lo24	1.000	4.000	.342	2.210	-.276	-.891
Lo23	1.000	4.000	.108	.698	-.802	-2.595
Lo22	1.000	5.000	-.149	-.963	-.848	-2.742
Lo21	1.000	4.000	.112	.725	-.750	-2.426
Lo20	1.000	4.000	.018	.117	-.731	-2.364
Lo19	1.000	4.000	-.207	-1.339	-.699	-2.262
Lo18	1.000	4.000	.081	.527	-.577	-1.867
Lo17	1.000	4.000	-.292	-1.887	-.582	-1.883
Lo16	1.000	4.000	-.286	-1.851	-.466	-1.506
Lo15	1.000	5.000	-.082	-.530	-.498	-1.609
Lo14	1.000	4.000	-.047	-.303	-.762	-2.465
Lo13	1.000	4.000	-.148	-.957	-.631	-2.040
Lo12	1.000	4.000	-.087	-.563	-.780	-2.522
Lo11	1.000	4.000	.004	.023	-.539	-1.744
Lo10	1.000	4.000	.073	.469	-.693	-2.241
Lo9	1.000	4.000	-.043	-.281	-.625	-2.021
Lo8	1.000	4.000	.276	1.785	-.887	-2.870
Lo7	1.000	4.000	-.089	-.579	-.692	-2.239
Lo6	1.000	4.000	-.159	-1.028	-.744	-2.406
Lo1	1.000	4.000	.273	1.763	-.841	-2.720
Lo2	1.000	4.000	.240	1.550	-.499	-1.612
Lo3	1.000	4.000	.167	1.081	-.673	-2.175
Lo4	1.000	4.000	-.045	-.293	-.759	-2.454
Lo5	1.000	4.000	-.034	-.221	-.527	-1.704
Multivariate					276.932	59.705

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number

1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
191	78.810	.000	.000
66	73.439	.000	.000
46	72.130	.000	.000
51	70.678	.000	.000
90	67.935	.000	.000
185	67.512	.000	.000
81	67.265	.000	.000
75	67.117	.000	.000
97	66.232	.000	.000
148	64.446	.000	.000
201	63.478	.000	.000
236	63.054	.000	.000
68	59.980	.000	.000
58	59.177	.000	.000
43	58.988	.000	.000
211	58.980	.000	.000
168	58.016	.000	.000
39	56.960	.000	.000
237	56.320	.000	.000
80	55.115	.000	.000
181	54.496	.001	.000
233	53.814	.001	.000
61	50.132	.002	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
76	49.998	.002	.000
217	48.952	.003	.000
55	47.954	.004	.000
60	47.026	.005	.000
123	46.977	.005	.000
41	46.816	.005	.000
167	46.758	.005	.000
16	45.882	.007	.000
128	45.817	.007	.000
141	45.807	.007	.000
11	45.578	.007	.000
137	45.442	.007	.000
64	44.357	.010	.000
154	43.735	.012	.000
65	43.702	.012	.000
179	43.596	.012	.000
176	43.528	.012	.000
98	42.809	.015	.000
163	41.897	.018	.000
234	40.976	.023	.000
183	40.801	.024	.000
118	40.549	.026	.000
189	40.270	.027	.000
144	40.131	.028	.000
165	39.919	.030	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
242	39.843	.030	.000
230	39.441	.033	.000
59	38.412	.042	.000
8	38.387	.042	.000
71	38.078	.045	.000
15	38.061	.046	.000
44	37.592	.051	.000
26	37.173	.056	.000
240	36.809	.060	.000
37	36.622	.063	.000
36	36.390	.066	.000
5	36.116	.070	.000
207	36.116	.070	.000
40	35.888	.073	.000
226	35.701	.076	.000
84	35.476	.080	.000
129	35.347	.082	.000
166	35.347	.082	.000
99	35.316	.083	.000
24	34.563	.096	.000
27	34.563	.096	.000
194	34.479	.098	.000
249	33.993	.108	.000
241	33.933	.109	.000
210	33.634	.116	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
30	33.600	.117	.000
93	33.464	.120	.000
113	33.100	.129	.000
231	32.998	.131	.000
159	32.965	.132	.000
222	32.965	.132	.000
126	32.774	.137	.000
112	32.227	.152	.000
105	32.126	.154	.000
20	31.963	.159	.000
122	31.963	.159	.000
88	31.834	.163	.000
89	31.752	.165	.000
150	31.599	.170	.000
219	31.364	.177	.000
139	31.117	.185	.000
2	31.046	.188	.000
146	31.006	.189	.000
155	30.951	.191	.000
63	30.508	.206	.000
160	30.430	.209	.000
18	30.328	.212	.000
157	30.270	.214	.000
9	30.079	.221	.000
82	29.347	.250	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
108	29.313	.251	.000
57	29.289	.252	.000

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 325
Number of distinct parameters to be estimated: 61
Degrees of freedom (325 - 61): 264

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 289.975
Degrees of freedom = 264
Probability level = .130

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Komunikasi	<---	Loyalitas	1.000				
Kesadaran	<---	Loyalitas	1.357	.199	6.809	***	par_21
Kepercayaan	<---	Loyalitas	1.183	.176	6.730	***	par_22
SiswaTPL	<---	Loyalitas	1.362	.200	6.796	***	par_23
Prioritas	<---	Loyalitas	1.259	.182	6.911	***	par_24
Lo10	<---	Kesadaran	.873	.100	8.723	***	par_1
Lo9	<---	Kesadaran	.869	.097	8.992	***	par_2
Lo8	<---	Kesadaran	.646	.086	7.513	***	par_3
Lo7	<---	Kesadaran	.931	.097	9.622	***	par_4
Lo6	<---	Kesadaran	1.000				
Lo5	<---	Komunikasi	.918	.114	8.063	***	par_5

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Lo4	<---	Komunikasi	1.212	.136	8.926	***	par_6
Lo3	<---	Komunikasi	.831	.122	6.801	***	par_7
Lo2	<---	Komunikasi	.962	.129	7.477	***	par_8
Lo1	<---	Komunikasi	1.000				
Lo15	<---	Kepercayaan	1.025	.104	9.863	***	par_9
Lo14	<---	Kepercayaan	1.109	.104	10.617	***	par_10
Lo13	<---	Kepercayaan	1.102	.109	10.108	***	par_11
Lo12	<---	Kepercayaan	1.160	.106	10.930	***	par_12
Lo11	<---	Kepercayaan	1.000				
Lo20	<---	Prioritas	1.056	.101	10.457	***	par_13
Lo19	<---	Prioritas	1.118	.094	11.944	***	par_14
Lo18	<---	Prioritas	1.004	.096	10.503	***	par_15
Lo17	<---	Prioritas	1.016	.092	11.105	***	par_16
Lo16	<---	Prioritas	1.000				
Lo25	<---	SiswaTPL	.870	.112	7.750	***	par_17
Lo24	<---	SiswaTPL	.721	.096	7.483	***	par_18
Lo23	<---	SiswaTPL	.863	.083	10.382	***	par_19
Lo22	<---	SiswaTPL	1.044	.112	9.342	***	par_20
Lo21	<---	SiswaTPL	1.000				

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Komunikasi	<---	Loyalitas	.797
Kesadaran	<---	Loyalitas	.954
Kepercayaan	<---	Loyalitas	.923

			Estimate
SiswaTPL	<---	Loyalitas	.969
Prioritas	<---	Loyalitas	.959
Lo10	<---	Kesadaran	.730
Lo9	<---	Kesadaran	.747
Lo8	<---	Kesadaran	.649
Lo7	<---	Kesadaran	.783
Lo6	<---	Kesadaran	.820
Lo5	<---	Komunikasi	.801
Lo4	<---	Komunikasi	.905
Lo3	<---	Komunikasi	.674
Lo2	<---	Komunikasi	.740
Lo1	<---	Komunikasi	.704
Lo15	<---	Kepercayaan	.785
Lo14	<---	Kepercayaan	.831
Lo13	<---	Kepercayaan	.863
Lo12	<---	Kepercayaan	.847
Lo11	<---	Kepercayaan	.822
Lo20	<---	Prioritas	.807
Lo19	<---	Prioritas	.877
Lo18	<---	Prioritas	.809
Lo17	<---	Prioritas	.839
Lo16	<---	Prioritas	.830
Lo25	<---	SiswaTPL	.671
Lo24	<---	SiswaTPL	.652
Lo23	<---	SiswaTPL	.745

		Estimate
Lo22	<--- SiswaTPL	.778
Lo21	<--- SiswaTPL	.806

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Loyalitas	.265	.075	3.527	***	par_31
err1	.153	.040	3.787	***	par_32
err2	.049	.024	2.030	.042	par_33
err3	.065	.018	3.591	***	par_34
err4	.036	.015	2.396	.017	par_35
err5	.032	.023	1.365	.172	par_36
e5	.196	.032	6.147	***	par_37
e4	.136	.033	4.103	***	par_38
e3	.347	.050	6.884	***	par_39
e2	.321	.048	6.676	***	par_40
e1	.425	.062	6.857	***	par_41
e6	.263	.042	6.198	***	par_42
e7	.294	.045	6.541	***	par_43
e8	.308	.043	7.140	***	par_44
e9	.322	.048	6.724	***	par_45
e10	.358	.053	6.802	***	par_46
e11	.209	.032	6.446	***	par_47
e12	.230	.037	6.242	***	par_48
e13	.181	.030	6.052	***	par_49
e14	.239	.037	6.389	***	par_50

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e15	.286	.041	6.966	***	par_51
e16	.206	.031	6.635	***	par_52
e17	.199	.030	6.565	***	par_53
e18	.243	.036	6.779	***	par_54
e19	.171	.028	6.122	***	par_55
e20	.273	.040	6.793	***	par_56
e21	.283	.045	6.257	***	par_57
e22	.373	.057	6.526	***	par_58
e23	.313	.048	6.444	***	par_59
e24	.368	.051	7.182	***	par_60
e25	.484	.068	7.134	***	par_61

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SiswaTPL	.940
Prioritas	.920
Kepercayaan	.852
Komunikasi	.634
Kesadaran	.909
Lo25	.450
Lo24	.425
Lo23	.555
Lo22	.605
Lo21	.649
Lo20	.651

	Estimate
Lo19	.769
Lo18	.655
Lo17	.703
Lo16	.689
Lo15	.616
Lo14	.691
Lo13	.745
Lo12	.718
Lo11	.676
Lo10	.533
Lo9	.557
Lo8	.421
Lo7	.613
Lo6	.672
Lo1	.496
Lo2	.547
Lo3	.454
Lo4	.818
Lo5	.642

