

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GLOBAL GYM DI KOTA PASURUAN

Achmad Albaihaki¹; Yufenti Oktafiah²; Ascosenda Ika Rizqi³

Universitas Merdeka Pasuruan

Email korespondensi:

achmadalbahaki8@gmail.com¹; oktavivnty@gmail.com²; ascosenda@unmerpas.ac.id³

ABSTRAK

Meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan berwujud pada berkembangnya pusat kebugaran di Kota Pasuruan, yang pada akhirnya memicu eskalasi persaingan pasar yang jauh lebih ketat bagi para pengusaha di bidang ini. Dalam kondisi tersebut, lokasi dan kualitas fasilitas menjadi faktor krusial yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh lokasi dan kualitas fasilitas secara simultan dan parsial, terhadap kepuasan pelanggan Global Gym Pasuruan. Penelitian ini melibatkan metode kuantitatif dan survei. Penelitian ini melibatkan 160 pelanggan. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel 62 responden menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data riset ini mengandalkan penyebaran kuesioner secara daring lewat *Google Form* dan analisis regresi linier berganda dilakukan menggunakan SPSS. Temuan dalam studi ini mengindikasikan bahwa variabel lokasi dan kualitas fasilitas secara simultan memberikan kontribusi positif serta signifikan dalam menentukan kepuasan pelanggan, dengan nilai F hitung 82,040 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Lokasi dan kualitas fasilitas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (thitung = 7,113; sig. = 0,000). Kedua variabel dapat menjelaskan 73,6 % variasi kepuasan pelanggan, menurut nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,736%. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan di pusat kebugaran dipengaruhi oleh peningkatan kemudahan akses lokasi dan kualitas fasilitas.

Kata kunci : Lokasi, Kualitas Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia menunjukkan kemajuan yang pesat, yang ditandai dengan meningkatnya berbagai sektor usaha, termasuk sektor kesehatan seperti pusat kebugaran. Kondisi ini mendorong pertumbuhan pusat kebugaran (*gym*) yang semakin pesat serta meningkatkan tingkat persaingan antar pelaku usaha. Seiring dengan kemajuan informasi, kesadaran masyarakat Kota Pasuruan terhadap pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh terus meningkat. Hal ini berdampak pada meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan fasilitas pusat kebugaran, sehingga menciptakan persaingan antar pelaku usaha dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Pusat kebugaran (*gym*) merupakan salah satu segmen jasa yang menunjukkan pertumbuhan signifikan. Dalam konteks bisnis jasa, keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas berpotensi besar melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Menurut penelitian pada industri jasa, lokasi dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Halizah & Kencana, 2026). Lokasi berkaitan dengan kemudahan akses, visibilitas, kondisi lingkungan, serta kenyamanan pelanggan dalam menggunakan layanan. Selain itu, kualitas fasilitas sebagai bagian dari lingkungan fisik jasa juga berperan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan.

Global Gym Pasuruan adalah pusat kebugaran konvensional yang berdiri sejak tahun 2017, berlokasi di Jl. Urip Sumoharjo, Bukir, Kec. Gadingrejo, Kota Pasuruan. Global Gym Pasuruan mengalami peningkatan jumlah pelanggan yang sebagian dipicu oleh perpindahan pelanggan dari *gym* pesaing akibat kenaikan harga *membership*. Namun demikian, lokasi Global Gym Pasuruan yang berada di tepi jalan raya dengan kepadatan lalu lintas tinggi menjadi kendala aksesibilitas, sementara

