

DA

**Pengaruh Kepuasan Atas *Physical Evidence* Terhadap
Niat Sewa Ulang di OBC Sports Center ↙**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:

Tidi Ajrur Hasya

6031901158

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

*The Effect of Satisfaction with Physical Evidence on
Repurchase Intentions at OBC Sports Center* ↙



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By

Tidi Ajrur Hasya

6031901158

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by National Accreditation Agency

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh Kepuasan Atas *Physical Evidence* Terhadap Niat Sewa
Ulang di OBC Sports Center**

Oleh:

Tidi Ajrur Hasya
6031901158

Bandung, Juli 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, SE., MM., CMA., CPM.

Pembimbing Skripsi,

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs. M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Tidi Ajrur Hasya
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 2 Oktober 2000
NPM : 6031901158
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Kepuasan Atas *Physical Evidence* Terhadap Niat Sewa Ulang di OBC Sports Center

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Agus Hasan Pura Anggawidjaja.,
Drs., M.Si.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan seleyaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 31 Juli 2023

Pembuat pernyataan : Tidi Ajrur Hasya



(Tidi Ajrur Hasya.)

ABSTRAK

Olahraga merupakan aktivitas gerak badan untuk menguatkan dan menyehatkan tubuh. Olahraga merupakan kebutuhan hidup yang sifatnya periodik artinya olahraga sebagai alat untuk memelihara dan membina kesehatan, tidak dapat ditinggalkan, artinya harus selalu diulang dan diulang. Selain meningkatkan kesehatan, olahraga pun dapat dilakukan sebagai suatu aktivitas rekreasi untuk bermain dan bersosialisasi bersama orang lain, atau juga sebagai hiburan untuk diri sendiri. Aktivitas olahraga dapat dilakukan di berbagai macam tempat, tergantung dengan kegiatan olahraga apa yang akan dilakukan. Suatu kegiatan olahraga yang memerlukan ruang terbuka olahraga seperti lapangan atau gym ini dapat menjadi peluang bisnis, yaitu dengan menyewakan tempat atau peralatan yang dimiliki kepada konsumen. Contoh dari tempat sarana yang menyewakan tempat untuk berolahraga yang ada di Kota Bandung adalah OBC Sports Center. Akan tetapi, terdapat beberapa masalah di OBC Sports Center terkait kepuasan atas *physical evidence* yang menyebabkan konsumen memiliki niat untuk menyewa ulang yang rendah.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana *physical evidence* di OBC Sports Center, mengetahui besarnya niat sewa ulang konsumen di OBC Sports Center, dan mengetahui pengaruh kepuasan atas *physical evidence* terhadap niat sewa ulang di OBC Sports Center.

Tipe penelitian ini adalah *applied research* untuk menawarkan sebuah solusi terhadap masalah yang terjadi pada objek penelitian, yaitu OBC Sports Center. Metode deskriptif digunakan penulis untuk mendapatkan data dan mengetahui gambaran dari fenomena tersebut. Penulis juga menggunakan metode *causal/explanatory* untuk menjelaskan hubungan pengaruh antar variabel kepuasan atas *physical evidence* (X) dan niat sewa ulang (Y). Penulis mengumpulkan data dengan angket, dimana responden penelitian berjumlah 100 orang dengan teknik *judgment sampling* dan kriteria sampel yang ditetapkan yaitu pernah menggunakan jasa sewa lapangan OBC Sports Center. Hasil dari angket tersebut kemudian penulis olah secara deskriptif dan kuantitatif.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menemukan bahwa kepuasan atas *physical evidence* mempengaruhi niat sewa ulang secara positif. Artinya, peningkatan kepuasan atas *physical evidence* akan meningkatkan niat sewa ulang dari konsumen. Oleh karena itu, kinerja *physical evidence* perlu ditingkatkan dan dipertahankan agar harapan konsumen tercapai dan merasa puas sehingga menyebabkan niat sewa ulang konsumen menjadi lebih tinggi.

Kata Kunci: Kepuasan Atas *Physical Evidence*, Niat Sewa Ulang

ABSTRACT

Sports are physical activities aimed at strengthening and improving the body's health. Sports are a periodic necessity, meaning it is used as a tool to maintain and enhance health and cannot be ignored, and must be repeated regularly. Besides improving health, sports can also be undertaken as a recreational activity to play and socialize with others or as a form of self-entertainment. The choice of sporting activities can be diverse, depending on the type of sport being pursued. Sports that require open spaces, such as fields or gyms, can present a business opportunity by renting out the facilities or equipment to consumers. An example of a facility that provides rental services for sports activities in the city of Bandung is OBC Sports Center; however, some issues at the OBC Sports Center concern consumer satisfaction with the physical evidence, leading to low intentions for repurchase intention.

This research aims to understand the physical evidence at OBC Sports Center, determine the level of consumer repurchase intention at OBC Sports Center, and investigate the influence of consumer satisfaction with the physical evidence on their repurchase intention at OBC Sports Center.

