

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERMATA SENTUL GOLF (STUDI KASUS PADA PT. PUTRA SENTRA PRASARANA)

Selviana Febriani¹, Fredi Andria², Eka Patra³, Hari Suryantoro⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pakuan, Kota Bogor, Indonesia

Email korespondensi: ¹selvianafebriani2@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf. Latar belakang penelitian didasari oleh penurunan jumlah pelanggan dan meningkatnya keluhan selama 2021–2023 yang menunjukkan adanya permasalahan dalam kualitas pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa Permata Sentul Golf. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares (PLS-SEM) yang mencakup uji validitas, reliabilitas, dan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) berada pada kategori sangat baik dengan rata-rata tanggapan 88,82%. Dimensi assurance dan empathy memperoleh skor tertinggi, sedangkan tangible (kebersihan dan perawatan fasilitas) terendah. Variabel kepuasan pelanggan, yang diukur melalui kesesuaian harapan, minat beli ulang, dan kesediaan untuk merekomendasikan, menunjukkan mayoritas responden merasa puas. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai path coefficient 0,780, T-statistic 17,633 > 1,96, dan Fhitung 152,0 > Ftabel 3,94. Disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Manajemen disarankan meningkatkan aspek tangible agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, PLS-SEM, Permata Sentul Golf.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Permata Sentul Golf. The background of the study is based on the decline in the number of customers and the increase in complaints during 2021–2023, indicating problems in service quality. The research method used was an associative quantitative method, distributing questionnaires to customers who had used Permata Sentul Golf services. Data analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS-SEM), which included validity, reliability, and hypothesis testing. The results showed that service quality based on the five SERVQUAL dimensions (tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) was in the very good category with an average response of 88.82%. The assurance and empathy dimensions received the highest scores, while tangible (cleanliness and facility maintenance) received the lowest. The customer satisfaction variable, measured by meeting expectations, repurchase intention, and willingness to recommend, showed that the majority of respondents were satisfied. The results of the hypothesis test demonstrated that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a path coefficient of 0.780, a T-statistic of 17.633 > 1.96, and an Fcount of 152.0 > Ftable of 3.94. It was concluded that better service quality leads to higher customer satisfaction. Management is advised to improve tangible aspects to maintain customer loyalty.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; PLS-SEM; Permata Sentul Golf

PENDAHULUAN

Golf dapat digolongkan sebagai bentuk wisata olahraga. Aktivitas ini memerlukan sarana dan prasarana yang menunjang bagi para pemainnya. Fasilitas utama dalam olahraga golf adalah lapangan golf itu sendiri, yang dilengkapi dengan berbagai infrastruktur pendukung seperti gedung, caddy, serta perlengkapan golf lainnya. Pihak manajemen penyedia layanan wisata olahraga golf senantiasa berusaha memenuhi kebutuhan para konsumennya. Pemenuhan kebutuhan tersebut tercermin melalui tercapainya kepuasan pelanggan. Menurut Samuel dan Bonifasius (2023), kepuasan merupakan persepsi pelanggan terhadap kinerja suatu produk atau jasa dibandingkan dengan harapannya. Jika harapan tersebut terpenuhi, maka pelanggan dapat dikatakan merasa puas. Salah satu aspek yang mendapat perhatian utama dari penyedia produk maupun jasa adalah kualitas pelayanan. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan menjadi tantangan paling penting yang dihadapi para pelaku bisnis saat ini. Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas, manfaat, atau bentuk kepuasan yang bersifat tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apa pun.

Tabel 1. Jumlah Pelanggan

Jumlah Pelanggan	Tahun			
	2021	2022	2023	Total
Permata Sentul Golf	31.554	30.609	29.333	91.496
Palm Hills	30.819	32.775	34.225	97.819
Sentul Highland	30.001	31.955	35.391	97.347

Sumber: Dokumen Kunjungan Pelanggan Permata Sentul Golf, Palm Hills, Sentul Highland, 2023

Berdasarkan Tabel 1 di atas menyajikan data mengenai jumlah pengunjung atau pelanggan yang datang ke Permata Sentul Golf dalam kurung waktu 3 tahun, yaitu pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Data tersebut menunjukkan penurunan di setiap tahunnya terlihat dari data tahun 2021 jumlah kunjungan pelanggan sebanyak 31.554, pada tahun 2022 jumlah kunjungan pelanggan menurun menjadi 30.609, lalu pada tahun 2023 jumlah kunjungan pelanggan semakin menurun menjadi 29.333. Terjadi penurunan kunjungan pelanggan ini mengindikasikan bahwa terjadi penurunan kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf. Hubungannya dengan kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf, pelanggan beberapa kali menyampaikan keluhan terhadap pelayanan Permata Sentul Golf khususnya terhadap kualitas pelayanan. Memberikan indikasi bahwa Permata Sentul Golf yang dibangun dengan sarana yang belum cukup memadai sehingga pelayanan yang diberikan belum sesuai harapan, keinginan dari pelanggan.