peningkatan intensitas penggunaan fasilitas menyebabkan beberapa peralatan mengalami penurunan kondisi fisik dan keandalan.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang bagaimana lokasi dan kualitas fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan, hasilnya masih tidak konsisten. Fitriyani & Lestari (2022) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi Ubaidillah & Suwitho (2023) menemukan hasil yang berbeda. Sonya & Suhardi (2022) menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan, tetapi Apriliani et al. (2022) menemukan hasil yang berbeda. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa ada celah penelitian yang menarik untuk diteliti kembali, terutama terkait dengan pusat kebugaran seperti Global Gym Pasuruan yang berbasis keanggotaan. Fokus utama dari pelaksanaan studi ini adalah mengetahui sejauh mana lokasi dan kualitas fasilitas berdampak secara bersamaan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan di Global Gym Pasuruan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kotler et al. (2024) mendefinisikan kepuasan (*satisfaction*) sebagai bentuk respon emosional, baik rasa puas maupun kekecewaan, yang timbul setelah menerima atau merasakan performa produk atau layanan yang diterima dengan ekspektasi awal konsumen. Sejalan dengan itu, Tjiptono (2023) memaknai kepuasan sebagai keadaan psikologis yang muncul setelah suatu kebutuhan atau keinginan berhasil dipenuhi pada tingkat yang dianggap memuaskan. Kekecewaan pelanggan akan muncul apabila kualitas performa produk atau layanan berada di bawah ekspektasi awal mereka. Sebaliknya, rasa puas bakal tercipta ketika realitas kinerja yang ditunjukkan mampu menyamai atau bahkan melewati harapan yang telah dibangun pembeli.

Pada penelitian ini mengacu pada empat indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler et al. (2024): (1) kesesuaian harapan, yaitu sejauh mana kinerja layanan memenuhi harapan pelanggan, (2) minat untuk berkunjung kembali, (3) minat untuk memperpanjang atau membeli ulang keanggotaan, dan (4) kesediaan merekomendasi layanan kepada orang lain.

Lokasi

Menurut Tjiptono (2017), lokasi adalah tempat bisnis beroperasi atau melakukan aktivitas untuk menghasilkan barang atau jasa dengan mempertimbangkan kenyamanan, aksesibilitas, dan biaya. Vidiati et al. (2023) juga menegaskan bahwa lokasi usaha jasa merupakan tempat di mana perusahaan menyelenggarakan aktivitas pelayanan kepada pelanggan, dan penentuan tempat pelayanan harus diperhatikan dengan seksama karena aksesibilitas lokasi sangat mempengaruhi kedatangan konsumen.

Menurut Fatihudin & Firmansyah (2019), salah satu keputusan strategis yang sangat penting adalah lokasi penyediaan jasa karena berhubungan langsung dengan bagaimana jasa diberikan kepada pelanggan. Indikator lokasi dalam penelitian ini mengacu pada Tjiptono (2017), meliputi: (1) aksesibilitas, (2) visibilitas, (3) kondisi lalu lintas, (4) area parkir, dan (5) kenyamanan lingkungan.

H2: Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas Fasilitas

Menurut Zeithaml et al. (2023), fasilitas digambarkan sebagai sarana dan prasarana fisik yang dialokasikan oleh perusahaan untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan memenuhi kebutuhan mereka. Tjiptono (2023) menambahkan bahwa dalam konteks pemasaran jasa, bukti fisik (*tangibles*) mencakup fasilitas fisik dan peralatan yang menjadi bagian dari pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan. Kelengkapan, kondisi, dan kemampuan fasilitas untuk berfungsi dengan baik saat digunakan adalah tanda kualitas fasilitas.

Indikator kualitas fasilitas dalam penelitian ini mengacu pada Tjiptono (2023), yang terdiri dari: (1) keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan fasilitas untuk berfungsi secara konsisten dan jarang mengalami kerusakan; (2) ketahanan atau daya tahan (*durability*), yaitu ketahanan fasilitas terhadap pemakaian berulang; (3) kondisi fisik, yaitu keadaan fisik fasilitas yang layak, aman, dan terawat; dan (4) kinerja (*performance*), yaitu performa fasilitas dalam menjalankan fungsi sesuai standar.

H3: Kualitas fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hubungan Antar Variabel

Faktor penting dalam kepuasan pelanggan adalah lokasi dan kualitas fasilitas. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan membuat pelanggan lebih mudah mengakses layanan, mengurangi hambatan dan meningkatkan kenyamanan. Akses yang baik, kondisi lalu lintas yang mendukung, serta ketersediaan area parkir yang memadai akan menciptakan pengalaman positif sejak pelanggan datang ke lokasi. Di sisi lain, kualitas fasilitas yang baik akan meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menggunakan jasa. Fasilitas yang lengkap, terawat, dan dapat berfungsi optimal memungkinkan pelanggan melakukan aktivitas dengan optimal tanpa gangguan (Alfisyahri et al., 2023).