The type of research is applied research aimed at offering a solution to the issues occurring at the research object, which is OBC Sports Center. The author uses descriptive methods to gather data and obtain an overview of the phenomenon. Additionally, the causal/explanatory method is used to explain the relationship and influence between satisfaction with physical evidence (X) and the repurchase intention (Y). Data for the research is collected through a questionnaire, with 100 respondents using the judgment sampling technique, and the sample criteria are individuals who have previously used OBC Sports Center's rental services. The results obtained from the questionnaire are then analyzed both descriptively and quantitatively.

Based on the research findings, the author discovered that consumer satisfaction with the physical evidence positively influences their repurchase intention; this means that higher satisfaction with the physical evidence will lead to an increased repurchase intention from consumers. Therefore, the performance of the physical evidence needs to be improved and maintained to meet consumer expectations and ensure their satisfaction, ultimately leading to a higher repurchase intention.

Keywords: Consumer Satisfaction with Physical Evidence, Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat yang diberikan oleh-Nya, karena dengan rahmat-Nya penulis selaku penulis mampu menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Niat Sewa Ulang di OBC Sports Center” untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada mata kuliah Seminar Proposal Pemasaran dalam program studi Sarjana Manajemen, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam proposal penelitian ini, sehingga penulis akan menerima saran-saran dari berbagai pihak guna memperbaiki dan menyempurnakan karya ilmiah ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang membantu dalam proses penyusunan proposal penelitian ini, terutama Bapak Agus Hasan selaku dosen pembimbing, serta Ibu Teresia Debby sebagai dosen yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi di Universitas Katolik Parahyangan.

Demikian penyusunan skripsi ini, mohon maaf apabila masih terdapat kekurangan atau belum sempurna. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat kepada pembaca khalayak umum serta khususnya dalam bidang keilmuan manajemen pemasaran.

Bandung, 24 Juli 2023

Penulis,

Tidi Ajrur Hasya

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK..... | i |
| ABSTRACT..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis..... | 10 |
| 1.5.1 Kerangka Pemikiran..... | 10 |
| 1.5.2 Hipotesis Penelitian..... | 13 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA..... | 14 |
| 2.1 Marketing..... | 14 |
| 2.2 Marketing Management..... | 14 |
| 2.3 Marketing Mix..... | 15 |
| 2.4 Jasa..... | 16 |
| 2.5 Physical Evidence..... | 16 |
| 2.6 Niat Beli Ulang..... | 21 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN..... | 25 |
| 3.1 Metode Penelitian..... | 25 |
| 3.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 26 |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel..... | 27 |
| 3.5 Pengukuran Variabel..... | 30 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 31 |
| 3.6.1 Uji Validitas..... | 31 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas..... | 32 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 33 |
| 3.7.1 Uji Asumsi Klasik..... | 33 |
| 3.7.2 Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 34 |
| 3.8 Uji Hipotesis..... | 35 |
| 3.8.1 Uji Koefisien Determinasi..... | 35 |
| 3.8.2 Uji-T..... | 35 |
| 3.9 Objek Penelitian..... | 36 |
| 3.9.1 Profil Perusahaan..... | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 3.9.2 Profil Responden..... | 36 |
| BAB 4 HASIL PENELITIAN..... | 38 |
| 4.1 Analisis Variabel Kepuasan Atas Physical Evidence..... | 38 |
| 4.1.1 Dimensi Desain Interior (Lantai)..... | 38 |
| 4.1.2 Dimensi Pencahayaan..... | 39 |
| 4.1.3 Dimensi Atmosfer..... | 40 |
| 4.1.4 Dimensi Peralatan..... | 41 |
| 4.1.5 Dimensi Kebersihan..... | 44 |
| 4.1.6 Rata-rata Variabel Kepuasan Atas Physical Evidence..... | 45 |
| 4.2 Analisis Variabel Niat Sewa Ulang..... | 46 |
| 4.2.1 Dimensi Niat Transaksional..... | 46 |
| 4.2.2 Dimensi Niat Referensial..... | 46 |
| 4.2.3 Dimensi Niat Preferensial..... | 47 |
| 4.2.4 Rata-rata Variabel Niat Sewa Ulang..... | 49 |
| 4.3 Uji Asumsi Klasik..... | 49 |
| 4.3.1 Uji Normalitas..... | 49 |
| 4.3.2 Uji Heteroskedastisitas..... | 50 |
| 4.3.3 Uji Linieritas..... | 50 |
| 4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 51 |
| 4.4.1 Uji Koefisien Determinasi..... | 51 |
| 4.4.2 Uji-T..... | 51 |
| 4.5 Model Regresi Linear Sederhana..... | 52 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN..... | 53 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 53 |
| 5.2 Saran..... | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 56 |
| LAMPIRAN..... | 59 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabel 1.1 | Hasil Observasi Kondisi OBC Sports Center dan PASAGA... | 4 |
| Tabel 1.2 | Jawaban preferensi responden dalam memilih lapangan untuk disewa..... | 6 |
| Tabel 1.3 | Alasan-alasan yang disebutkan responden untuk menyewa lapangan..... | 7 |
| Tabel 2.1 | Jurnal Mapping Physical Evidence..... | 19 |
| Tabel 2.2 | Hasil Preliminary Research untuk Indikator di Physical Evidence..... | 20 |
| Tabel 2.3 | Jurnal Mapping Dimensi Niat Beli Ulang..... | 22 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Variabel..... | 27 |
| Tabel 3.2 | Interpretasi Jawaban Angket..... | 30 |
| Tabel 3.3 | Hasil Uji Validitas..... | 31 |
| Tabel 3.4 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 33 |
| Tabel 3.5 | Jenis Kelamin Responden..... | 36 |
| Tabel 3.6 | Menyukai untuk Melakukan Kegiatan Olahraga..... | 36 |
| Tabel 3.7 | Jumlah Hari dalam Seminggu untuk Berolahraga..... | 36 |
| Tabel 3.8 | Pernah menyewa lapangan di OBC Sports Center untuk melakukan kegiatan olahraga..... | 37 |
| Tabel 4.1 | Hasil Jawaban Item PE1..... | 38 |
| Tabel 4.2 | Hasil Jawaban Item PE2..... | 38 |
| Tabel 4.3 | Hasil Jawaban Item PE3..... | 39 |
| Tabel 4.4 | Hasil Jawaban Item PE4..... | 39 |
| Tabel 4.5 | Hasil Jawaban Item PE5..... | 40 |
| Tabel 4.6 | Hasil Jawaban Item PE6..... | 40 |
| Tabel 4.7 | Hasil Jawaban Item PE7..... | 41 |
| Tabel 4.8 | Hasil Jawaban Item PE8..... | 41 |