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L
o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o
2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	4	3	2	1	0	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0	9	8	7	6

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
Lo18	1.265	.000	1.004	.000	.000	.000
Lo17	1.279	.000	1.016	.000	.000	.000
Lo16	1.259	.000	1.000	.000	.000	.000
Lo15	1.212	.000	.000	1.025	.000	.000
Lo14	1.312	.000	.000	1.109	.000	.000
Lo13	1.303	.000	.000	1.102	.000	.000
Lo12	1.372	.000	.000	1.160	.000	.000
Lo11	1.183	.000	.000	1.000	.000	.000
Lo10	1.184	.000	.000	.000	.000	.873
Lo9	1.179	.000	.000	.000	.000	.869
Lo8	.876	.000	.000	.000	.000	.646
Lo7	1.264	.000	.000	.000	.000	.931
Lo6	1.357	.000	.000	.000	.000	1.000
Lo1	1.000	.000	.000	.000	1.000	.000
Lo2	.962	.000	.000	.000	.962	.000
Lo3	.831	.000	.000	.000	.831	.000
Lo4	1.212	.000	.000	.000	1.212	.000
Lo5	.918	.000	.000	.000	.918	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
SiswaTPL	.969	.000	.000	.000	.000	.000
Prioritas	.959	.000	.000	.000	.000	.000
Kepercayaan	.923	.000	.000	.000	.000	.000
Komunikasi	.797	.000	.000	.000	.000	.000

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
Kesadaran	.954	.000	.000	.000	.000	.000
Lo25	.650	.671	.000	.000	.000	.000
Lo24	.632	.652	.000	.000	.000	.000
Lo23	.722	.745	.000	.000	.000	.000
Lo22	.754	.778	.000	.000	.000	.000
Lo21	.781	.806	.000	.000	.000	.000
Lo20	.774	.000	.807	.000	.000	.000
Lo19	.841	.000	.877	.000	.000	.000
Lo18	.776	.000	.809	.000	.000	.000
Lo17	.804	.000	.839	.000	.000	.000
Lo16	.796	.000	.830	.000	.000	.000
Lo15	.724	.000	.000	.785	.000	.000
Lo14	.767	.000	.000	.831	.000	.000
Lo13	.796	.000	.000	.863	.000	.000
Lo12	.782	.000	.000	.847	.000	.000
Lo11	.759	.000	.000	.822	.000	.000
Lo10	.696	.000	.000	.000	.000	.730
Lo9	.712	.000	.000	.000	.000	.747
Lo8	.619	.000	.000	.000	.000	.649
Lo7	.747	.000	.000	.000	.000	.783
Lo6	.781	.000	.000	.000	.000	.820
Lo1	.561	.000	.000	.000	.704	.000
Lo2	.589	.000	.000	.000	.740	.000
Lo3	.537	.000	.000	.000	.674	.000
Lo4	.721	.000	.000	.000	.905	.000

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
Lo5	.638	.000	.000	.000	.801	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
SiswaTPL	1.362	.000	.000	.000	.000	.000
Prioritas	1.259	.000	.000	.000	.000	.000
Kepercayaan	1.183	.000	.000	.000	.000	.000
Komunikasi	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kesadaran	1.357	.000	.000	.000	.000	.000
Lo25	.000	.870	.000	.000	.000	.000
Lo24	.000	.721	.000	.000	.000	.000
Lo23	.000	.863	.000	.000	.000	.000
Lo22	.000	1.044	.000	.000	.000	.000
Lo21	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
Lo20	.000	.000	1.056	.000	.000	.000
Lo19	.000	.000	1.118	.000	.000	.000
Lo18	.000	.000	1.004	.000	.000	.000
Lo17	.000	.000	1.016	.000	.000	.000
Lo16	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
Lo15	.000	.000	.000	1.025	.000	.000
Lo14	.000	.000	.000	1.109	.000	.000
Lo13	.000	.000	.000	1.102	.000	.000
Lo12	.000	.000	.000	1.160	.000	.000
Lo11	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
Lo10	.000	.000	.000	.000	.000	.873

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
Lo9	.000	.000	.000	.000	.000	.869
Lo8	.000	.000	.000	.000	.000	.646
Lo7	.000	.000	.000	.000	.000	.931
Lo6	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
Lo1	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
Lo2	.000	.000	.000	.000	.962	.000
Lo3	.000	.000	.000	.000	.831	.000
Lo4	.000	.000	.000	.000	1.212	.000
Lo5	.000	.000	.000	.000	.918	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
SiswaTPL	.969	.000	.000	.000	.000	.000
Prioritas	.959	.000	.000	.000	.000	.000
Kepercayaan	.923	.000	.000	.000	.000	.000
Komunikasi	.797	.000	.000	.000	.000	.000
Kesadaran	.954	.000	.000	.000	.000	.000
Lo25	.000	.671	.000	.000	.000	.000
Lo24	.000	.652	.000	.000	.000	.000
Lo23	.000	.745	.000	.000	.000	.000
Lo22	.000	.778	.000	.000	.000	.000
Lo21	.000	.806	.000	.000	.000	.000
Lo20	.000	.000	.807	.000	.000	.000
Lo19	.000	.000	.877	.000	.000	.000
Lo18	.000	.000	.809	.000	.000	.000

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
Lo17	.000	.000	.839	.000	.000	.000
Lo16	.000	.000	.830	.000	.000	.000
Lo15	.000	.000	.000	.785	.000	.000
Lo14	.000	.000	.000	.831	.000	.000
Lo13	.000	.000	.000	.863	.000	.000
Lo12	.000	.000	.000	.847	.000	.000
Lo11	.000	.000	.000	.822	.000	.000
Lo10	.000	.000	.000	.000	.000	.730
Lo9	.000	.000	.000	.000	.000	.747
Lo8	.000	.000	.000	.000	.000	.649
Lo7	.000	.000	.000	.000	.000	.783
Lo6	.000	.000	.000	.000	.000	.820
Lo1	.000	.000	.000	.000	.704	.000
Lo2	.000	.000	.000	.000	.740	.000
Lo3	.000	.000	.000	.000	.674	.000
Lo4	.000	.000	.000	.000	.905	.000
Lo5	.000	.000	.000	.000	.801	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
SiswaTPL	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Prioritas	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kepercayaan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Komunikasi	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kesadaran	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
Lo25	1.185	.000	.000	.000	.000	.000
Lo24	.982	.000	.000	.000	.000	.000
Lo23	1.175	.000	.000	.000	.000	.000
Lo22	1.421	.000	.000	.000	.000	.000
Lo21	1.362	.000	.000	.000	.000	.000
Lo20	1.329	.000	.000	.000	.000	.000
Lo19	1.407	.000	.000	.000	.000	.000
Lo18	1.265	.000	.000	.000	.000	.000
Lo17	1.279	.000	.000	.000	.000	.000
Lo16	1.259	.000	.000	.000	.000	.000
Lo15	1.212	.000	.000	.000	.000	.000
Lo14	1.312	.000	.000	.000	.000	.000
Lo13	1.303	.000	.000	.000	.000	.000
Lo12	1.372	.000	.000	.000	.000	.000
Lo11	1.183	.000	.000	.000	.000	.000
Lo10	1.184	.000	.000	.000	.000	.000
Lo9	1.179	.000	.000	.000	.000	.000
Lo8	.876	.000	.000	.000	.000	.000
Lo7	1.264	.000	.000	.000	.000	.000
Lo6	1.357	.000	.000	.000	.000	.000
Lo1	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
Lo2	.962	.000	.000	.000	.000	.000
Lo3	.831	.000	.000	.000	.000	.000
Lo4	1.212	.000	.000	.000	.000	.000
Lo5	.918	.000	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
SiswaTPL	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Prioritas	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kepercayaan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Komunikasi	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kesadaran	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Lo25	.650	.000	.000	.000	.000	.000
Lo24	.632	.000	.000	.000	.000	.000
Lo23	.722	.000	.000	.000	.000	.000
Lo22	.754	.000	.000	.000	.000	.000
Lo21	.781	.000	.000	.000	.000	.000
Lo20	.774	.000	.000	.000	.000	.000
Lo19	.841	.000	.000	.000	.000	.000
Lo18	.776	.000	.000	.000	.000	.000
Lo17	.804	.000	.000	.000	.000	.000
Lo16	.796	.000	.000	.000	.000	.000
Lo15	.724	.000	.000	.000	.000	.000
Lo14	.767	.000	.000	.000	.000	.000
Lo13	.796	.000	.000	.000	.000	.000
Lo12	.782	.000	.000	.000	.000	.000
Lo11	.759	.000	.000	.000	.000	.000
Lo10	.696	.000	.000	.000	.000	.000
Lo9	.712	.000	.000	.000	.000	.000
Lo8	.619	.000	.000	.000	.000	.000
Lo7	.747	.000	.000	.000	.000	.000

	Loyalitas	SiswaTPL	Prioritas	Kepercayaan	Komunikasi	Kesadaran
Lo6	.781	.000	.000	.000	.000	.000
Lo1	.561	.000	.000	.000	.000	.000
Lo2	.589	.000	.000	.000	.000	.000
Lo3	.537	.000	.000	.000	.000	.000
Lo4	.721	.000	.000	.000	.000	.000
Lo5	.638	.000	.000	.000	.000	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	61	289.975	264	.130	1.098
Saturated model	325	.000	0		
Independence model	25	2417.950	300	.000	8.060

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.032	.839	.801	.681
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.383	.124	.051	.114

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.880	.864	.988	.986	.988
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.880	.774	.869
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	25.975	.000	71.533
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	2117.950	1964.934	2278.369

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2.500	.224	.000	.617
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	20.844	18.258	16.939	19.641

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.029	.000	.048	.965
Independence model	.247	.238	.256	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
-------	-----	-----	-----	------