Kepuasan pelanggan akan terwujud apabila kualitas performa pelayanan yang diberikan sanggup menyamai atau bahkan melewati ekspektasinya. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan yang ideal dapat dicapai dengan kombinasi lokasi yang strategis dan fasilitas yang memadai. Tingkat kepuasan konsumen terbukti memiliki hubungan searah dengan faktor lokasi serta kualitas fasilitas yang tersedia, di mana kondisi tersebut pada akhirnya berpotensi besar dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan bisnis. Lokasi dan fasilitas berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan (Halizah & Kencana, 2026).

Dalam konteks pusat kebugaran, pelanggan berinteraksi langsung dengan fasilitas setiap kunjungan tanpa perantara staf. Oleh karena itu, fasilitas bukan sekadar pelengkap layanan, melainkan merupakan inti dari pengalaman layanan itu sendiri. Hal ini menjadikan kualitas fasilitas sebagai faktor penentu kepuasan yang sangat krusial, terutama bagi pelanggan yang datang secara rutin melalui sistem keanggotaan jangka panjang (Putri et al., 2024).

H1: Lokasi dan kualitas fasilitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini hubungan antara lokasi (X1) dan kualitas fasilitas (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diuji melalui metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian terletak pada Global Gym Pasuruan, Jl. Urip Sumoharjo, Bukir, Kec. Gadingrejo, Kota Pasuruan. Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan Global Gym Pasuruan dalam periode Oktober 2025 – April 2026 sebanyak 160 pelanggan. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Nonprobability sampling*. Besaran jumlah sampel dalam studi ini dihitung atas dasar rumus Slovin dengan menggunakan tingkat toleransi kesalahan maksimal sebesar 1%, di mana penarikan sampelnya menerapkan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria bagi responden yang dipilih yaitu pelanggan aktif dengan durasi minimal 3 bulan serta berusia paling rendah 17 tahun.

Pengumpulan data dalam studi ini mengandalkan kuesioner berskala Likert 5 tingkat yang disebarkan secara *online* memanfaatkan platform *Google Form*. Variabel penelitian diukur berdasarkan indikator-indikator yang merujuk pada teori yang relevan: kepuasan pelanggan (4 indikator, 8 pernyataan) mengacu Kotler et al. (2024); lokasi (5 indikator, 10 pernyataan) mengacu pada Tjiptono (2017); dan kualitas fasilitas (4 indikator, 8 pernyataan) mengacu pada Tjiptono (2023). Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, selain itu, dilakukan pula uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas), analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis menggunakan uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Keseluruhan proses komputasi data tersebut diselesaikan dengan mengoperasikan perangkat lunak SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Merujuk pada hasil pemaparan analisis deskriptif yang melibatkan sebanyak 62 responden, diketahui bahwa mayoritas pelanggan Global Gym Pasuruan berjenis kelamin laki-laki (62,9%) dan

perempuan (37,1%). Merujuk pada aspek usia, sebagian besar responden berada pada rentang 18–30 tahun (38,7%), diikuti usia 31–40 tahun (29,0%), usia lebih dari 40 tahun (19,4%), dan usia 17 tahun (12,9%). Berdasarkan lama menjadi member, mayoritas telah menjadi member lebih dari 1 tahun (38,7%), diikuti 6–12 bulan (32,3%), dan 3–6 bulan (29,0%). Komposisi responden yang beragam ini mencerminkan bahwa Global Gym Pasuruan melayani pelanggan dari berbagai segmen, sehingga hasil penelitian lebih representatif.