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 4.9 | Hasil Jawaban Item PE9..... | 42 |
| Tabel 4.10 | Hasil Jawaban Item PE10..... | 42 |
| Tabel 4.11 | Hasil Jawaban Item PE11..... | 43 |
| Tabel 4.12 | Hasil Jawaban Item PE12..... | 43 |
| Tabel 4.13 | Hasil Jawaban Item PE13..... | 44 |
| Tabel 4.14 | Hasil Jawaban Item PE14..... | 44 |
| Tabel 4.15 | Hasil Jawaban Item PE15..... | 44 |
| Tabel 4.16 | Rata-rata Variabel Kepuasan Atas Physical Evidence..... | 45 |
| Tabel 4.17 | Hasil Jawaban Item NSU1..... | 46 |
| Tabel 4.18 | Hasil Jawaban Item NSU2..... | 46 |
| Tabel 4.19 | Hasil Jawaban Item NSU3..... | 47 |
| Tabel 4.20 | Hasil Jawaban Item NSU4..... | 47 |
| Tabel 4.21 | Hasil Jawaban Item NSU5..... | 48 |
| Tabel 4.22 | Rata-rata Variabel Kepuasan Niat Sewa Ulang..... | 48 |
| Tabel 4.23 | Linieritas dari Kepuasan atas Physical Evidence ke Niat Sewa Ulang..... | 50 |
| Tabel 4.24 | Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 50 |
| Tabel 4.25 | Hasil Uji-T..... | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Tingkat Partisipasi Olahraga, 2004-2006, 2021-2022..... | 3 |
| Gambar 1.2 | Jumlah Pengunjung yang Menyewa pada 1 Mei - 31 Mei 2023..... | 6 |
| Gambar 1.3 | Jawaban Responden terhadap Niat Sewa Ulang di OBC Sports Center & PASAGA..... | 9 |
| Gambar 1.4 | Model Kerangka Konseptual..... | 13 |
| Gambar 4.1 | P-plot Uji Normalitas..... | 49 |
| Gambar 4.2 | Scatterplot Uji Heteroskedastisitas..... | 49 |
| Gambar 4.3 | Model Regresi Linear Sederhana..... | 51 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Olahraga berdasarkan KBBI merupakan aktivitas gerak badan untuk menguatkan dan menyehatkan tubuh. Budi & Supriadi (2021) sebagaimana dikutip dari Supiati, et al. (2021) menyatakan olahraga merupakan kebutuhan hidup yang sifatnya periodik artinya olahraga sebagai alat untuk memelihara dan membina kesehatan, tidak dapat ditinggalkan, artinya harus selalu diulang dan diulang. Olahraga tidak semata-mata dilakukan untuk mengisi waktu senggang ataupun hanya memanfaatkan fasilitas yang tersedia, namun lebih dari itu, bahwa ada empat dasar tujuan manusia melakukan olahraga sekarang ini yaitu: a) yang melakukan olahraga untuk rekreasi, b) tujuan pendidikan, c) mencapai tingkat kesegaran jasmani tertentu, dan d) mencapai sasaran tertentu. Mutohir, et al. (2022) dalam Laporan Nasional Sport Development Index Tahun 2022 menyatakan UU No. 11 Tahun 2022, tujuan olahraga bersifat majemuk yang mencakup kesehatan fisik dan psikis, karakter etos dan moral, ekonomi, sosial, budaya, dan martabat bangsa.