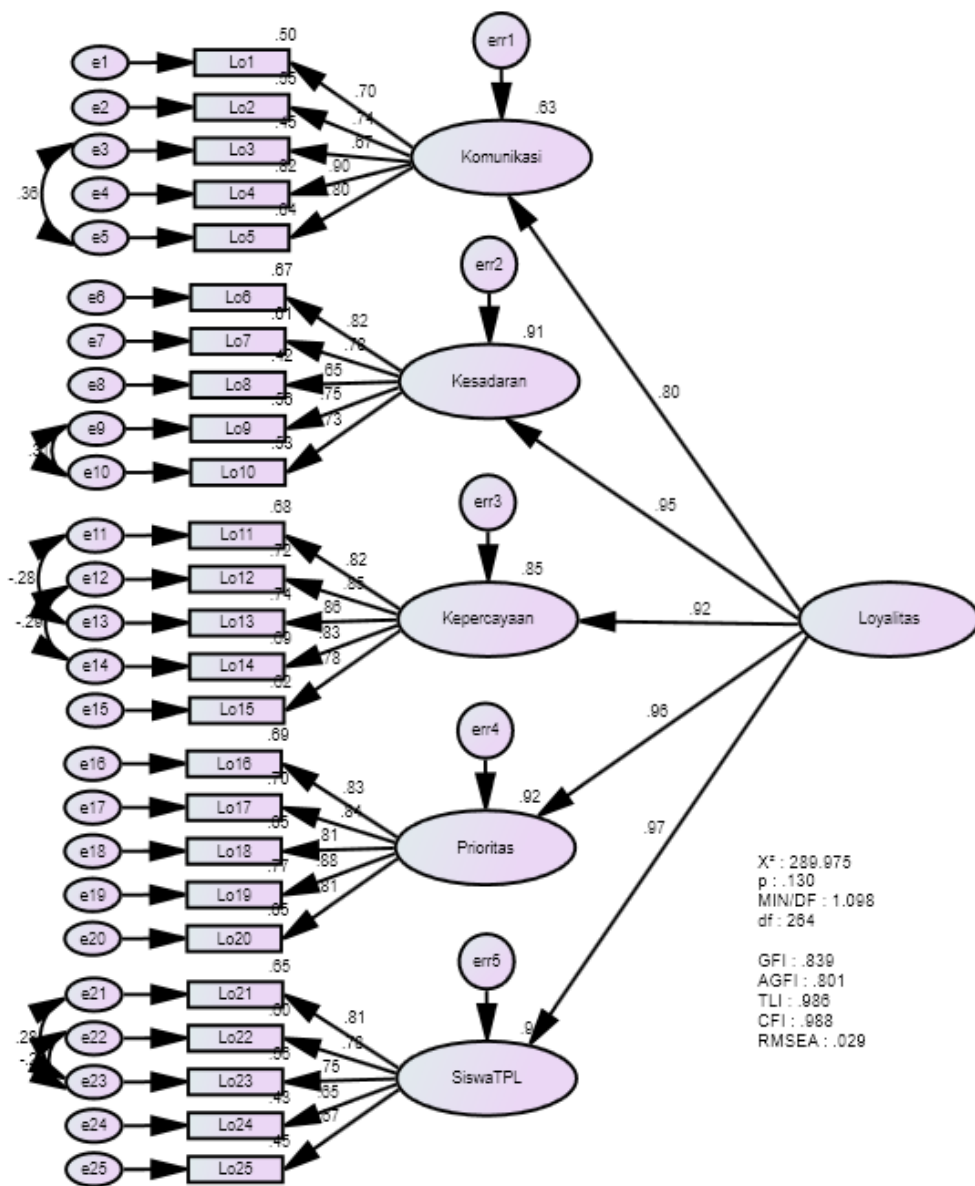
Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	411.975	353.153	627.028	688.028
Saturated model	650.000	336.607	1795.772	2120.772
Independence model	2467.950	2443.842	2556.086	2581.086

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3.552	3.328	3.944	3.044
Saturated model	5.603	5.603	5.603	2.902
Independence model	21.275	19.956	22.658	21.068

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	256	263
Independence model	151	152



Lampiran 4. CFA Kepuasan

Sample size = 251

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

Ke5

Ke4

Ke3

Ke2

Ke1

Ke6

Ke7

Ke8

Ke9

Ke10

Ke11

Ke12

Ke13

Ke14

Ke15

Ke16

Ke17

Ke18

Ke19

Ke20

Ke21

Ke22

Ke23

Ke24

Ke25

Unobserved, endogenous variables

Kualitas

Pelayanan

PercayaDiri

Keterjangkauan

Biaya

Unobserved, exogenous variables

e5

e4

e3

e2

e1

e6

e7

e8

e9

e10

e11

e12

e13

e14

e15

e16

e17

e18

e19

e20

e21
 e22
 e23
 e24
 e25
 Kepuasan
 err1
 err2
 err3
 err4
 err5

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 61
 Number of observed variables: 25
 Number of unobserved variables: 36
 Number of exogenous variables: 31
 Number of endogenous variables: 30

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	36	0	2	0	0	38
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	24	4	29	0	0	57
Total	60	4	31	0	0	95

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
----------	-----	-----	------	------	----------	------

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Ke25	1.000	4.000	-.075	-.486	-.649	-2.098
Ke24	1.000	4.000	-.092	-.596	-.330	-1.066
Ke23	1.000	4.000	-.061	-.394	-.482	-1.559
Ke22	1.000	4.000	-.021	-.138	-.580	-1.877
Ke21	1.000	4.000	.078	.506	-.574	-1.855
Ke20	1.000	4.000	-.130	-.838	-.595	-1.926
Ke19	1.000	4.000	.207	1.341	-.519	-1.680
Ke18	1.000	4.000	-.098	-.637	-.489	-1.581
Ke17	1.000	4.000	-.217	-1.407	-.917	-2.967
Ke16	1.000	4.000	.075	.482	-.584	-1.888
Ke15	1.000	4.000	.218	1.412	-.530	-1.715
Ke14	1.000	4.000	.107	.694	-.380	-1.230
Ke13	1.000	4.000	.060	.386	-.619	-2.003
Ke12	1.000	4.000	-.066	-.428	-.679	-2.197
Ke11	1.000	4.000	.151	.975	-.741	-2.398
Ke10	1.000	4.000	-.138	-.896	-.462	-1.494
Ke9	1.000	4.000	-.303	-1.958	-.571	-1.846
Ke8	1.000	4.000	.169	1.092	-.590	-1.907
Ke7	1.000	4.000	.140	.902	-.789	-2.551
Ke6	1.000	4.000	-.007	-.048	-.730	-2.360
Ke1	1.000	4.000	.073	.474	-.918	-2.968
Ke2	1.000	4.000	-.501	-3.243	-.356	-1.152
Ke3	1.000	4.000	.196	1.267	-1.015	-3.283
Ke4	1.000	4.000	.094	.611	-.697	-2.254
Ke5	1.000	4.000	.092	.592	-.614	-1.985

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Multivariate					136.633	29.458

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
25	68.502	.000	.002
230	59.044	.000	.001
73	57.558	.000	.000
242	57.051	.000	.000
82	56.895	.000	.000
241	54.636	.001	.000
102	51.440	.001	.000
205	50.403	.002	.000
77	49.827	.002	.000
217	49.826	.002	.000
72	49.713	.002	.000
59	49.499	.002	.000
223	49.289	.003	.000
222	49.212	.003	.000
229	49.211	.003	.000
201	48.303	.003	.000
169	48.090	.004	.000
225	47.878	.004	.000
62	47.666	.004	.000
189	46.293	.006	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
39	45.604	.007	.000
191	44.661	.009	.000
99	44.027	.011	.000
243	42.530	.016	.000
48	42.295	.017	.000
232	42.035	.018	.000
139	41.828	.019	.000
149	41.797	.019	.000
200	41.775	.019	.000
177	41.295	.021	.000
66	41.202	.022	.000
60	41.044	.023	.000
98	40.559	.026	.000
250	40.122	.028	.000
176	39.977	.029	.000
140	39.972	.029	.000
22	39.667	.032	.000
173	39.476	.033	.000
234	39.347	.034	.000
197	39.198	.035	.000
84	38.701	.039	.000
80	38.698	.039	.000
190	38.545	.041	.000
235	38.316	.043	.000
96	37.990	.046	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
81	37.779	.049	.000
224	37.772	.049	.000
157	37.713	.049	.000
42	37.363	.053	.000
112	37.243	.055	.000
95	37.237	.055	.000
138	37.121	.056	.000
134	36.802	.060	.000
240	36.459	.065	.000
55	36.331	.067	.000
131	36.297	.067	.000
206	36.109	.070	.000
113	36.046	.071	.000
90	35.898	.073	.000
78	35.745	.076	.000
155	35.658	.077	.000
194	35.624	.078	.000
89	35.596	.078	.000
231	35.337	.082	.000
193	35.258	.084	.000
26	34.449	.099	.000
237	34.283	.102	.000
70	34.167	.104	.000
151	33.602	.117	.000
128	33.337	.123	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
195	33.241	.125	.000
245	33.044	.130	.000
79	32.580	.142	.000
238	32.362	.148	.000
153	32.212	.152	.000
118	32.181	.153	.000
152	32.121	.155	.000
199	32.085	.156	.000
160	31.966	.159	.000
202	31.957	.159	.000
244	31.586	.170	.000
121	31.581	.170	.000
76	31.519	.172	.000
187	31.123	.185	.000
65	31.098	.186	.000
92	30.719	.198	.000
251	30.481	.207	.000
3	30.360	.211	.000
239	30.307	.213	.000
126	30.055	.222	.000
12	29.793	.232	.000
150	29.571	.241	.000
32	29.451	.246	.000
11	29.438	.246	.000
20	29.313	.251	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
69	29.111	.259	.000
248	28.979	.265	.000
137	28.404	.290	.000
228	27.927	.311	.003
218	27.813	.317	.004

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 325
Number of distinct parameters to be estimated: 57
Degrees of freedom (325 - 57): 268

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 339.194
Degrees of freedom = 268
Probability level = .002

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PercayaDiri	<---	Kepuasan	1.040	.159	6.561	***	par_21
Kualitas	<---	Kepuasan	1.133	.163	6.938	***	par_22
Pelayanan	<---	Kepuasan	1.000				
Keterjangkauan	<---	Kepuasan	1.245	.165	7.538	***	par_23
Biaya	<---	Kepuasan	1.243	.167	7.426	***	par_24
Ke10	<---	Kualitas	.919	.104	8.816	***	par_1
Ke9	<---	Kualitas	1.317	.120	10.937	***	par_2
Ke8	<---	Kualitas	.990	.116	8.513	***	par_3

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Ke7	<---	Kualitas	1.050	.120	8.751	***	par_4
Ke6	<---	Kualitas	1.000				
Ke5	<---	Pelayanan	1.064	.142	7.520	***	par_5
Ke4	<---	Pelayanan	1.169	.144	8.094	***	par_6
Ke3	<---	Pelayanan	1.091	.145	7.519	***	par_7
Ke2	<---	Pelayanan	1.080	.124	8.728	***	par_8
Ke1	<---	Pelayanan	1.000				
Ke15	<---	PercayaDiri	1.083	.124	8.763	***	par_9
Ke14	<---	PercayaDiri	.887	.114	7.791	***	par_10
Ke13	<---	PercayaDiri	1.007	.119	8.484	***	par_11
Ke12	<---	PercayaDiri	.983	.125	7.873	***	par_12
Ke11	<---	PercayaDiri	1.000				
Ke20	<---	Keterjangkauan	.980	.086	11.434	***	par_13
Ke19	<---	Keterjangkauan	.906	.092	9.863	***	par_14
Ke18	<---	Keterjangkauan	.899	.083	10.808	***	par_15
Ke17	<---	Keterjangkauan	.844	.087	9.698	***	par_16
Ke16	<---	Keterjangkauan	1.000				
Ke25	<---	Biaya	.785	.090	8.759	***	par_17
Ke24	<---	Biaya	.765	.089	8.643	***	par_18
Ke23	<---	Biaya	.800	.086	9.298	***	par_19
Ke22	<---	Biaya	.962	.093	10.332	***	par_20
Ke21	<---	Biaya	1.000				