Tabel 2 Data Pelayanan Permata Sentul Golf

Nama	Keterangan
Layanan	Menerapkan prosedur <i>check-in</i> dan <i>tee-time</i> yang cepat dan efisien (<i>Reliability</i> dan <i>Responsiveness</i>). Memastikan semua <i>buggy</i> dan perlengkapan siap digunakan tepat waktu. Menyediakan informasi yang jelas mengenai peraturan dan fasilitas yang tersedia.
Tangible	Menyediakan fasilitas <i>clubhouse</i> , <i>locker room</i> , dan restoran. Melakukan perawatan harian lapangan golf Penggunaan seragam staf yang bersih dan rapi.
SDM	Mampu memberikan bantuan atau solusi dengan cepat saat terjadi masalah

Nama	Keterangan
	Menerapkan kode etik profesional dan standar kompetensi bagi <i>caddy</i> dan staf layanan
	Memberikan sapaan dan interaksi yang personal kepada pelanggan

Sumber: Dokumen Data Keluhan Permata Sentul Golf, 2023

Kualitas layanan di Permata Golf Sentul dipengaruhi oleh tiga aspek utama, yaitu Layanan, *Tangible*, dan Sumber Daya Manusia (SDM). Aspek layanan berkontribusi dalam menciptakan proses pelayanan yang cepat, efisien, dan informatif sehingga membentuk kesan awal yang positif bagi pelanggan. Aspek *tangible*, sebagai bukti fisik fasilitas, menunjukkan komitmen pengelola dalam menyediakan sarana yang nyaman, bersih, dan terawat, yang secara langsung memengaruhi persepsi kualitas. Sementara itu, aspek SDM menjadi penentu penting dalam membangun pengalaman emosional pelanggan melalui sikap profesional, respons cepat, dan interaksi yang ramah, selain itu juga faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf terjadi karena adanya persaingan yang cukup ketat. Berikut ini adalah data keluhan pelanggan Permata Sentul Golf dalam periode 2021-2023.

Tabel 3. Data Keluhan Pelanggan Permata Sentul Golf Tahun 2021-2023

No	Kategori Keluhan	Tahun		
		2021	2022	2023
1.	Kurangnya perawatan rumput di lapangan	130	140	160
2.	Kurangnya pengawasan keamanan di lapangan Permata Sentul Golf	50	55	77
3.	Kurangnya perawatan golf cart	48	61	85
	Total	228	256	322

Sumber: Dokumen Data Keluhan Permata Sentul Golf, 2023

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui kategori keluhan terbanyak pada pelanggan Permata Sentul Golf diantaranya yaitu kurangnya perawatan rumput di lapangan Permata Sentul Golf, kurangnya pengawasan keamanan di lapangan Permata Sentul Golf, kurangnya perawatan golf cart. Data di atas menunjukkan bahwa jumlah keluhan cenderung terus bertambah. Jumlah keluhan terbesar terjadi pada tahun 2022 dengan jumlah keluhan 322. Tentu harus menjadi perhatian manajemen Permata Sentul Golf khususnya kurangnya perawatan rumput yang dilakukan Permata Sentul Golf. Tujuan dari pengawasan ini untuk memastikan bahwa lapangan berada dalam kondisi yang sangat baik, agar memberikan lapangan permainan yang berkualitas tinggi bagi para pemain golf. Fenomena yang terjadi dalam latar belakang penelitian ini yaitu penurunan jumlah pelanggan di Permata Sentul Golf dari tahun 2021 hingga 2023, meskipun lapangan golf terletak di kawasan yang menarik. Penurunan jumlah pelanggan ini mencerminkan adanya ketidakpuasan yang disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya perawatan rumput di lapangan, kurangnya pengawasan keamanan di lapangan, dan kurangnya perawatan golf cart yang tercermin dari peningkatan jumlah keluhan pelanggan. Pesaing seperti Palm Hills dan Sentul Highland mengalami kenaikan jumlah pelanggan, disebabkan oleh kualitas pelayanan yang baik, mampu memenuhi ekspektasi dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan di Permata Sentul Golf belum dapat memenuhi harapan pelanggan, sementara pesaing yang memberikan pelayanan lebih optimal berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik lebih banyak pengunjung. Berdasarkan dari fenomena tersebut peneliti memilih judul **Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Permata Sentul Golf**.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen pemasaran merupakan perpaduan antara seni dan ilmu dalam menentukan pasar sasaran serta upaya untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan komunikasi nilai pelanggan yang superior. Menurut Hamidah et al., (2023), pemasaran adalah proses sosial yang mencakup berbagai aktivitas penting yang memungkinkan individu maupun organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain serta membangun hubungan pertukaran tersebut. Pemasaran juga menjadi salah satu kegiatan utama yang dilakukan produsen guna menjaga keberlangsungan usaha dan memperoleh keuntungan.