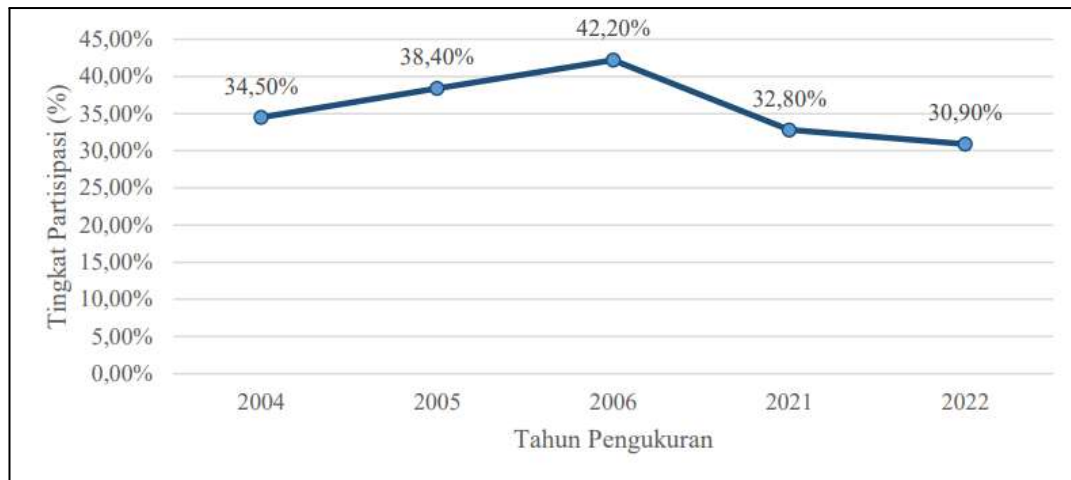
Selain meningkatkan kesehatan, olahraga pun dapat dilakukan sebagai suatu aktivitas rekreasi untuk bermain dan bersosialisasi bersama orang lain, atau juga sebagai hiburan untuk diri sendiri. Dikutip dari Prasty & Susila (2019), menurut Kusmaedi (2012) olahraga rekreasi merupakan olahraga yang dilakukan untuk tujuan rekreasi atau bersenang-senang. Selain itu juga olahraga rekreasi adalah kegiatan fisik yang dilakukan pada waktu senggang berdasarkan keinginan atau kehendak yang timbul karena memberikan kepuasan dan kesenangan tersendiri. Mutohir, et al. (2022) menyatakan dalam Laporan Nasional Sport Development Index Tahun 2022 bahwa dalam UU No. 11 Tahun 2022, domain olahraga mencakup tiga hal, yakni olahraga pendidikan, olahraga rekreasi/masyarakat, dan olahraga prestasi. Dimana olahraga pendidikan dan olahraga rekreasi urgen untuk membangun *human capital* guna mewujudkan daya saing bangsa.

Aktivitas olahraga dapat dilakukan di berbagai macam tempat, tergantung dengan kegiatan olahraga apa yang akan dilakukan. Misalnya sepeda yang memerlukan jalur atau jalan, olahraga dengan menggunakan peralatan fitness di gym, serta bermain futsal di lapangan. Menurut Mutohir, et al. (2022) dalam laporan Nasional Sport Development Index Tahun 2022, ruang terbuka olahraga adalah suatu tempat yang digunakan untuk melakukan aktivitas olahraga, baik *indoor* maupun *outdoor*. Ruang terbuka merupakan tempat yang menjadi kebutuhan bagi siapapun untuk melakukan aktivitas olahraga. Ruang terbuka yang memadai menjadi syarat terbentuknya partisipasi dalam aktivitas olahraga.

Kegiatan olahraga yang memerlukan ruang terbuka olahraga seperti lapangan atau gym ini dapat menjadi peluang bisnis, yaitu dengan menyewakan tempat atau peralatan yang dimiliki kepada konsumen. Contohnya adalah membuka jasa sewa lapangan olahraga seperti penyewaan lapangan tenis, sepakbola, basket, baseball, dan lainnya. Mutohir, et al. (2022) mengatakan bahwa dalam sepuluh tahun terakhir, banyak anggota masyarakat membangun gedung untuk kepentingan olahraga seperti bulutangkis dan futsal dengan pendekatan bisnis. Kebutuhan masyarakat untuk melakukan aktivitas fisik, terutama untuk alasan kesehatan, kebersamaan, dan *well-being* itu juga semakin tinggi. Di Kota Bandung sendiri, berdasarkan Data Sarana Olahraga Tahun 2020 yang penulis dapatkan dari Dinas Pemuda dan Olahraga (Dispora), diketahui bahwa terdapat 604 sarana olahraga di wilayah Kota Bandung.

Dalam laporan Nasional Sport Development Index Tahun 2022, diperoleh data bahwa tingkat partisipasi olahraga secara keseluruhan (nasional) adalah sebesar 30,93%. Sementara, untuk tingkat partisipasi olahraga berdasarkan provinsi Jawa Barat adalah sebesar 30,42%. Selain itu, data menunjukkan bahwa tingkat partisipasi olahraga masyarakat menurun dari tahun 2021 ke tahun 2022.

Gambar 1.1 Tingkat Partisipasi Olahraga, 2004-2006, 2021-2022



Sumber: Laporan Nasional Sport Development Index 2022: Olahraga, Daya Saing, dan Kebijakan Berbasis Data (2022)

Partisipasi yang dimaksud merupakan keterlibatan individu dalam olahraga/aktivitas fisik dalam satu minggu terakhir. Pada Kota Bandung, menurut Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga, Edi Marwoto mengatakan bahwa dari jumlah penduduk yang mencapai 2,5 juta orang, baru 51% saja yang masih menyempatkan diri untuk berolahraga, dari 51 persen tersebut didominasi warga berusia diatas 35 tahun, dengan jenis olahraga ringan seperti senam dan berjalan kaki sebagaimana dilansir dari prfmnews.id pada 3 November 2021.