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Estimate

		Estimate
PercayaDiri	<--- Kepuasan	.845
Kualitas	<--- Kepuasan	.896
Pelayanan	<--- Kepuasan	.900
Keterjangkauan	<--- Kepuasan	.910
Biaya	<--- Kepuasan	.919
Ke10	<--- Kualitas	.756
Ke9	<--- Kualitas	.950
Ke8	<--- Kualitas	.730
Ke7	<--- Kualitas	.751
Ke6	<--- Kualitas	.712
Ke5	<--- Pelayanan	.693
Ke4	<--- Pelayanan	.753
Ke3	<--- Pelayanan	.693
Ke2	<--- Pelayanan	.822
Ke1	<--- Pelayanan	.684
Ke15	<--- PercayaDiri	.800
Ke14	<--- PercayaDiri	.705
Ke13	<--- PercayaDiri	.770
Ke12	<--- PercayaDiri	.713
Ke11	<--- PercayaDiri	.700
Ke20	<--- Keterjangkauan	.815
Ke19	<--- Keterjangkauan	.731
Ke18	<--- Keterjangkauan	.785
Ke17	<--- Keterjangkauan	.726
Ke16	<--- Keterjangkauan	.795

		Estimate
Ke25	<--- Biaya	.691
Ke24	<--- Biaya	.684
Ke23	<--- Biaya	.725
Ke22	<--- Biaya	.789
Ke21	<--- Biaya	.774

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kepuasan	.248	.060	4.127	***	par_29
err4	.080				
err5	.070				
err1	.058	.019	3.065	.002	par_30
err2	.078	.021	3.687	***	par_31
err3	.107	.029	3.625	***	par_32
e5	.374	.049	7.565	***	par_33
e4	.319	.044	7.190	***	par_34
e3	.393	.052	7.566	***	par_35
e2	.172	.027	6.415	***	par_36
e1	.348	.046	7.612	***	par_37
e6	.385	.049	7.910	***	par_38
e7	.337	.043	7.760	***	par_39
e8	.339	.043	7.845	***	par_40
e9	.074	.021	3.601	***	par_41
e10	.250	.032	7.734	***	par_42
e11	.391	.052	7.506	***	par_43

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e12	.350	.047	7.403	***	par_44
e13	.260	.037	6.984	***	par_45
e14	.299	.040	7.452	***	par_46
e15	.247	.037	6.652	***	par_47
e16	.270	.038	7.172	***	par_48
e17	.297	.039	7.596	***	par_49
e18	.233	.032	7.208	***	par_50
e19	.332	.044	7.573	***	par_51
e20	.225	.033	6.898	***	par_52
e21	.302	.042	7.166	***	par_53
e22	.254	.037	6.943	***	par_54
e23	.261	.035	7.442	***	par_55
e24	.302	.039	7.656	***	par_56
e25	.305	.040	7.622	***	par_57

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Biaya	.845
Keterjangkauan	.827
PercayaDiri	.715
Pelayanan	.810
Kualitas	.802
Ke25	.478
Ke24	.467
Ke23	.526

	Estimate
Ke22	.622
Ke21	.599
Ke20	.665
Ke19	.534
Ke18	.616
Ke17	.527
Ke16	.632
Ke15	.640
Ke14	.497
Ke13	.593
Ke12	.508
Ke11	.490
Ke10	.572
Ke9	.903
Ke8	.534
Ke7	.564
Ke6	.507
Ke1	.468
Ke2	.675
Ke3	.481
Ke4	.567
Ke5	.481

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Biaya	1.243	.000	.000	.000	.000	.000
Keterjangkauan	1.245	.000	.000	.000	.000	.000
PercayaDiri	1.040	.000	.000	.000	.000	.000
Pelayanan	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kualitas	1.133	.000	.000	.000	.000	.000
Ke25	.976	.785	.000	.000	.000	.000
Ke24	.951	.765	.000	.000	.000	.000
Ke23	.994	.800	.000	.000	.000	.000
Ke22	1.195	.962	.000	.000	.000	.000
Ke21	1.243	1.000	.000	.000	.000	.000
Ke20	1.220	.000	.980	.000	.000	.000
Ke19	1.127	.000	.906	.000	.000	.000
Ke18	1.119	.000	.899	.000	.000	.000
Ke17	1.051	.000	.844	.000	.000	.000
Ke16	1.245	.000	1.000	.000	.000	.000
Ke15	1.127	.000	.000	1.083	.000	.000
Ke14	.923	.000	.000	.887	.000	.000
Ke13	1.048	.000	.000	1.007	.000	.000
Ke12	1.022	.000	.000	.983	.000	.000
Ke11	1.040	.000	.000	1.000	.000	.000
Ke10	1.040	.000	.000	.000	.000	.919
Ke9	1.492	.000	.000	.000	.000	1.317
Ke8	1.121	.000	.000	.000	.000	.990
Ke7	1.189	.000	.000	.000	.000	1.050

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Ke6	1.133	.000	.000	.000	.000	1.000
Ke1	1.000	.000	.000	.000	1.000	.000
Ke2	1.080	.000	.000	.000	1.080	.000
Ke3	1.091	.000	.000	.000	1.091	.000
Ke4	1.169	.000	.000	.000	1.169	.000
Ke5	1.064	.000	.000	.000	1.064	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Biaya	.919	.000	.000	.000	.000	.000
Keterjangkauan	.910	.000	.000	.000	.000	.000
PercayaDiri	.845	.000	.000	.000	.000	.000
Pelayanan	.900	.000	.000	.000	.000	.000
Kualitas	.896	.000	.000	.000	.000	.000
Ke25	.635	.691	.000	.000	.000	.000
Ke24	.629	.684	.000	.000	.000	.000
Ke23	.667	.725	.000	.000	.000	.000
Ke22	.725	.789	.000	.000	.000	.000
Ke21	.712	.774	.000	.000	.000	.000
Ke20	.742	.000	.815	.000	.000	.000
Ke19	.665	.000	.731	.000	.000	.000
Ke18	.714	.000	.785	.000	.000	.000
Ke17	.660	.000	.726	.000	.000	.000
Ke16	.723	.000	.795	.000	.000	.000
Ke15	.677	.000	.000	.800	.000	.000

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Ke14	.596	.000	.000	.705	.000	.000
Ke13	.651	.000	.000	.770	.000	.000
Ke12	.603	.000	.000	.713	.000	.000
Ke11	.592	.000	.000	.700	.000	.000
Ke10	.678	.000	.000	.000	.000	.756
Ke9	.851	.000	.000	.000	.000	.950
Ke8	.654	.000	.000	.000	.000	.730
Ke7	.673	.000	.000	.000	.000	.751
Ke6	.638	.000	.000	.000	.000	.712
Ke1	.615	.000	.000	.000	.684	.000
Ke2	.740	.000	.000	.000	.822	.000
Ke3	.624	.000	.000	.000	.693	.000
Ke4	.677	.000	.000	.000	.753	.000
Ke5	.624	.000	.000	.000	.693	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Biaya	1.243	.000	.000	.000	.000	.000
Keterjangkauan	1.245	.000	.000	.000	.000	.000
PercayaDiri	1.040	.000	.000	.000	.000	.000
Pelayanan	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kualitas	1.133	.000	.000	.000	.000	.000
Ke25	.000	.785	.000	.000	.000	.000
Ke24	.000	.765	.000	.000	.000	.000
Ke23	.000	.800	.000	.000	.000	.000

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Ke22	.000	.962	.000	.000	.000	.000
Ke21	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
Ke20	.000	.000	.980	.000	.000	.000
Ke19	.000	.000	.906	.000	.000	.000
Ke18	.000	.000	.899	.000	.000	.000
Ke17	.000	.000	.844	.000	.000	.000
Ke16	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
Ke15	.000	.000	.000	1.083	.000	.000
Ke14	.000	.000	.000	.887	.000	.000
Ke13	.000	.000	.000	1.007	.000	.000
Ke12	.000	.000	.000	.983	.000	.000
Ke11	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
Ke10	.000	.000	.000	.000	.000	.919
Ke9	.000	.000	.000	.000	.000	1.317
Ke8	.000	.000	.000	.000	.000	.990
Ke7	.000	.000	.000	.000	.000	1.050
Ke6	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
Ke1	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
Ke2	.000	.000	.000	.000	1.080	.000
Ke3	.000	.000	.000	.000	1.091	.000
Ke4	.000	.000	.000	.000	1.169	.000
Ke5	.000	.000	.000	.000	1.064	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Biaya	.919	.000	.000	.000	.000	.000
Keterjangkauan	.910	.000	.000	.000	.000	.000
PercayaDiri	.845	.000	.000	.000	.000	.000
Pelayanan	.900	.000	.000	.000	.000	.000
Kualitas	.896	.000	.000	.000	.000	.000
Ke25	.000	.691	.000	.000	.000	.000
Ke24	.000	.684	.000	.000	.000	.000
Ke23	.000	.725	.000	.000	.000	.000
Ke22	.000	.789	.000	.000	.000	.000
Ke21	.000	.774	.000	.000	.000	.000
Ke20	.000	.000	.815	.000	.000	.000
Ke19	.000	.000	.731	.000	.000	.000
Ke18	.000	.000	.785	.000	.000	.000
Ke17	.000	.000	.726	.000	.000	.000
Ke16	.000	.000	.795	.000	.000	.000
Ke15	.000	.000	.000	.800	.000	.000
Ke14	.000	.000	.000	.705	.000	.000
Ke13	.000	.000	.000	.770	.000	.000
Ke12	.000	.000	.000	.713	.000	.000
Ke11	.000	.000	.000	.700	.000	.000
Ke10	.000	.000	.000	.000	.000	.756
Ke9	.000	.000	.000	.000	.000	.950
Ke8	.000	.000	.000	.000	.000	.730
Ke7	.000	.000	.000	.000	.000	.751

