

ABSTRAK

PENGARUH SUASANA TEMPAT DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RAYA FUTSAL BANDAR LAMPUNG

Oleh

Rio Yosua Liasta Purba

Di tengah aktifitas masyarakat yang beragam, olahraga menjadi salah satu aktifitas yang dibutuhkan. Melihat kesempatan itu para pelaku bisnis mulai melakukan bisnisnya di bidang olahraga. Hal ini menyebabkan para pebisnis berlomba-lomba mendirikan tempat atau arena untuk berolahraga seperti stadium, lapangan, tempat fitness atau tempat untuk bermain futsal. Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, lokasi lapangan futsal, lapangan futsal yang lebih nyaman dan pelayanan yang lebih bernilai, tetapi dengan membayar lebih murah, waktu lebih cepat, dengan usaha dan resiko yang lebih rendah. Masalah yang dihadapi oleh Raya Futsal adalah terjadinya fluktuasi kunjungan konsumen karena banyaknya pesaing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh suasana tempat dan lokasi Raya Futsal terhadap loyalitas konsumen Raya Futsal. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*, dengan sampel berjumlah 100 orang, dimana populasinya adalah konsumen pengunjung Raya Futsal di Bandar Lampung dalam rentang waktu 6 bulan terakhir. Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif.

Berdasarkan hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa suasana tempat dan lokasi Raya Futsal mampu menjelaskan loyalitas konsumen Raya Futsal sebesar 12,9%. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil t_{hitung} untuk suasana tempat Raya Futsal menunjukkan nilai sebesar 2,196 dengan taraf signifikansi $0,03 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} untuk lokasi Raya Futsal menunjukkan nilai sebesar 2,522 dengan taraf signifikansi $0,013 < 0,05$. Hasil uji F (simultan) menunjukkan nilai sebesar 7,178 dengan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci: *Suasana Tempat, Lokasi Tempat, Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

INFLUENCE OF STADIUM ATMOSPHERE AND LOCATION ON CONSUMER LOYALTY OF RAYA FUTSAL BANDAR LAMPUNG

By

Rio Yosua Liasta Purba

Sport became one of the needs in the midst of people activity. Due to this condition, a lot of entrepreneur arrange business in sports area. One of the main characteristic of sport business is the establishment of sport centre such as stadium, sports field, fitness club or soccer space. Due to the level of sport business competition causing the consumer having higher standards on quality, choices, soccer space locations, better soccer space atmosphere and more worthy services but with lower costs. The main problem that Raya Futsal encounter is the fluctuation of patronage because there is a lot of competition in the same business segment. The purpose of this study is to analyze the influence of stadium atmosphere and location of Raya Futsal on Raya Futsal's consumer loyalty. The data is gathered using questionnaire. The 100 samples were gathered using *purposive sampling method*, with the subject is Bandar Lampung Raya Futsal patron for the last 6 months. The data is analyze using multi regression analysis.

According to the determinant test (R^2), stadium atmosphere and location of Raya Futsal were able to describe Raya Futsal's consumer loyalty for 12,9%. The t test (partially) shows that Raya Futsal stadium atmosphere have a $t_{\text{statistics}}$ score of 2,196 with $0,03 < 0,05$ significance and Raya Futsal stadium location have a $t_{\text{statistics}}$ score of 2,522 with $0,013 < 0,05$ significance. The F test (simultant) showing $F_{\text{statistics}}$ score 7,178 with $0,001 < 0,05$ significance.

Keyword : *Stadium Atmosphere, Stadium Location, Consumer Loyalty*