Analisis Deskriptif Variabel

Variabel lokasi (X1) secara keseluruhan memperoleh rata-rata rentang interval sebesar 3,009 dengan kategori biasa/netral. Indikator aksesibilitas memperoleh rata-rata 1,955 (tidak baik) dan kondisi lalu lintas 1,905 (tidak baik), yang mencerminkan hambatan akses akibat kepadatan kendaraan di sekitar lokasi Global Gym Pasuruan, terutama pada jam-jam sibuk. Sementara itu, indikator visibilitas (3,59), area parkir (3,80), dan kenyamanan lingkungan (3,795) mendapat penilaian baik.

Variabel kualitas fasilitas (X2) memperoleh rata-rata rentang interval sebesar 3,04 (biasa/netral). Indikator keandalan (*reliability*) memperoleh rata-rata 2,26 (tidak baik) dan kondisi fisik 2,53 (tidak baik), mengindikasikan bahwa beberapa peralatan mengalami penurunan kondisi akibat intensitas penggunaan yang tinggi. Di sisi lain, indikator ketahanan/daya tahan (3,42) dan kinerja (*performance*) (3,97) dinilai baik oleh responden.

Variabel kepuasan pelanggan (Y) memperoleh rata-rata rentang interval sebesar 3,44 dengan kategori baik. Meskipun indikator kesesuaian harapan (2,55) masih berada pada kategori tidak baik, indikator minat berkunjung kembali (3,61), minat pembelian ulang (3,79), dan kesediaan merekomendasi (3,83) menunjukkan hasil yang baik.

Uji Validitas

Uji validitas diterapkan guna mengidentifikasi ketepatan masing-masing butir pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Berdasarkan pandangan Sugiyono (2023), suatu alat ukur dapat dikategorikan valid apabila memiliki kemampuan untuk mengukur data yang semestinya diukur selaras dengan tujuan utama penelitian.

Tabel 1: Uji Validitas

No.	Variabel		R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Lokasi (X1)	X1.1	0,828	0,2500	Valid
		X1.2	0,874	0,2500	Valid
		X1.3	0,526	0,2500	Valid
		X1.4	0,589	0,2500	Valid
		X1.5	0,845	0,2500	Valid
		X1.6	0,712	0,2500	Valid
		X1.7	0,413	0,2500	Valid
		X1.8	0,530	0,2500	Valid
		X1.9	0,429	0,2500	Valid
		X1.10	0,451	0,2500	Valid
2	Kualitas Fasilitas (X2)	X2.1	0,902	0,2500	Valid
		X2.2	0,887	0,2500	Valid
		X2.3	0,625	0,2500	Valid
		X2.4	0,690	0,2500	Valid
		X2.5	0,896	0,2500	Valid
		X2.6	0,876	0,2500	Valid
		X2.7	0,446	0,2500	Valid
		X2.8	0,322	0,2500	Valid
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,868	0,2500	Valid
		Y.2	0,866	0,2500	Valid
		Y.3	0,856	0,2500	Valid
		Y.4	0,805	0,2500	Valid
		Y.5	0,371	0,2500	Valid
		Y.6	0,416	0,2500	Valid
		Y.7	0,380	0,2500	Valid
		Y.8	0,790	0,2500	Valid

Sumber: Data SPSS (2026)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengevaluasi seberapa konsisten hasil pengukuran apabila dilakukan pada subjek yang sama berulang kali. Reliabilitas adalah ukuran seberapa stabil suatu instrumen. Koefisien Cronbach Alpha (α), dianggap reliabel apabila nilainya lebih besar dari 0,60, digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas suatu variabel (Sugiyono, 2023).

Tabel 2: Uji Reliabilitas

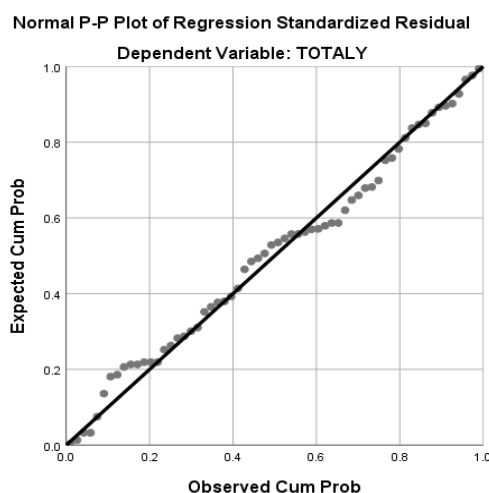
Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Jumlah Indikator	Keterangan
Lokasi (X1)	0,839	5	Reliabel
Kualitas Fasilitas (X2)	0,877	4	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,838	4	Reliabel