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Ke6	.000	.000	.000	.000	.000	.712
Ke1	.000	.000	.000	.000	.684	.000
Ke2	.000	.000	.000	.000	.822	.000
Ke3	.000	.000	.000	.000	.693	.000
Ke4	.000	.000	.000	.000	.753	.000
Ke5	.000	.000	.000	.000	.693	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Biaya	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Keterjangkauan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
PercayaDiri	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Pelayanan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kualitas	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Ke25	.976	.000	.000	.000	.000	.000
Ke24	.951	.000	.000	.000	.000	.000
Ke23	.994	.000	.000	.000	.000	.000
Ke22	1.195	.000	.000	.000	.000	.000
Ke21	1.243	.000	.000	.000	.000	.000
Ke20	1.220	.000	.000	.000	.000	.000
Ke19	1.127	.000	.000	.000	.000	.000
Ke18	1.119	.000	.000	.000	.000	.000
Ke17	1.051	.000	.000	.000	.000	.000
Ke16	1.245	.000	.000	.000	.000	.000
Ke15	1.127	.000	.000	.000	.000	.000

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Ke14	.923	.000	.000	.000	.000	.000
Ke13	1.048	.000	.000	.000	.000	.000
Ke12	1.022	.000	.000	.000	.000	.000
Ke11	1.040	.000	.000	.000	.000	.000
Ke10	1.040	.000	.000	.000	.000	.000
Ke9	1.492	.000	.000	.000	.000	.000
Ke8	1.121	.000	.000	.000	.000	.000
Ke7	1.189	.000	.000	.000	.000	.000
Ke6	1.133	.000	.000	.000	.000	.000
Ke1	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
Ke2	1.080	.000	.000	.000	.000	.000
Ke3	1.091	.000	.000	.000	.000	.000
Ke4	1.169	.000	.000	.000	.000	.000
Ke5	1.064	.000	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Biaya	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Keterjangkauan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
PercayaDiri	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Pelayanan	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Kualitas	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Ke25	.635	.000	.000	.000	.000	.000
Ke24	.629	.000	.000	.000	.000	.000
Ke23	.667	.000	.000	.000	.000	.000

	Kepuasan	Biaya	Keterjangkauan	PercayaDiri	Pelayanan	Kualitas
Ke22	.725	.000	.000	.000	.000	.000
Ke21	.712	.000	.000	.000	.000	.000
Ke20	.742	.000	.000	.000	.000	.000
Ke19	.665	.000	.000	.000	.000	.000
Ke18	.714	.000	.000	.000	.000	.000
Ke17	.660	.000	.000	.000	.000	.000
Ke16	.723	.000	.000	.000	.000	.000
Ke15	.677	.000	.000	.000	.000	.000
Ke14	.596	.000	.000	.000	.000	.000
Ke13	.651	.000	.000	.000	.000	.000
Ke12	.603	.000	.000	.000	.000	.000
Ke11	.592	.000	.000	.000	.000	.000
Ke10	.678	.000	.000	.000	.000	.000
Ke9	.851	.000	.000	.000	.000	.000
Ke8	.654	.000	.000	.000	.000	.000
Ke7	.673	.000	.000	.000	.000	.000
Ke6	.638	.000	.000	.000	.000	.000
Ke1	.615	.000	.000	.000	.000	.000
Ke2	.740	.000	.000	.000	.000	.000
Ke3	.624	.000	.000	.000	.000	.000
Ke4	.677	.000	.000	.000	.000	.000
Ke5	.624	.000	.000	.000	.000	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
-------	------	------	----	---	---------

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	57	339.194	268	.002	1.266
Saturated model	325	.000	0		
Independence model	25	2448.396	300	.000	8.161

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.036	.849	.817	.701
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.309	.150	.080	.139

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.861	.845	.967	.963	.967
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.893	.770	.864
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	71.194	28.109	122.428
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	2148.396	1994.334	2309.863

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2.372	.498	.197	.856
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	17.122	15.024	13.946	16.153

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.043	.027	.057	.789
Independence model	.224	.216	.232	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	453.194	411.971	654.145	711.145
Saturated model	650.000	414.955	1795.772	2120.772
Independence model	2498.396	2480.315	2586.532	2611.532

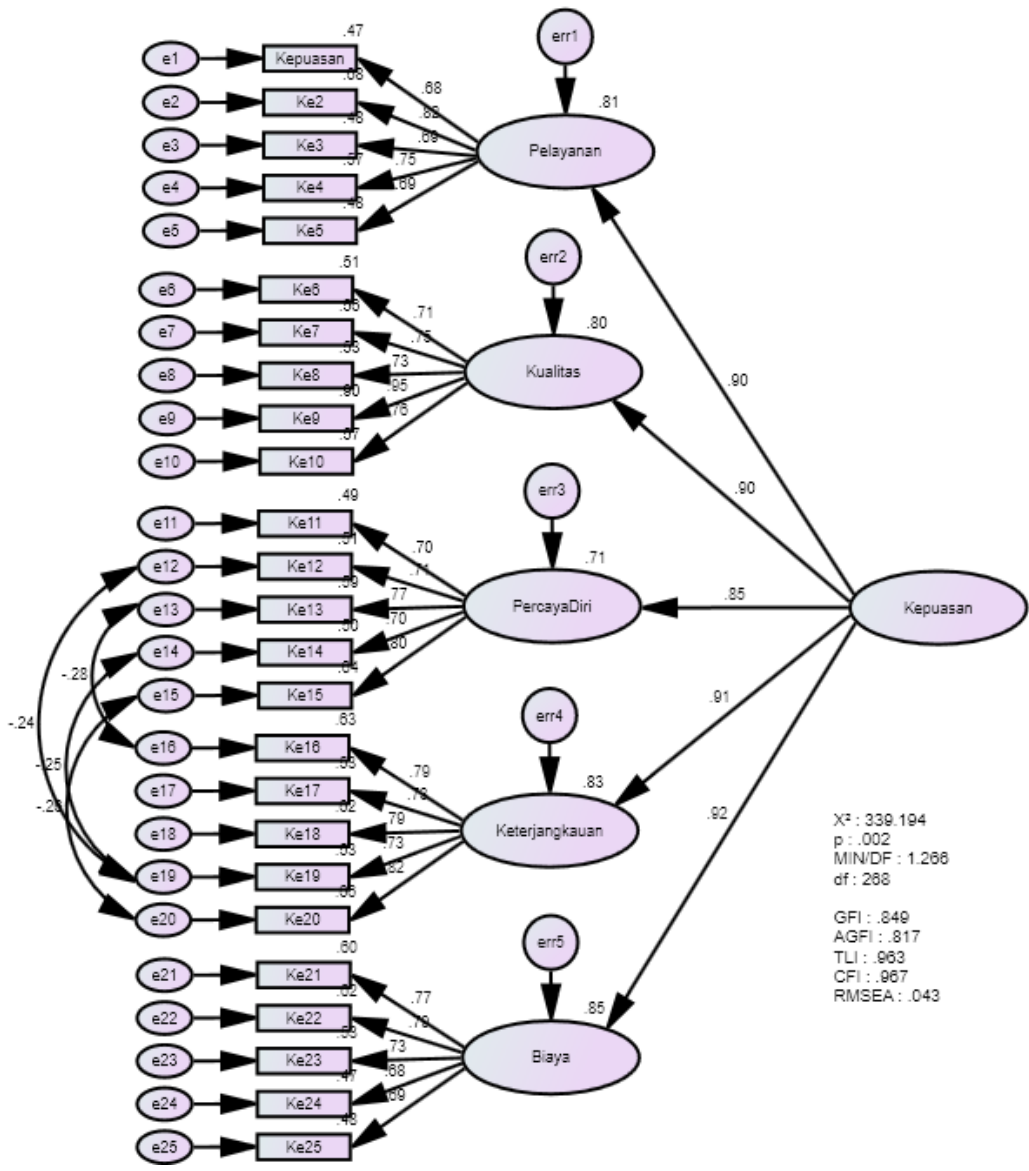
ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3.169	2.868	3.527	2.881

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Saturated model	4.545	4.545	4.545	2.902
Independence model	17.471	16.394	18.600	17.345

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	237	244
Independence model	127	129



χ^2 : 339.194
 p: .002
 MIN/DF: 1.266
 df: 268

 GFI: .849
 AGFI: .817
 TLI: .963
 CFI: .967
 RMSEA: .043

Lampiran 5. Hipotesis

The model is recursive.

Sample size = 251

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

KuaLay5

KuaLay4

KuaLay3

KuaLay2

KuaLay1

Kep1

Kep2

Kep3

Kep4

Kep5

LingLa1

LingLa2

LingLa3

LingLa4

Loyal5

Loyal4

Loyal3

Loyal2

Loyal1

Unobserved, endogenous variables

Kepuasan

Loyalitas

Unobserved, exogenous variables

e5

e4

e3

e2

e1

e6

e7

e8

e9

e10

KualLay

e11

e12

e13

e14

LingLat

e16

e17

e18

e19

e20

err1

err2

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 44

Number of observed variables: 19

Number of unobserved variables: 25

Number of exogenous variables: 23

Number of endogenous variables: 21

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	25	0	0	0	0	25
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	20	7	23	0	0	50
Total	45	7	23	0	0	75

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Loyal1	5.000	18.000	-.433	-2.802	-.618	-2.000
Loyal2	5.000	17.000	-.722	-4.673	-.573	-1.853
Loyal3	5.000	20.000	-.627	-4.054	-.522	-1.688
Loyal4	5.000	20.000	-.599	-3.873	-.360	-1.163
Loyal5	5.000	18.000	-.554	-3.582	-.625	-2.021
LingLa4	5.000	18.000	-.931	-6.022	.187	.605
LingLa3	5.000	18.000	-.645	-4.173	-.047	-.153
LingLa2	5.000	19.000	-.729	-4.717	-.073	-.236
LingLa1	5.000	19.000	-.435	-2.816	-.354	-1.146
Kep5	5.000	17.000	-.876	-5.665	-.109	-.354
Kep4	5.000	18.000	-.726	-4.695	-.268	-.868
Kep3	5.000	18.000	-.616	-3.985	-.333	-1.076
Kep2	5.000	19.000	-.278	-1.798	-.649	-2.100
Kep1	5.000	18.000	-.458	-2.960	-.433	-1.400
KuaLay1	5.000	19.000	-.285	-1.845	-.559	-1.809

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KuaLay2	5.000	18.000	-.387	-2.500	-.906	-2.929
KuaLay3	5.000	19.000	-.762	-4.930	-.022	-.072
KuaLay4	5.000	18.000	-.767	-4.962	.032	.103
KuaLay5	5.000	20.000	-.544	-3.521	-.276	-.892
Multivariate					65.851	18.466

