

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persaingan di bidang olahraga berupa penyediaan lapangan sepak bola mini atau futsal. Keberadaan lapangan futsal mendapat tempat tersendiri dikalangan masyarakat terutama masyarakat yang mempunyai kesenangan bermain sepak bola ditengah bangunan perumahan dan penatnya beban pekerjaan yang membuat masyarakat mencari penyegaran melalui bermain futsal. Secara tidak langsung kondisi seperti ini dapat meningkatkan persaingan di antara lapangan futsal dalam hal menyediakan tempat yang terbaik untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memperoleh keuntungan yang maksimal. Secara khusus peneliti memilih Mulawarman Futsal, Banyumanik Semarang.

Penelitian ini dilakukan pada Mulawarman Futsal Banyumanik Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari 3 dimensi Motivasi Konsumen, Harga, dan Kelompok Acuan terhadap Loyalitas Pelanggan pada saat bermain di Mulawarman Futsal Banyumanik Semarang. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan kuesioner terhadap 75 orang responden, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing – masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas, normalitas, heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji goodness of fit (uji F, uji t, koefisien determinasi).

Berdasarkan uji t, Motivasi Pelanggan paling berpengaruh pertama dengan diperoleh hasil berupa nilai koefisien sebesar 6,921 serta signifikansi sebesar 0,000 oleh karena itu dapat dikatakan bahwa motivasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berpengaruh kedua adalah Harga dengan diperoleh hasil berupa nilai koefisien sebesar 2,286 serta signifikansi sebesar 0,025 oleh karena itu dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikansi terhadap loyalitas pelanggan. Berpengaruh ketiga adalah Kelompok Acuan dengan diperoleh hasil berupa nilai koefisien sebesar 2,222 serta signifikansi sebesar 0,029 oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap loyalitas. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel Motivasi Konsumen, Harga, dan Kelompok Acuan semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam bermain di Mulawarman Futsal Banyumanik Semarang. Dengan pengaruh sebesar 60,8% sedangkan 39,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Motivasi Konsumen, Harga, Kelompok Acuan, Loyalitas Pelanggan.