Sumber: Data SPSS (2026)

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Penerapan uji normalitas bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik distribusi nilai residual pada model regresi. Merujuk pada pandangan Ghozali & Kusumadewi (2023), terpenuhinya sebaran residual yang normal menjadi tolok ukur kelayakan sebuah model analisis regresi linear. Salah satu teknik pembuktiannya adalah dengan memanfaatkan alat bantu grafik Normal P–P Plot. Normalitas data dapat terkonfirmasi apabila pola sebaran indikator riset bergerak mendekati atau mengikuti garis diagonal utama. Keadaan di mana data mengikuti garis diagonal tersebut mengindikasikan bahwa populasi data terbukti berdistribusi normal.



Gambar 1: Uji Normalitas (Normal P–P Plot)

Sumber: Data SPSS (2026)

Berdasarkan gambar 1 hasil uji normalitas, pemodelan regresi terbukti telah memenuhi asumsi normalitas. Hal ini ditunjukkan oleh posisi titik-titik nilai residual yang bergerak merapat serta konsisten mengikuti arah garis diagonal utama.

b. Uji Multikolinieritas

Ghozali & Kusumadewi (2023) menjelaskan bahwa pengujian multikolinieritas pada model regresi bertujuan untuk menemukan korelasi di antara variabel bebas. Untuk menemukan korelasi di

antara variabel bebas. Ketidadaan gejala multikolinearitas ditunjukkan oleh perolehan angka *tolerance* $\geq 0,10$ disertai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 . Sebaliknya, apabila besaran *tolerance* berada pada tingkat $\leq 0,10$ dan indeks VIF menyentuh angka ≥ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa model mengalami multikolinearitas.

Tabel 3: Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	.571	1.750
	Kualitas Fasilitas	.571	1.750

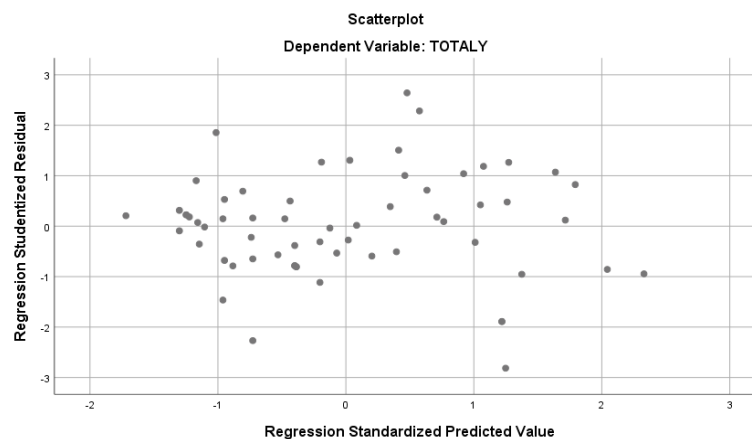
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data SPSS (2026)

Mengacu pada data yang telah disajikan, memberikan kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas dan data tersebut memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi. Karena, seluruh nilai *tolerance* lokasi dan kualitas fasilitas masing-masing berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Analisis Uji heteroskedastisitas diterapkan guna mendeteksi keberadaan ketidakselarasan varians pada residual antara satu observasi dengan observasi yang lain pada model regresi. Ghazali & Kusumadewi (2023) mengatakan, persyaratan model regresi yang ideal mencakup terpenuhinya asumsi bebas heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan adanya ketidakselarasan varians nilai residual berpotensi memicu bias dan menurunkan tingkat akurasi pada estimasi yang dihasilkan.