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
188	62.964	.000	.000
90	56.841	.000	.000
97	47.100	.000	.000
51	46.764	.000	.000
123	46.601	.000	.000
24	46.271	.000	.000
68	45.663	.001	.000
223	45.405	.001	.000
18	43.061	.001	.000
239	42.981	.001	.000
61	42.959	.001	.000
60	42.660	.001	.000
126	41.523	.002	.000
228	40.538	.003	.000
20	40.241	.003	.000
40	38.176	.006	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
98	36.371	.010	.000
93	35.793	.011	.000
218	34.394	.017	.000
241	34.385	.017	.000
232	33.643	.020	.000
108	33.139	.023	.000
118	32.996	.024	.000
46	32.865	.025	.000
48	32.737	.026	.000
161	32.404	.028	.000
103	31.409	.036	.000
55	30.934	.041	.000
58	30.710	.043	.000
139	30.286	.048	.000
220	29.970	.052	.000
112	29.637	.057	.000
88	29.054	.065	.000
44	28.964	.067	.000
12	28.688	.071	.000
115	28.647	.072	.000
113	28.482	.075	.000
182	28.214	.079	.000
193	27.536	.093	.001
129	27.535	.093	.001
186	27.438	.095	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
192	27.151	.101	.001
150	26.650	.113	.004
86	26.322	.121	.008
248	26.224	.124	.007
92	26.206	.125	.005
140	25.682	.139	.021
63	25.626	.141	.017
189	25.355	.149	.028
79	25.141	.156	.039
215	24.921	.163	.055
120	24.915	.163	.040
183	24.900	.164	.029
163	24.851	.166	.024
176	24.843	.166	.017
147	24.674	.172	.021
30	24.405	.181	.038
151	24.254	.187	.045
145	24.050	.194	.063
31	23.819	.203	.093
65	23.809	.204	.072
99	23.753	.206	.064
27	23.728	.207	.052
216	23.714	.207	.040
148	23.625	.211	.039
23	23.518	.215	.041

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
153	23.196	.229	.088
19	23.183	.229	.070
39	22.834	.245	.150
235	22.717	.250	.163
13	22.679	.252	.144
83	22.628	.254	.132
125	22.590	.256	.117
5	22.474	.261	.128
45	22.387	.265	.131
89	22.310	.269	.129
85	22.149	.277	.162
208	22.052	.282	.170
152	21.891	.290	.210
37	21.783	.295	.226
234	21.692	.300	.234
34	21.571	.306	.260
227	21.570	.306	.218
219	21.447	.313	.245
237	21.429	.314	.215
109	21.409	.315	.187
50	21.365	.317	.173
16	21.009	.336	.338
117	21.005	.337	.293
245	20.931	.341	.295
59	20.903	.342	.268

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
66	20.873	.344	.244
159	20.711	.353	.302
211	20.655	.356	.293
9	20.627	.358	.267
77	20.155	.385	.561
149	19.838	.404	.739
10	19.539	.423	.865
131	19.169	.446	.957
155	19.030	.455	.969

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 190
Number of distinct parameters to be estimated: 50
Degrees of freedom (190 - 50): 140

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 164.922
Degrees of freedom = 140
Probability level = .074

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kepuasan <--- KualLay	.412	.073	5.609	***	par_17
Kepuasan <--- LingLat	.336	.073	4.593	***	par_18
Loyalitas <--- Kepuasan	.269	.082	3.294	***	par_16
Loyalitas <--- KualLay	.518	.087	5.970	***	par_19
Loyalitas <--- LingLat	.288	.081	3.558	***	par_20

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kep5	<---	Kepuasan	1.014	.058	17.484	***	par_1
Kep4	<---	Kepuasan	1.105	.061	18.052	***	par_2
Kep3	<---	Kepuasan	.919	.072	12.679	***	par_3
Kep2	<---	Kepuasan	1.065	.073	14.578	***	par_4
Kep1	<---	Kepuasan	1.000				
KuaLay5	<---	KuaLay	1.045	.091	11.501	***	par_5
KuaLay4	<---	KuaLay	1.114	.081	13.794	***	par_6
KuaLay3	<---	KuaLay	1.065	.081	13.076	***	par_7
KuaLay2	<---	KuaLay	1.077	.074	14.608	***	par_8
KuaLay1	<---	KuaLay	1.000				
LingLa4	<---	LingLat	1.195	.081	14.734	***	par_9
LingLa3	<---	LingLat	1.117	.080	14.021	***	par_10
LingLa2	<---	LingLat	1.107	.068	16.200	***	par_11
LingLa1	<---	LingLat	1.000				
Loyal1	<---	Loyalitas	.832	.059	14.174	***	par_12
Loyal2	<---	Loyalitas	.952	.051	18.627	***	par_13
Loyal3	<---	Loyalitas	1.049	.053	19.746	***	par_14
Loyal4	<---	Loyalitas	1.059	.052	20.526	***	par_15
Loyal5	<---	Loyalitas	1.000				

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	
Kepuasan	<---	KuaLay	.410
Kepuasan	<---	LingLat	.321
Loyalitas	<---	Kepuasan	.231

		Estimate
Loyalitas	<--- KualLay	.443
Loyalitas	<--- LingLat	.236
Kep5	<--- Kepuasan	.910
Kep4	<--- Kepuasan	.933
Kep3	<--- Kepuasan	.761
Kep2	<--- Kepuasan	.819
Kep1	<--- Kepuasan	.836
KuaLay5	<--- KualLay	.766
KuaLay4	<--- KualLay	.901
KuaLay3	<--- KualLay	.856
KuaLay2	<--- KualLay	.814
KuaLay1	<--- KualLay	.764
LingLa4	<--- LingLat	.950
LingLa3	<--- LingLat	.898
LingLa2	<--- LingLat	.881
LingLa1	<--- LingLat	.757
Loyal1	<--- Loyalitas	.770
Loyal2	<--- Loyalitas	.876
Loyal3	<--- Loyalitas	.899
Loyal4	<--- Loyalitas	.911
Loyal5	<--- Loyalitas	.894

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KualLay	7.282	1.144	6.364	***	par_28

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
LingLat	6.703	1.056	6.349	***	par_29
err1	5.637	.779	7.238	***	par_30
err2	6.175	.784	7.877	***	par_31
e5	5.621	.626	8.985	***	par_32
e4	2.089	.334	6.246	***	par_33
e3	3.020	.392	7.709	***	par_34
e2	4.305	.516	8.338	***	par_35
e1	5.188	.588	8.829	***	par_36
e6	3.162	.355	8.895	***	par_37
e7	4.096	.458	8.937	***	par_38
e8	4.516	.524	8.621	***	par_39
e9	1.333	.234	5.705	***	par_40
e10	1.570	.221	7.113	***	par_41
e11	4.994	.539	9.265	***	par_42
e12	2.364	.302	7.818	***	par_43
e13	2.007	.274	7.321	***	par_44
e14	1.035	.240	4.312	***	par_45
e16	2.488	.314	7.937	***	par_46
e17	2.285	.310	7.382	***	par_47
e18	2.611	.343	7.612	***	par_48
e19	2.739	.334	8.203	***	par_49
e20	4.724	.534	8.848	***	par_50

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

Estimate

	Estimate
Kepuasan	.235
Loyalitas	.380
Loyal1	.594
Loyal2	.767
Loyal3	.808
Loyal4	.830
Loyal5	.800
LingLa4	.902
LingLa3	.807
LingLa2	.777
LingLa1	.573
Kep5	.828
Kep4	.871
Kep3	.579
Kep2	.671
Kep1	.700
KuaLay1	.584
KuaLay2	.662
KuaLay3	.732
KuaLay4	.812
KuaLay5	.586

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.336	.412	.000	.000

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Loyalitas	.378	.629	.269	.000
Loyal1	.314	.523	.223	.832
Loyal2	.359	.598	.256	.952
Loyal3	.396	.660	.282	1.049
Loyal4	.400	.666	.284	1.059
Loyal5	.378	.629	.269	1.000
LingLa4	1.195	.000	.000	.000
LingLa3	1.117	.000	.000	.000
LingLa2	1.107	.000	.000	.000
LingLa1	1.000	.000	.000	.000
Kep5	.341	.418	1.014	.000
Kep4	.371	.456	1.105	.000
Kep3	.309	.379	.919	.000
Kep2	.358	.439	1.065	.000
Kep1	.336	.412	1.000	.000
KuaLay1	.000	1.000	.000	.000
KuaLay2	.000	1.077	.000	.000
KuaLay3	.000	1.065	.000	.000
KuaLay4	.000	1.114	.000	.000
KuaLay5	.000	1.045	.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.321	.410	.000	.000
Loyalitas	.310	.538	.231	.000

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Loyal1	.239	.414	.178	.770
Loyal2	.271	.471	.202	.876
Loyal3	.279	.483	.208	.899
Loyal4	.282	.490	.210	.911
Loyal5	.277	.481	.207	.894
LingLa4	.950	.000	.000	.000
LingLa3	.898	.000	.000	.000
LingLa2	.881	.000	.000	.000
LingLa1	.757	.000	.000	.000
Kep5	.292	.373	.910	.000
Kep4	.299	.382	.933	.000
Kep3	.244	.312	.761	.000
Kep2	.263	.336	.819	.000
Kep1	.268	.343	.836	.000
KuaLay1	.000	.764	.000	.000
KuaLay2	.000	.814	.000	.000
KuaLay3	.000	.856	.000	.000
KuaLay4	.000	.901	.000	.000
KuaLay5	.000	.766	.000	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.336	.412	.000	.000
Loyalitas	.288	.518	.269	.000
Loyal1	.000	.000	.000	.832

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Loyal2	.000	.000	.000	.952
Loyal3	.000	.000	.000	1.049
Loyal4	.000	.000	.000	1.059
Loyal5	.000	.000	.000	1.000
LingLa4	1.195	.000	.000	.000
LingLa3	1.117	.000	.000	.000
LingLa2	1.107	.000	.000	.000
LingLa1	1.000	.000	.000	.000
Kep5	.000	.000	1.014	.000
Kep4	.000	.000	1.105	.000
Kep3	.000	.000	.919	.000
Kep2	.000	.000	1.065	.000
Kep1	.000	.000	1.000	.000
KuaLay1	.000	1.000	.000	.000
KuaLay2	.000	1.077	.000	.000
KuaLay3	.000	1.065	.000	.000
KuaLay4	.000	1.114	.000	.000
KuaLay5	.000	1.045	.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.321	.410	.000	.000
Loyalitas	.236	.443	.231	.000
Loyal1	.000	.000	.000	.770
Loyal2	.000	.000	.000	.876