KUALITAS PELAYANAN

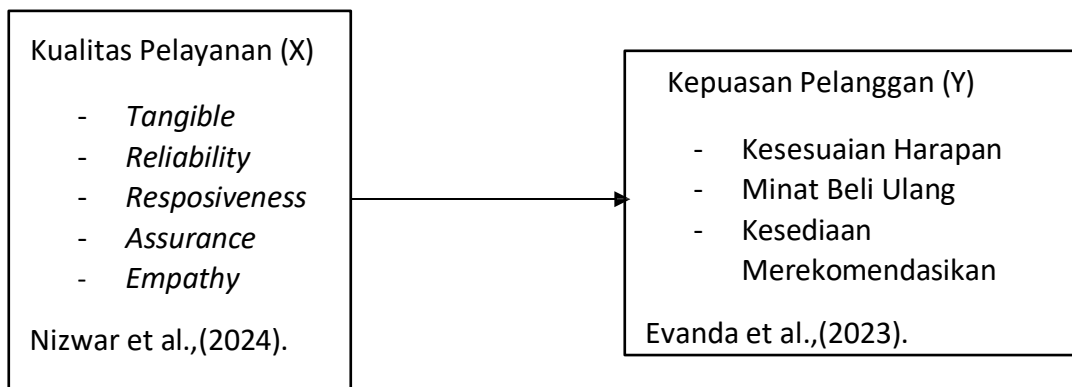
Menurut Waruwu et al., (2024), kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan serta kemampuan untuk mengendalikan keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan dapat dilihat dari tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh melalui perbandingan antara jenis layanan yang diberikan oleh satu penyedia dengan penyedia lainnya. Pelayanan dianggap berkualitas apabila sesuai dengan harapan pelanggan, sedangkan apabila melampaui harapan tersebut, maka pelayanan dapat dikatakan sangat memuaskan.

KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Kotler et al.,(2018), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan fenomena dan tinjauan pustaka maka kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat dalam diagram kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Konstelasi Penelitian
Sumber: Data diolah penulis, 2025

Pada penelitian ini, hipotesis atau jawaban yang dibuat sementara ialah bahwa :

H1: Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Permata Sentul Golf

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Tujuan penelitian asosiatif adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dari dua atau lebih variabel. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf. Objek dalam penelitian ini mencakup kualitas pelayanan sebagai variabel independent dengan sub variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Sementara itu, kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel dependen yang diukur melalui dua indikator utama, yaitu kesesuaian harapan, minat beli ulang, kesediaan merekomendasikan.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian bersifat individual yaitu peneliti mendapatkan data dari pelanggan Permata Sentul Golf yang sudah datang minimal 1x. Lokasi penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada pelanggan Permata Sentul Golf yang berlokasi di Jl. Permata Sentul Raya No.1504, Tangkil, Kec. Citeureup, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810. Sumber data yang digunakan ada 2 yaitu Data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para pelanggan Permata Sentul Golf dan yang kedua Data Sekunder yang didapat dari bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya maupun yang belum dipublikasikan sebelum penelitian ini dilakukan. Contohnya meliputi keterangan, analisis, serta interpretasi terhadap data atau teks primer. Data sekunder bersifat tidak langsung karena berasal dari pihak ketiga, seperti catatan historis yang tersimpan dalam arsip, baik yang sudah diterbitkan maupun belum. Dalam penelitian ini, buku dan majalah yang relevan dengan topik penelitian dijadikan sebagai sumber utama data sekunder Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif, *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS), Uji Hipotesis, dan analisis *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR)