Gambar 2: Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data SPSS (2026)

Asumsi homoskedastisitas terpenuhi karena data tidak mengindikasikan adanya bias heteroskedastisitas. Hal ini dicerminkan oleh posisi titik data amatan yang tersebar secara bebas dan merata tanpa adanya kecenderungan pola yang jelas.

d. Uji Linieritas

Hubungan linier mengindikasikan bahwa setiap pergeseran nilai pada variabel bebas akan memicu pergeseran searah pada variabel terikat, yang menjadi dasar kelayakan analisis regresi. Kondisi linier tersebut terkonfirmasi jika angka *significance* pada kolom *deviation from linearity*

melampaui batas 5%(Sugiyono, 2023).

Tabel 4: Uji Linieritas

Hubungan Antar Variabel	Nilai sig. (<i>Deviation From Linearity</i>)	Keterangan
Lokasi	0,102	Hubungan Linier
Kualitas Fasilitas	0,513	Hubungan Linier

Sumber: Data SPSS (2026)

Analisis Regresi Linier Berganda

Sanusi (2017) menyatakan, penerapan analisis regresi linear berganda ditujukan untuk memproyeksikan fluktuasi pada variabel terikat dipengaruhi lebih dari dua variabel bebas. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dampak nyata dari faktor Lokasi (X1) dan Kualitas Fasilitas (X2) terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 5: Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,095	1,952		1,586	0,118
	Lokasi	0,593	0,083	0,630	7,113	0,000
	Kualitas Fasilitas	0,272	0,080	0,301	3,394	0,001

Sumber: Data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 5:

$$Y = 3,095 + 0,593X_1 + 0,272X_2$$

- Besaran nilai konstanta yang mencapai 3,095 mengindikasikan bahwa apabila variabel lokasi serta kualitas fasilitas diasumsikan konstan atau bernilai nol, maka skor nilai kepuasan pelanggan akan tetap berada pada angka 3,095.
- Dampak paling mendominasi diperlihatkan oleh faktor lokasi (X1) dengan capaian nilai koefisien regresi sebesar 0,593. Indikator ini mengindikasikan bahwasanya stimulasi berupa penambahan satu satuan pada variabel lokasi secara linier akan mendongkrak tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,593 unit.
- Capaian koefisien regresi senilai 0,272 dicatatkan oleh variabel kualitas fasilitas (X2). Angka tersebut mengisyaratkan bahwasanya perbaikan atau penambahan satu satuan pada kualitas fasilitas secara linear akan diikuti oleh terangkatnya kepuasan konsumen sebesar 0,272 unit.

Koefisien Determinasi (R Square)

Nilai *R Square* atau koefisien determinasi berfungsi sebagai alat ukur untuk mengidentifikasi seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) terhadap perubahan yang terjadi pada variabel terikat (Y).

Tabel 6: Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	0,736	0,727	2,524

Sumber: Data SPSS (2026)

Berdasarkan data yang telah disajikan, perolehan angka *R Square* mencapai 0,736. Hasil ini mengindikasikan bahwasannya variabel lokasi beserta kualitas fasilitas mempunyai kemampuan sebesar 73,6% dalam menerangkan variabel kepuasan pelanggan. Sementara itu, deviasi sisa sebesar 26,4% didorong oleh beberapa faktor eksternal lain yang tidak diikutsertakan pada model estimasi ini.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 7: Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,095	1,952		1,586
	Lokasi	0,593	0,083	0,630	0,000
	Kualitas Fasilitas	0,272	0,080	0,301	0,001

Sumber: Data SPSS (2026)

Mengacu pada pemaparan Tabel 7, variabel Lokasi (X1) mencatatkan perolehan nilai t_{hitung} sebesar 7,113 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,001. Ditambah dengan besaran signifikansi yang menyentuh angka 0,000 (di bawah 0,05), hasil tersebut menegaskan bahwa faktor lokasi memberikan dampak positif serta bermakna nyata terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y) Global Gym di Kota Pasuruan, yang berarti hipotesis kedua (H2) diterima.

Selanjutnya, variabel Kualitas Fasilitas (X2) menghasilkan nilai t_{hitung} 3,394, yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,001, dan nilai signifikansi 0,001 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, kualitas fasilitas Global Gym di Kota Pasuruan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sehingga H3 diterima.