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Loyal3	.000	.000	.000	.899
Loyal4	.000	.000	.000	.911
Loyal5	.000	.000	.000	.894
LingLa4	.950	.000	.000	.000
LingLa3	.898	.000	.000	.000
LingLa2	.881	.000	.000	.000
LingLa1	.757	.000	.000	.000
Kep5	.000	.000	.910	.000
Kep4	.000	.000	.933	.000
Kep3	.000	.000	.761	.000
Kep2	.000	.000	.819	.000
Kep1	.000	.000	.836	.000
KuaLay1	.000	.764	.000	.000
KuaLay2	.000	.814	.000	.000
KuaLay3	.000	.856	.000	.000
KuaLay4	.000	.901	.000	.000
KuaLay5	.000	.766	.000	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.000	.000	.000	.000
Loyalitas	.090	.111	.000	.000
Loyal1	.314	.523	.223	.000
Loyal2	.359	.598	.256	.000
Loyal3	.396	.660	.282	.000

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Loyal4	.400	.666	.284	.000
Loyal5	.378	.629	.269	.000
LingLa4	.000	.000	.000	.000
LingLa3	.000	.000	.000	.000
LingLa2	.000	.000	.000	.000
LingLa1	.000	.000	.000	.000
Kep5	.341	.418	.000	.000
Kep4	.371	.456	.000	.000
Kep3	.309	.379	.000	.000
Kep2	.358	.439	.000	.000
Kep1	.336	.412	.000	.000
KuaLay1	.000	.000	.000	.000
KuaLay2	.000	.000	.000	.000
KuaLay3	.000	.000	.000	.000
KuaLay4	.000	.000	.000	.000
KuaLay5	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.000	.000	.000	.000
Loyalitas	.074	.095	.000	.000
Loyal1	.239	.414	.178	.000
Loyal2	.271	.471	.202	.000
Loyal3	.279	.483	.208	.000
Loyal4	.282	.490	.210	.000

	LingLat	KualLay	Kepuasan	Loyalitas
Loyal5	.277	.481	.207	.000
LingLa4	.000	.000	.000	.000
LingLa3	.000	.000	.000	.000
LingLa2	.000	.000	.000	.000
LingLa1	.000	.000	.000	.000
Kep5	.292	.373	.000	.000
Kep4	.299	.382	.000	.000
Kep3	.244	.312	.000	.000
Kep2	.263	.336	.000	.000
Kep1	.268	.343	.000	.000
KuaLay1	.000	.000	.000	.000
KuaLay2	.000	.000	.000	.000
KuaLay3	.000	.000	.000	.000
KuaLay4	.000	.000	.000	.000
KuaLay5	.000	.000	.000	.000

Modification Indices (Group number 1 - Default model)

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		M.I.	Par Change
Loyal1	<--- LingLat	14.181	.226
Loyal1	<--- LingLa4	13.425	.170
Loyal1	<--- LingLa3	12.557	.167
Loyal1	<--- LingLa2	13.275	.170
Loyal1	<--- LingLa1	5.730	.106
Loyal4	<--- LingLat	5.860	-.115

			M.I.	Par Change
Loyal4	<---	LingLa4	5.232	-.084
Loyal4	<---	LingLa3	5.485	-.087
Loyal4	<---	LingLa2	5.757	-.089
LingLa4	<---	Loyal3	4.215	-.055
Kep5	<---	LingLa1	6.994	-.077
Kep2	<---	Loyalitas	7.794	.128
Kep2	<---	Loyal2	8.837	.122
Kep2	<---	Loyal4	7.512	.105
Kep2	<---	Loyal5	9.442	.123
KuaLay1	<---	Loyal1	6.758	.118
KuaLay1	<---	Loyal2	4.833	.099

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	50	164.922	140	.074	1.178
Saturated model	190	.000	0		
Independence model	19	3586.335	171	.000	20.973

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.527	.927	.901	.683
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	4.643	.241	.156	.217

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.954	.944	.993	.991	.993
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.819	.781	.813
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	24.922	.000	61.142
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	3415.335	3224.273	3613.705

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.782	.118	.000	.290
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	16.997	16.186	15.281	17.127

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.029	.000	.045	.985
Independence model	.308	.299	.316	.000

AIC

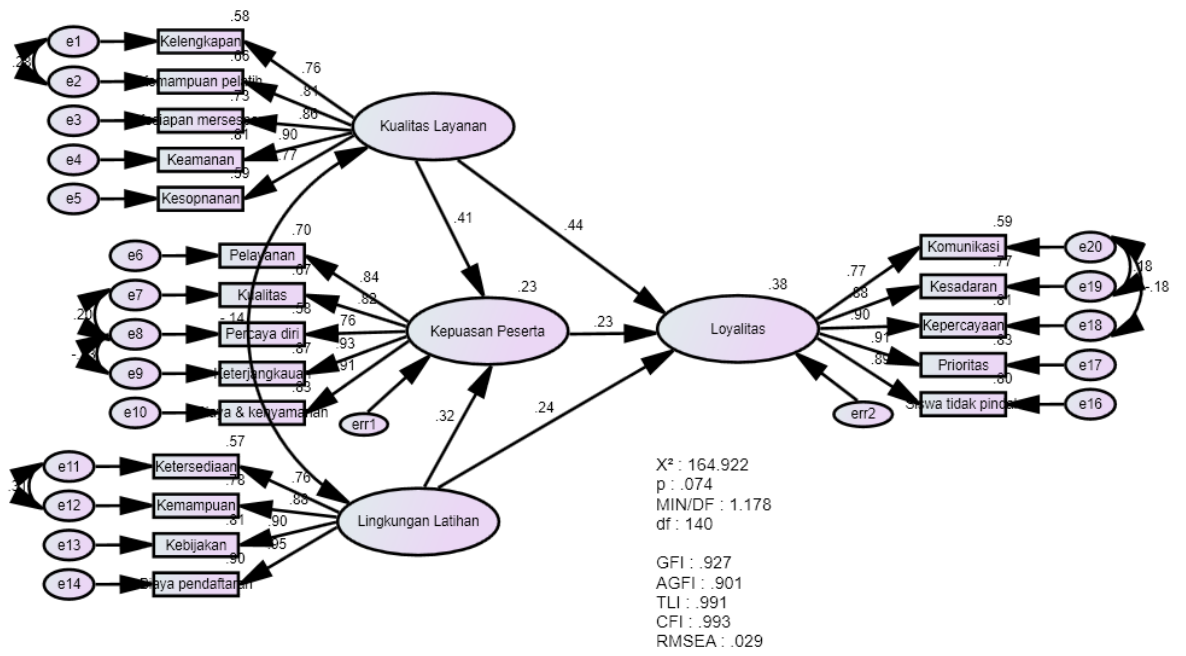
Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	264.922	256.661	441.195	491.195
Saturated model	380.000	348.609	1049.836	1239.836
Independence model	3624.335	3621.196	3691.319	3710.319

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.256	1.137	1.427	1.216
Saturated model	1.801	1.801	1.801	1.652
Independence model	17.177	16.271	18.117	17.162

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	255	272
Independence model	51	52



Lampiran 6. Izin Penelitian

SURAT IZIN PENELITIAN

<https://admin.eservice.uny.ac.id/surat-izin/cetak-penelitian/dw1>



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
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 : B/259/UN34.16/PT.01.04/2023

19 Oktober 2023

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : **Izin Penelitian**

Yth . **Pengurus SSB Batu Retno, Lapangan Wiyoro Bangun Tapan Bantul, Bantul 55197**

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

Nama : Tri Fandes Purba
NIM : 22632251007
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis
Judul Tugas Akhir : Analisis Kualitas Layanan dan Lingkungan Latihan Terhadap Loyalitas Melalui Mediator Kepuasan di Sekolah Sepak Bola DIY
Waktu Penelitian : 16 Oktober - 16 November 2023

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.



Dekan,
Prof. Dr. Ahmad Nasrulloh, S.Or., M.Or.
NIP 19830626 200812 1 002

Tembusan :
1. Kepala Layanan Administrasi;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



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

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 : B/1070/UN34.16/PT.01.04/2024

7 Maret 2024

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : **Izin Penelitian**

Yth . **Direktur Utama Mataram Utama,
JL Kenari 5, Semaki, Umbul Harjo, Yogyakarta, 55166, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota
Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165.**

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

Nama : Tri Fandes Purba
NIM : 22632251007
Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga - S2
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tesis
Judul Tugas Akhir : ANALISIS EFEK KUALITAS LAYANAN DAN LINGKUNGAN LATIHAN
TERHADAP LOYALITAS PESERTA SEKOLAH SEPAK BOLA DIY MELALUI
MEDIATOR KEPUASAN
Waktu Penelitian : 7 - 21 Maret 2024

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.



Prof. Dr. Ahmad Nasrulloh, S.Or., M.Or.
NIP 19830626 200812 1 002

Tembusan :

1. Kepala Layanan Administrasi;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Lampiran 7. Surat Balasan



SEKOLAH SEPAK BOLA BATURETNO

Komplek Ruko Lapangan Wiyoro No 17
Baturetno Banguntapan Bantul CP : 085640090580



Nomor: 70 /BTR/XI/2023

Bantul, 17 November 2023

Lamp. : -

Hal : Laporan Pengambilan Data untuk Tesis

Kepada :

Yth. Bapak Dekan FIKK Universitas Negeri Yogyakarta

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Jaka Suyana

Jabatan : Direktur SSB Baturetno

Menerangkan bahwa :

Nama Lengkap : Tri Fandes Purba

NIM : 22632251007

Program Studi : Pendidikan Kepelatihan Olahraga — S2

Judul : Analisis Efek Kualitas Layanan dan Lingkungan
Latihan Terhadap Loyalitas Peserta Sekolah Sepak
Bola DIY Melalui Mediator Kepuasan

Waktu Penelitian : 16 Oktober – 16 November 2023

Sejak tanggal dikeluarkannya surat keterangan ini yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan pengambilan data di SSB Baturetno guna menyelesaikan Tesis.