Tabel 4. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i>	Lokasi Permata Sentul Golf strategis Peralatan dan fasilitas memadai Lingkungan Permata Sentul Golf bersih	Ordinal
	<i>Reliability</i>	Permata Sentul Golf memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan Permata Sentul Golf memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf	Ordinal
	<i>Responsiveness</i>	Lokasi Rumah Sakit hanya 10 menit Terdapat <i>Sirene</i> tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu <i>Customer Service Hotline</i> yang ada di setiap kendaraan golf Pengawasan di lapangan dilakukan di setiap hole	Ordinal
	<i>Assurance</i>	Semua kegiatan di lapangan diasuransikan	Ordinal
	<i>Empathy</i>	Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan Karyawan Permata Sentul Golf harus memberi salam dan ramah kepada tamu	Ordinal
		Rutin Melaksanakan Acara Kegiatan Sosial	

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	Permata Sentul Golf mengundang publik figur	Ordinal
		Permata Sentul Golf rutin Melaksanakan Turnamen Series	
		Tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dan kenyataan produk yang diterima	
	Minat Beli Ulang	Sejauh mana produk/jasa memenuhi ekspektasi pelanggan	Ordinal
		Tingkat keinginan pelanggan untuk menggunakan kembali produk/jasa	
		Frekuensi atau kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang	
	Kesediaan Merekomendasikan	Tingkat kesediaan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain	Ordinal
		Seberapa besar kemungkinan pelanggan menyarankan produk kepada orang terdekat	

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI VALIDITAS

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari lima indikator dengan total 15 item pernyataan, menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel sebesar 0,361 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dan tingkat signifikansi 5%. Nilai r -hitung berkisar antara 0,721 hingga 0,883, menandakan korelasi yang kuat terhadap skor total. Seluruh item dinyatakan valid dan instrumen dinilai layak untuk digunakan dalam analisis data penelitian. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang terdiri dari tiga indikator dengan total 12 item pernyataan, menunjukkan bahwa seluruh item memiliki r -hitung $>$ r -tabel sebesar 0,361, berdasarkan data dari 30 responden dengan tingkat signifikansi 5%. Nilai r -hitung berkisar antara 0,721 hingga 0,915, mengindikasikan bahwa semua item valid dan layak digunakan dalam analisis data penelitian.

UJI REABILITAS

Uji reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menilai tingkat konsistensi internal suatu instrumen. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* (r hitung) $>$ 0,70, yang menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen memiliki korelasi yang memadai dan dapat diandalkan dalam mengukur konstruk tertentu. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $<$ 0,70 menunjukkan instrumen tidak reliabel karena tingkat konsistensi internalnya kurang memuaskan. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,979 dengan 15 item menunjukkan instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Nilai ini jauh melebihi batas minimal reliabilitas sebesar 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dalam instrumen tersebut memiliki korelasi yang kuat dan konsistensi yang baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Instrumen ini dapat dipercaya untuk menghasilkan data yang valid dan konsisten dalam penelitian yang menggunakan 15 item tersebut. Sedangkan, Hasil Uji Reliabilitas dari Kepuasan Pelanggan Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,954 dengan 12 item menunjukkan instrumen memiliki reliabilitas yang sangat baik. Nilai ini jauh melebihi batas minimal 0,70 yang menandakan item-item dalam instrumen memiliki korelasi yang kuat dan konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur konstruk yang diteliti. Instrumen ini layak digunakan untuk menghasilkan data yang valid dan dapat diandalkan.

ANALISIS DESKRIPTIF

Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan, hasil tanggapan responden

terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan indikator kualitas pelayanan, yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, menunjukkan bahwa skor tertinggi dengan pernyataan “Karyawan Permata Sentul harus memberi salam dan ramah kepada tamu” (X.4.3) dengan persentase 91,20%. Pernyataan dengan skor terendah adalah “Lingkungan Permata Sentul Golf terlihat bersih dan terawat” (X.1.3), yang memperoleh persentase 86,80%. Rata-rata responden yang memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan memperoleh persentase sebanyak 88,82%. Tanggapan ini menunjukkan adanya *respons* yang kuat dari konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Permata Sentul Golf.