Contoh dari tempat sarana olahraga yang ada di Kota Bandung adalah OBC Sports Center & Parahyangan Reksa Raga. Penulis kemudian tertarik untuk melakukan observasi untuk mengetahui kondisi pada kedua tempat sarana olahraga tersebut. Alasan penulis memilih kedua tempat ini yaitu penulis merasa cukup *familiar* dan juga terletak di dekat Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR). Kedekatan lokasi dengan UNPAR serta indekos dari sebagian mahasiswa UNPAR ini menjadikan kedua tempat tersebut sebagai pilihan yang ideal bagi mahasiswa dari UNPAR untuk menyewa lapangan dalam menjalankan aktivitas olahraganya. Sehingga dapat dikatakan salah satu *target market* dari kedua tempat tersebut merupakan mahasiswa UNPAR.

OBC Sports Center menyediakan 2 lapangan yang disebut sebagai lapangan 1 dan 2. Lapangan 1 digunakan untuk bermain basket dan futsal, sementara lapangan 2 digunakan untuk bermain futsal, voli, atau dibagi menjadi 2

lapangan badminton. Terdapat juga sarana olahraga untuk bermain ping-pong. Selain menyediakan jasa lapangan, OBC juga menyediakan *foodcourt* dan digemari oleh mahasiswa UNPAR sebagai tempat beristirahat. Lokasi OBC Sports Center sendiri berada di Jl. Rancabentang I No.12, Ciumbuleuit. Akses ke lokasi OBC Sports Center itu terbilang mudah karena dekat dengan jalan raya, dan jika dilihat dari kaca mata mahasiswa UNPAR itu sangat mudah sekali diakses karena lokasinya berada tepat di belakang area kampus.

Parahyangan Reksa Raga atau disingkat PASAGA ini menyediakan 1 lapangan futsal, 2 lapangan basket, 2 lapangan tenis, serta wall climbing. Selain itu, terdapat dua area kantin di dalam PASAGA, yaitu di daerah atas dekat lapangan futsal serta daerah bawah dekat lapangan tenis dan basket. Lokasi PASAGA itu terletak di Jl. Cisituh Indah VI, Dago. Tetapi untuk aksesnya terbilang cukup sulit jika berangkat dari Ciumbuleuit apabila dilihat dari titik keberangkatan mahasiswa UNPAR yang indekos atau sudah berkegiatan di kampus karena perlu memutar *via* Jalan Siliwangi dan Dago, kemudian masuk ke jalan yang sempit dan panjang, serta terdapat jalan yang sangat curam untuk memasuki area Parahyangan Reksa Raga.

Berikut merupakan foto dan hasil observasi yang penulis lakukan terhadap kedua tempat tersebut:

Tabel 1.1 Hasil Observasi Kondisi OBC Sports Center dan PASAGA

| Keterangan | Kondisi OBC Sports Center | Kondisi PASAGA |
|---|---|---|
| <p>2/05/2023 Selasa Pukul 15:51</p> <p>Terdapat pemain basket di lapangan basket PASAGA</p> |  |  |

Tabel 1.1 Hasil Observasi Kondisi OBC Sports Center dan PASAGA (lanjutan)

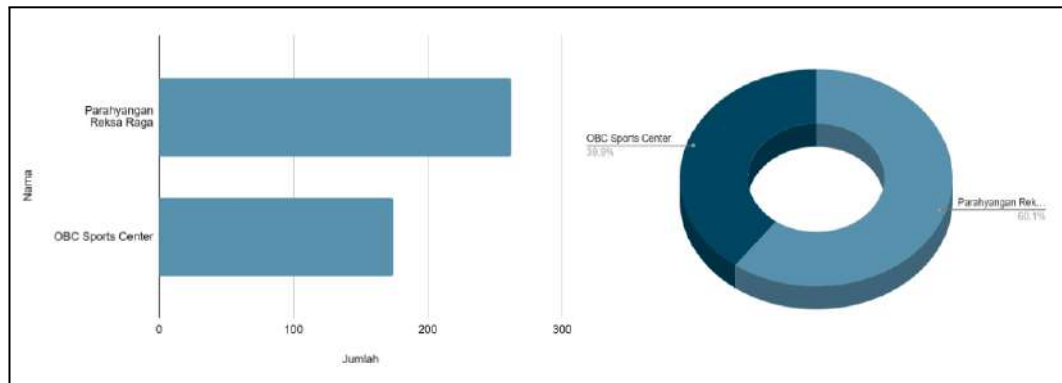
| Keterangan | Kondisi OBC Sports Center | Kondisi PASAGA |
|--|---|---|
| <p>7/05/2023 Minggu Pukul 16.30</p> <p>Terdapat pemain basket di PASAGA dan pemain futsal di OBC</p> |  |  |
| <p>9/05/2023 Selasa Pukul 13.33</p> <p>OBC dan PASAGA kosong pemain</p> |  |  |
| <p>12/05/2023 Jumat Pukul 17.00</p> <p>Lapangan Futsal, Basket, dan Tenis di PASAGA memiliki pemain. Sementara OBC kosong pemain</p> |  |  |