Uji f

Tabel 8: Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	F	Sig.
1	Regression	1044,962	82,040	.000 ^b
	Residual	375,748		
	Total	1420,710		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Fasilitas, Lokasi

Sumber: Data SPSS (2026)

Hasil pengujian simultan (uji F) memperlihatkan nilai F_{hitung} memperoleh nilai 82,040, angka yang lebih besar dari tolok ukur F_{tabel} sebesar 3,153 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini mempertegas bahwasanya H1 diterima, yang mengartikan bahwa variabel Lokasi (X1) dan Kualitas Fasilitas (X2) secara bersama-sama memegang peranan penting dalam memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Melalui hasil pengujian data dan pembahasan mendalam yang telah dipaparkan, beberapa kesimpulan utama dapat ditarik sebagai berikut:

1. Secara simultan, Lokasi dan Kualitas Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Global Gym di Kota Pasuruan ($F_{hitung} = 82,040 > F_{tabel} = 3,153$, sig. $0,000 < 0,05$), dengan $R^2 = 0,736$ yang mengindikasikan bahwa sebesar 73,6% kedua variabel independen tersebut dapat menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.
2. Secara parsial, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ($t_{hitung} =$

$7,113 > t_{\text{tabel}} = 2,001$, sig. $0,000 < 0,05$) dengan perolehan koefisien regresi 0,593, menjadikan lokasi sebagai variabel paling dominan.

3. Secara parsial, Kualitas Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ($t_{\text{hitung}} = 3,394 > t_{\text{tabel}} = 2,001$, sig. $0,001 < 0,05$) dengan perolehan koefisien regresi 0,272.

Berdasarkan temuan tersebut, pengelola Global Gym Pasuruan disarankan untuk segera mengambil langkah konkret mengatasi permasalahan aksesibilitas, seperti menyediakan petugas penyeberangan, berkoordinasi dengan Dinas Perhubungan untuk pengadaan zebra cross, serta menerapkan program preventive maintenance fasilitas secara terjadwal minimal setiap 1–2 minggu. Peneliti selanjutnya, direkomendasikan untuk mengintegrasikan variabel tambahan seperti biaya keanggotaan (*membership*), kualitas pelayanan staf, atau rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Disamping itu, perluasan cakupan objek penelitian sangat dianjurkan guna menghasilkan temuan yang memiliki generalisasi lebih luas serta representatif..

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahri, F., Fadli, A., Sihombing, E. H., Septiani, R., & Chaniag, S. (2023). *Relevansi antara Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Produk Dengan Tarif (Biaya)*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=wMupEAAAQBAJ>
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WATER GARDEN HOTEL CANDIDASA BALI. *Jurnal Emas*, 3(3), 217–230.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Y8BVEQAAQBAJ>
- Fitriyani, S., & Lestari, A. W. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Vitabiotics Utama Jakarta Timur. *Jurnal Manajemen & Pendidikan [JUMANDIK]*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.58174/jmp.volume:1.no:1.2022.1.hal:1-14>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris* (1 (ed.)). Yoga Pratama.
- Halizah, A. N., & Kencana, P. N. (2026). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Tommy Salon Cabang Pamulang Timur. *Department of Digital Business Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 6744–6756.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th ed.). Pearson Education Limited.
- Putri, D. A., Sani, M., Athanaya, N., Irnawati, & Rahmadsyah, A. (2024). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Liu ' S Nelayan Di Cemara Asri Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(10), 190–197.
- Sanusi, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sonya, D. P., & Suhardi. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera di Batam. *ECo-Buss*, 5(1), 349–361. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.493>
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2023). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian* (2nd ed.). Andi Offset.
- Ubaidillah, F., & Suwitho. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warkop stk di surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(9), 1–19.
- Vidiati, C., Ramdan, A. M., Martoyo, A., Supriyadi, A., Susanti, L., Siwiyanti, L., Dirgantara, A. R., Fahdillah, Y., Hikmawati, E., Dewi, I. C., & others. (2023). *MANAJEMEN USAHA JASA*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=7q7FEAAAQBAJ>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Mende, M. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw Hill LLC. <https://books.google.co.id/books?id=TCJyzwEACAAJ>