Demikian, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



Lampiran 8. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN TESIS



Disusun Oleh :

Tri Fandes Purba

NIM. 22632251007

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN KEPELATIHAN OLAHRAGA
PROGRAM MAGISTER FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN
KESEHATAN**

Kuisisioner Kualitas Layanan

Kualitas Layanan					
No	Pernyataan	STS	TS	S	ST
1	Saya merasa puas dengan kelengkapan dan kondisi fasilitas SSB yang mendukung proses latihan.				
2	Saya sangat senang dengan kemampuan pelatih dalam memberikan materi latihan				
3	Saya sangat respek dengan determinasi manajemen kepada peserta SSB yang sedang berlatih				
4	Saya sangat senang dengan keamanan dan Ketentraman di SSB				
5	Saya merasa nyaman dengan kesopanan dan keramahan di SBB				
6	Saya merasa puas dengan dengan responsifitas dan kecepatan pelayanan di SBB				
7	Saya senang dengan keramahan dan sikap ramah dari staf SSB				
8	Saya merasa layanan pelatihan yang diberikan sangat profesional dan berkualitas				
9	Saya merasa terdengar dan didengarkan dengan baik ketika memberikan masukan atau keluhan				
10	Saya puas dengan tingkat komunikasi				

	yang jelas dan transparan dari pihak sekolah				
11	Saya merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik oleh semua anggota tim pelatih				
12	Saya senang dengan fleksibilitas dan kebijakan yang memudahkan partisipasi saya dalam program latihan				
13	Saya merasa mendapatkan dukungan dan bimbingan yang baik dalam mengembangkan kemampuan sepak bola saya				
14	Saya puas dengan fasilitas dan peralatan yang disediakan untuk kegiatan latihan				
15	Saya merasa terbantu dengan adanya program pengembangan diri di luar lapangan sepak bola				
16	Saya merasa aman dan terlindungi selama berada di sekolah sepak bola ini				
17	Saya senang dengan sistem evaluasi dan umpan balik yang diberikan untuk meningkatkan performa saya				
18	Saya merasa terlibat dalam pengambilan keputusan dan perencanaan kegiatan di sekolah ini				
19	Saya puas dengan tingkat kebersihan dan pemeliharaan fasilitas di sekolah sepak bola				

20	Saya senang dengan adanya program penghargaan dan pengakuan atas prestasi yang telah diraih				
21	Saya merasa senang dengan adanya program pembinaan mental dan psikologis dalam latihan				
22	Saya merasa terbantu dengan adanya akses dan informasi yang mudah terkait jadwal dan aktivitas sekolah				
23	Saya senang dengan kualitas dan variasi program latihan yang ditawarkan oleh sekolah				
24	Saya merasa mendapatkan pelayanan yang responsif dan efisien saat mengajukan pertanyaan atau permintaan				
25	Saya merasa dihargai sebagai individu dengan kebutuhan dan kemampuan yang berbeda				
26	Saya senang dengan adanya program pengembangan tim dan kesempatan untuk berkolaborasi				
27	Saya puas dengan tingkat keamanan dan pengawasan yang dijaga di area latihan dan sekitarnya				
28	Saya merasa senang dengan kerja sama dan koordinasi yang baik antara sekolah dan orang tua				
29	Saya merasa terbantu dengan adanya				

	dukungan dan sumber daya tambahan seperti fisioterapi atau nutrisi				
30	Saya puas dengan tingkat organisasi dan profesionalisme dalam menjalankan semua aspek sekolah sepak bola				

Kuisisioner Loyalitas

Loyalitas					
No	Pernyataan	STS	TS	S	ST
1	Saya senang dengan komunikasi dan penghargaan yang baik dari SSB ke peserta latihan				
2	Saya sangat senang dengan prioritas peserta dan efisiensi kualitas layanan di SSB				
3	Saya sangat senang dengan pengayoman dari manajemen ke peserta yang latihan di SSB				
4	Saya sangat senang dengan informasi tentang pembayaran dan memanfaatkan layananan SSB				
5	Saya tidak pernah pindah latihan ke SSB lain				
6	Saya selalu setia dan loyal terhadap sekolah sepak bola ini				
7	Saya bangga menjadi bagian dari tim sepak bola sekolah ini				

8	Saya selalu mendukung dan berjuang bersama tim dalam setiap pertandingan				
9	Saya merasa memiliki komitmen yang kuat terhadap sekolah sepak bola ini				
10	Saya selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk SSB ini				
11	Saya selalu menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan integritas di sekolah ini				
12	Saya setia dalam menjalankan aturan dan tata tertib sekolah sepak bola				
13	Saya selalu berusaha membangun semangat solidaritas antara sesama pemain				
14	Saya siap mengorbankan waktu dan usaha ekstra untuk kepentingan tim				
15	Saya selalu menghormati dan menghargai pelatih serta staf pengajar sekolah				
16	Saya selalu berusaha memperlihatkan sikap sportifitas dalam setiap pertandingan				
17	Saya tidak akan mudah tergoda untuk meninggalkan sekolah ini demi keuntungan pribadi				
18	Saya selalu berusaha menjaga nama baik sekolah ini di mata publik				
19	Saya bersedia memberikan saran dan kritik yang membangun untuk kemajuan sekolah				

20	Saya selalu menghormati dan mendukung keputusan yang diambil oleh pengurus sekolah				
21	Saya siap bekerja sama dengan pemain lain untuk mencapai tujuan tim				
22	Saya tidak akan tergoda untuk berpindah ke sekolah sepak bola lain hanya karena godaan materi				
23	Saya selalu berusaha menjadi contoh yang baik bagi pemain-pemain muda di sekolah ini				
24	Saya berkomitmen untuk terus berlatih dan mengembangkan diri di sekolah ini				
25	Saya tidak akan melupakan kontribusi dan pengalaman berharga yang saya dapatkan dari sekolah ini				
26	Saya selalu berusaha menjaga hubungan yang baik dengan sesama pemain dan pelatih				
27	Saya siap mendukung acara dan kegiatan sekolah sepak bola dengan sepenuh hati				
28	Saya bersedia menghadapi tantangan dan rintangan dalam perjalanan bersama tim				
29	Saya selalu berusaha memperlihatkan rasa bangga menjadi bagian dari sekolah ini				
30	Saya tidak akan meninggalkan sekolah ini hanya karena hasil pertandingan yang				

	buruk				
--	-------	--	--	--	--

Kuisisioner Lingkungan Latihan

Lingkungan Latihan					
No	Pernyataan	STS	TS	S	ST
1	Saya merasa semangat dan termotivasi saat berlatih di sekolah sepak bola				
2	Saya senang dengan fasilitas latihan yang lengkap dan modern di sekolah sepak bola				
3	Saya merasa aman dan terlindungi di lingkungan latihan sekolah sepak bola.				
4	Saya bangga dengan kebersihan dan kelestarian lingkungan di sekolah sepak bola.				
5	Saya merasa didukung dan dihargai oleh anggota tim lainnya di lingkungan latihan tersebut				
6	Saya sangat terbantu dengan pelatih yang berpengalaman dan berdedikasi di sekolah sepak bola				
7	Saya belajar mengembangkan keterampilan sosial seperti kerjasama dan komunikasi dalam tim				
8	Saya merasa terinspirasi untuk menjaga kesehatan dan kebugaran di lingkungan latihan ini				

9	Saya senang dengan keragaman budaya di sekolah sepak bola, bertemu teman-teman dari berbagai latar belakang				
10	Saya bangga menjadi bagian dari sekolah sepak bola yang peduli dengan lingkungan dan keberlanjutan				
11	Saya merasa puas dengan jadwal latihan yang teratur dan disiplin di sekolah sepak bola				
12	Saya merasa termotivasi untuk mencapai tujuan pribadi dan tim dalam lingkungan latihan ini				
13	Saya senang dengan suasana positif dan kompetitif di sekolah sepak bola				
14	Saya merasa diberikan kesempatan untuk berkembang dan mengeksplorasi potensi sepak bola saya				
15	Saya bangga dengan standar profesionalitas yang diterapkan di lingkungan latihan ini				
16	Saya merasa dihargai dan didukung dalam menghadapi tantangan dan rintangan dalam latihan				
17	Saya senang dengan upaya sekolah sepak bola dalam mendukung pemulihan lingkungan				
18	Saya merasa termotivasi untuk mengaplikasikan pengetahuan lingkungan				

	dalam kehidupan sehari-hari				
19	Saya senang dengan program pengelolaan limbah yang efektif di lingkungan latihan				
20	Saya bangga dengan partisipasi sekolah sepak bola dalam kegiatan pelestarian alam				
21	Saya merasa diberikan kesadaran tentang pentingnya menjaga lingkungan melalui latihan ini				
22	Saya senang dengan upaya sekolah sepak bola dalam mengurangi jejak karbon				
23	Saya merasa terlibat dalam kampanye kesadaran lingkungan yang diselenggarakan oleh sekolah sepak bola				
24	Saya bangga menjadi bagian dari komunitas sepak bola yang peduli dengan lingkungan				
25	Saya merasa optimis bahwa latihan di sekolah sepak bola akan membantu saya menjadi pemain sepak bola yang bertanggung jawab terhadap lingkungan				

Kuisisioner Kepuasan

Kepuasan					
No	Pernyataan	STS	TS	S	ST
1	Saya sangat puas dengan pelatih yang				

	mengajar di SSB ini				
2	Saya sangat puas dengan pelatih yang mengajar di SSB ini				
3	Saya merasa terbantu dengan fasilitas yang disediakan sekolah				
4	Saya senang bisa bermain sepak bola bersama teman-teman saya				
5	Saya merasa semakin berkembang dalam kemampuan sepak bola				
6	Saya senang dengan suasana kekeluargaan di sekolah sepak bola				
7	Saya sangat senang dengan prestasi yang telah diraih sekolah ini				
8	Saya merasa bangga menjadi bagian dari tim sepak bola sekolah				
9	Saya puas dengan program latihan yang beragam dan menantang				
10	Saya merasa dihargai dan didukung oleh pelatih dan staf sekolah				
11	Saya merasa nyaman dengan lingkungan sekolah sepak bola				
12	Saya sangat puas dengan pengelolaan acara dan turnamen sekolah				
13	Saya senang dapat mengikuti kegiatan sosial yang diadakan sekolah				
14	Saya merasa mendapatkan dukungan positif dari orang tua saya				

15	Saya senang memiliki kesempatan untuk berkompetisi dengan klub lain				
16	Saya merasa semakin percaya diri dalam bermain sepak bola				
17	Saya senang dengan program pembinaan karakter yang ada di sekolah				
18	Saya puas dengan tingkat komunikasi antara pelatih dan pemain				
19	Saya merasa senang dengan adanya kesempatan mendapatkan beasiswa				
20	Saya sangat puas dengan kualitas sarana dan peralatan latihan				
21	Saya merasa mendapatkan kesempatan yang adil dalam bermain				
22	Saya senang dengan tingkat keselamatan dan keamanan yang dijaga				
23	Saya puas dengan pola latihan yang sesuai dengan perkembangan saya				
24	Saya merasa terinspirasi oleh para pemain senior di sekolah ini				
25	Saya sangat senang dengan perhatian yang diberikan kepada setiap individu				

Lampiran 9. Foto Penelitian