Sumber: Hasil pengolahan penulis

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan selama empat hari secara acak, penulis menemukan bahwa di hari dan jam yang sama ketika tidak ada perlombaan, terdapat lebih banyak pemain yang berada di lapangan PASAGA. Penulis kemudian menanyakan kepada sebelas konsumen yang sudah pernah menggunakan dua tempat tersebut mengenai manakah tempat yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk disewa, dan menemukan bahwa sembilan konsumen lebih memilih PASAGA dan dua lebih memilih OBC Sports Center.

Selain itu, penulis mendapatkan data jumlah pengunjung yang menyewa lapangan di kedua tempat tersebut selama 1 bulan, Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa jumlah pengunjung yang menyewa lapangan pada bulan Mei 2023 di Parahyangan Reksa Raga adalah sebanyak 262 konsumen, sementara untuk OBC Sports Center sebanyak 174 konsumen. Berikut adalah gambar data yang penulis sajikan dalam bentuk *Bar Chart* dan *Pie Chart*.

Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung yang Menyewa pada 1 Mei - 31 Mei 2023



Sumber: Data Internal Parahyangan Reksa Raga & OBC Sports Center

Hal ini menyebabkan penulis tertarik dan melakukan *preliminary research* untuk mengetahui apa alasan yang menyebabkan konsumen memilih untuk menyewa lapangan di PASAGA dan bukan OBC Sports Center. *Preliminary research* dilakukan dengan cara wawancara kepada 25 responden yang pernah menyewa lapangan di OBC Sports Center maupun PASAGA dengan menanyakan preferensi sewa. Berikut adalah hasil jawaban responden dari *preliminary research* yang dilakukan.

Tabel 1.2 Jawaban preferensi responden dalam memilih lapangan untuk disewa

| Pertanyaan | Jawaban | Jumlah Orang |
|--|------------------|--------------|
| 1. Diantara OBC Sports Center dan PASAGA, manakah tempat yang akan dipilih untuk disewa? | OBC Sport Center | 4 |
| | PASAGA | 21 |

Sumber: Hasil pengolahan data penulis

Preliminary research kemudian dilanjutkan dengan melakukan wawancara terbuka kepada responden. Tujuan dari wawancara terbuka ini untuk mengetahui apa saja penyebab dan alasan yang membuat responden memiliki preferensi ke salah satu tempat dan bukan yang lainnya. Berikut adalah alasan-alasan responden

yang disebutkan, jawaban tersebut dikelompokkan supaya lebih mudah mengetahui jumlah suatu alasan disebutkan.

Tabel 1.3 Alasan-alasan yang disebutkan responden untuk menyewa lapangan

| Pertanyaan Terbuka | Alasan | Jumlah Alasan disebutkan |
|---|---|---------------------------------|
| 1. Apa alasan Anda memilih OBC Sports Center dibandingkan PASAGA? | Lokasi OBC Sports Center lebih dekat dibandingkan PASAGA | 4 |
| | OBC Sports Center memiliki foodcourt yang makanannya beragam | 3 |
| | Akses ke OBC Sports Center tidak rumit dibandingkan ke PASAGA | 2 |
| 2. Apa alasan Anda memilih PASAGA dibandingkan OBC Sports Center? | Lantai lapangan di PASAGA itu lebih terawat dibandingkan OBC Sports Center | 12 |
| | Equipment seperti ring basket di PASAGA lebih terawat/ <i>proper</i> dibandingkan OBC Sports Center | 10 |
| | Penerangan di PASAGA lebih baik dibandingkan OBC Sports Center | 8 |
| | Suasana di PASAGA lebih terasa sejuk dan tidak sumpek dibandingkan OBC Sports Center | 6 |
| | Marka di lantai lapangan PASAGA itu lebih terlihat jelas dibandingkan OBC Sports Center | 5 |
| | Pilihan tempat dan lapangan olahraga di PASAGA lebih banyak dibandingkan OBC Sports Center | 4 |
| | Suasana di PASAGA lebih sepi dibandingkan OBC Sports Center | 4 |
| | Luas parkir di PASAGA lebih besar dibandingkan OBC Sports Center | 3 |
| | Kebersihan di PASAGA lebih terjaga dan tertata dibandingkan OBC Sports Center | 3 |
| | Harga di PASAGA lebih sesuai harapan dengan apa yang didapatkan dibandingkan OBC Sports Center | 2 |
| | Fasilitas toilet di PASAGA lebih bersih dibandingkan OBC Sports Center | 1 |

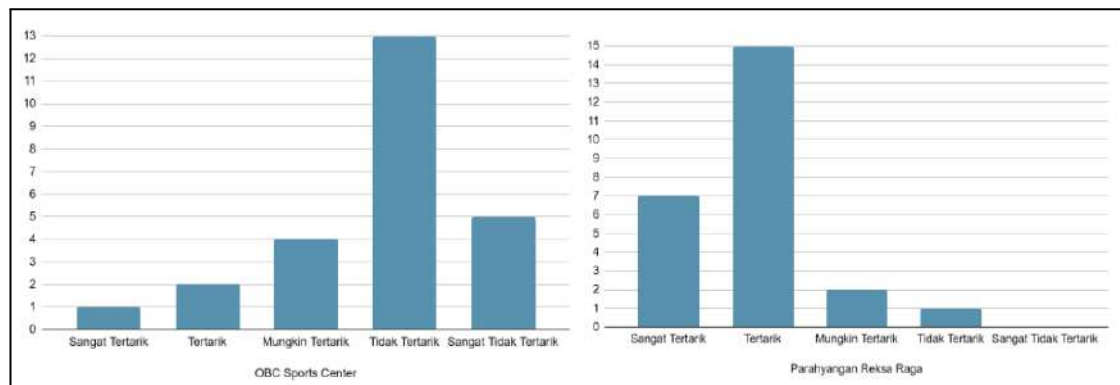
Sumber: Hasil pengolahan data penulis

Berdasarkan tabel hasil *preliminary research* diatas, diperoleh data bahwa 21 dari 25 responden memiliki preferensi untuk menyewa lapangan dari PASAGA dibandingkan OBC Sports Center. Selain itu, ditemukan bahwa alasan yang paling banyak disebutkan oleh responden ketika memilih PASAGA adalah:

1. Lantai lapangan di PASAGA itu lebih terawat dibandingkan OBC Sports Center sebanyak 12 responden.
2. Equipment seperti ring basket di PASAGA lebih terawat/*proper* dibandingkan OBC Sports Center sebanyak 10 responden.
3. Penerangan di PASAGA lebih baik dibandingkan OBC Sports Center sebanyak 8 responden.

Penulis kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai ketertarikan responden untuk menyewa ulang di OBC Sports Center karena jumlah responden yang memiliki preferensi terhadap OBC Sports Center itu terbilang sangat rendah, serta banyak alasan yang disebutkan sehingga responden tidak ingin memilih OBC Sports Center. Niat beli ulang atau niat sewa ulang menurut Yulisetiari, et al. (2017) dalam Suzuki, et al. (2019) merupakan kecenderungan perilaku seorang konsumen dalam membeli ulang berdasarkan preferensi mereka terhadap produk. Sehingga jika niat sewa ulang dari konsumen dapat dipertahankan, akan memiliki dampak terhadap tingkat penjualan yang tidak menurun. Berikut adalah jawaban niat sewa ulang yang disajikan dalam bentuk grafik kolom.

Gambar 1.3 Jawaban Responden terhadap Niat Sewa Ulang di OBC Sports Center & PASAGA



Sumber: Hasil pengolahan penulis

Dari data diatas, ditemukan pada niat sewa ulang di OBC Sports Center itu terdapat sebanyak 18 orang yang memiliki niat sewa ulang negatif yaitu menjawab tidak tertarik & sangat tidak tertarik, sementara untuk yang positif itu sebanyak 3 orang. Kemudian terdapat 4 orang yang mungkin tertarik/masih ragu dalam menyewa ulang di OBC Sports Center. Sementara untuk niat sewa ulang di PASAGA itu sebanyak 22 orang menjawab positif, dan 1 negatif. Sementara untuk yang mungkin tertarik/masih ragu itu sebanyak 2 orang.

Berdasarkan hasil dari *preliminary research* serta *literature review* yang telah dilakukan, penulis menginterpretasikan data tersebut bahwa terdapat penyimpangan teori yang menimbulkan persepsi negatif responden pada dimensi *physical evidence*, yang kemudian mempengaruhi terhadap niat sewa ulang. Hasil yang diperoleh dari *preliminary research* ini penulis gunakan untuk membuat penelitian dengan judul “Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Niat Sewa Ulang di OBC Sports Center”.

1.2 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan permasalahan yang ada pada OBC Sports Center menjadi:

1. Bagaimana *physical evidence* di OBC Sports Center?
2. Seberapa besar niat sewa ulang konsumen di OBC Sports Center?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan atas *physical evidence* terhadap niat sewa ulang konsumen di OBC Sports Center?

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis kemudian menyusun tujuan penelitian dari rumusan masalah diatas sebagai berikut:

1. Mengetahui *physical evidence* di OBC Sports Center.
2. Mengetahui besarnya niat sewa ulang konsumen di OBC Sports Center.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan atas *physical evidence* terhadap niat sewa ulang di OBC Sports Center.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian diatas, berikut ini merupakan manfaat-manfaat dari penelitian yang penulis lakukan:

1. Bagi pengusaha, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu informasi yang diperlukan untuk mengetahui bagaimana *physical evidence* dapat mempengaruhi niat sewa ulang di OBC Sports Center.
2. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah wawasan penulis dengan melakukan penelitian yang mengaplikasikan teori yang sudah dipelajari.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan bisa menambahkan wawasan baru, serta dapat juga digunakan sebagai sumber referensi untuk melakukan penelitian dengan tujuan yang sama.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

OBC Sports Center merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa dengan menyediakan lapangan yang dapat disewakan untuk digunakan oleh konsumen. Tentunya, terdapat kompetitor yang bergerak di bisnis bidang jasa yang sama. Oleh karena itu, diperlukan suatu keunggulan yang dimiliki oleh bisnis untuk mendapatkan serta mempertahankan konsumennya, salah satu upaya untuk meningkatkan keunggulan adalah dengan memperhatikan *marketing mix*. Kotler & Armstrong (2016) menyatakan bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan pada sasaran pasar (*target market*). Bauran pemasaran mencakup semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk melibatkan

konsumen dan menyampaikan nilai ke konsumen. McCarthy pada Kotler & Keller (2016) mengklasifikasikan aktivitas pemasaran menjadi alat *marketing mix* yang dikenal sebagai *four Ps of marketing: product, place, price, promotion*. Penjelasan komponen-komponen tersebut menurut Kotler & Armstrong (2016) adalah sebagai berikut:

1. *Product*: Kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan ke sasaran pasar.
2. *Price*: Biaya yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk.
3. *Place*: Meliputi aktivitas perusahaan yang membuat produk dapat terjangkau ke sasaran pasar.
4. *Promotion*: Aktivitas untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan mempersuasi konsumen untuk membeli produk.

Kemudian, menurut Lovelock dan Wirtz (2011) sebagaimana dikutip juga dari Vidi (2018), teori bauran pemasaran juga disesuaikan dengan kondisi industri dimana industri jasa mengenal 3P tambahan sehingga menjadi 7P, yaitu:

5. *Process*: Dimana pelayanan menjadi perhatian, penciptaan dan pemberian elemen produk memerlukan desain dan pelaksanaan proses yang efektif.
6. *Physical Environment/Evidence*: Desain dari penampilan pelayanan, dari bangunan, *landscaping*, kendaraan, perabot *interior*, peralatan, seragam staf, *signs, printed materials*, dan lainnya yang terlihat memberikan bukti nyata atas kualitas pelayanan perusahaan, fasilitas pelayanan, dan membimbing konsumen melalui proses pelayanan.
7. *People*: Individu yang berinteraksi langsung dengan konsumen, yang membutuhkan keterampilan interpersonal yang baik dan sikap positif.

Physical Evidence sendiri menurut Lupiyoadi (2019) dalam Ismaya (2021) adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan serta tempat penyedia jasa konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu. Thusyanthy & Senthilnathan (2011) mengatakan bahwa Zeithaml & Bitner (2003) mengindikasikan bahwa pelayanan itu tidak berwujud, sehingga pelanggan pada awalnya melihat untuk tanda-tanda nyata, atau penampilan fisik untuk menilai layanan yang tersedia yang berpotensi untuk kepuasan yang diharapkan.

Thisyamthy & Senthilnathan juga menambahkan bahwa Parasuraman et al. (1988), Bitner (1992), Brady and Cronin (2001) serta Ryu and Jang (2008) mengatakan bahwa penampilan fisik mempengaruhi dan secara positif meningkatkan mental pelanggan dan kepuasan mereka tentang kualitas pelayanan.

Hellier, et al. (2003) sebagaimana dikutip dari Suzuki, et al. (2019) menyatakan niat beli ulang dapat didefinisikan sebagai pertimbangan seorang individu dalam membeli ulang pelayanan dari perusahaan yang sama berdasarkan situasi dan kondisi mereka sekarang. Kotler & Armstrong (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen itu tergantung pada kinerja produk yang dirasakan secara relatif terhadap harapan konsumen. Jika kinerja produk jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Kotler & Keller (2016) mengatakan “*A smart company creates a high level of employee satisfaction, which leads to higher effort, which leads to higher-quality products and services, which creates higher customer satisfaction, which leads to more repeat business, which leads to higher growth and profits, which leads to high stockholder satisfaction, which leads to more investment, and so on.*” Dari apa yang Kotler & Keller katakan tersebut, dapat diketahui bahwa semakin besar kepuasan konsumen, maka akan membuahkan pembelian ulang (repeat business) yang lebih banyak.

Kotler & Keller (2016) mengatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang disukai di masa yang akan datang meskipun pengaruh kondisi situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih. Lovelock (2011) dalam Vidi (2018) menyatakan pembeli yang merasa puas dengan bauran pemasaran jasa itu akan menjadi *loyal*, sehingga pembeli akan melakukan pembelian secara berulang-ulang, bahkan pembeli akan melakukan promosi.

Berdasarkan hasil *preliminary research* yang dilakukan, penulis menemukan dua variabel yang akan diteliti yaitu *Physical Evidence* (X), dan Niat Sewa Ulang (Y). *Physical evidence* digunakan sebagai variabel satu-satunya karena dari hasil *preliminary research* itu tidak ditemukan masalah yang

signifikan pada alat *marketing mix* lainnya. Penulis kemudian meneliti pengaruh *physical evidence* terhadap niat sewa ulang dengan menggunakan analisa regresi linear sederhana, berikut merupakan model kerangka konseptual yang penulis gunakan.

Gambar 1.4 Model Kerangka Konseptual



Sumber: Gambar dari penulis

1.5.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis membentuk hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kepuasan atas *Physical Evidence* memiliki pengaruh terhadap niat sewa ulang.