Indikator *Tangible* menunjukkan responden tanggapan positif, dengan persentase berkisar 86,80% hingga 90,60%. Lingkungan yang terlihat bersih serta terawat dan lokasi yang sangat strategis. Indikator *Reliability* dan *responsiveness* juga mendapatkan *respon* yang baik, dengan persentase 87,40% hingga 88,80%. Terdapat sirine untuk pemberitahuan cuaca buruk atau kondisi tertentu dan pengawasan keamanan yang dilakukan di setiap hole. Indikator *Assurance* dan *Empathy* mendapatkan *respon* positif yang sangat tinggi, dengan persentase 88,00% hingga 91,20%. Karyawan memahami kebutuhan pemain serta karyawan selalu memberi salam dan ramah kepada tamu.

Hasil analisis deskriptif ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Permata Sentul Golf, terutama dalam hal bukti pelayanan, keandalan, jaminan, empati dalam kebutuhan pelanggan, serta kecepatan dalam memberikan pelayanan ini berhasil mendapatkan tanggapan yang positif dari responden, efektivitas pendekatan ini menarik perhatian konsumen dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan mengenai kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa responden memberikan penilaian positif kepada Permata Sentul Golf. Menunjukkan bahwa Indikator “Kesesuaian Harapan” mendapatkan skor tertinggi dengan pernyataan “suasana dan lingkungan yang sesuai dengan harapan pelanggan” dengan persentase sebesar 98,80%.

Indikator “Minat Beli Ulang” dengan persentase 86,80% hingga 87,80% menunjukkan bahwa konsumen akan menjadikan Permata Sentul Golf untuk tujuan utama berkunjung kembali dan merasa puas sehingga ingin menjadi pelanggan tetap di Permata Sentul Golf. Indikator “Kesediaan Merekomendasikan” juga mendapatkan *respons* yang positif dengan persentase 87,40% hingga 88,40%, konsumen percaya bahwa orang lain juga akan merasa puas bermain di Permata Sentul Golf dan konsumen juga bersedia merekomendasikan Permata Sentul Golf kepada teman-temannya.

Rata-rata responden yang memberikan komentar positif terhadap pernyataan yang diajukan memperoleh persentase sebanyak 88,43%, dengan nilai maksimum 98,80%, dan minimum 86,40%. Menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf mendapatkan *respon* yang positif. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesesuaian harapan, minat beli ulang, dan kesediaan merekomendasikan sangat penting untuk kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf.

Analisis Data SEM-PLS

Analisis Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model atau *measurement model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Ada tiga kriteria untuk mengevaluasi *outer model* yaitu Validitas Konvergen (*Convergent Validity*), Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) atau menggunakan rerata ekstraksi varian (*Average Variance Extracted*), *Construct Reliability*, yang diukur menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*. Validitas Konvergen dalam software SmartPLS 4.0, *convergent validity* sama dengan *outer loading/loading factor* yang nilainya dikatakan tinggi apabila lebih besar dari 0,7. Nilai *loading factor* diatas 0,7 dapat dikatakan ideal, artinya bahwa indikator tersebut dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Adapun pengukuran lainnya yaitu dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). nilai AVE idealnya di atas 0,5 yang berarti validitas konvergen baik (Yuhana et al.,2024).

Berdasarkan hasil analisis model struktural (*inner model*), diperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,608 yang

berarti bahwa 60,8% variasi kepuasan pelanggan. Hasil analisis *inner model* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif, kuat, dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menandakan bahwa model mampu menjelaskan dan memprediksi kepuasan pelanggan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Uji Validitas Konvergen

Hasil uji ulang validitas konvergen pada variabel dimensi kualitas pelayanan memiliki semua item dengan *loading factor* yang valid, berkisar antara 0,631 hingga 0,763. Item dengan *loading factor* tertinggi adalah (X.10) dengan nilai 0,763, sedangkan item dengan *loading factor* terendah adalah (X.15) dengan nilai 0,631. Seluruh item dalam konstruk ini memenuhi kriteria validitas, sehingga konstruk kualitas pelayanan dapat dikatakan memiliki validitas yang baik. Dimensi kepuasan pelanggan juga menunjukkan sebagian besar item dengan *loading factor* yang valid, dengan nilai berkisar antara 0,639 hingga 0,829. Item (Y.10) memiliki nilai *loading factor* terendah, yaitu 0,639, yang masih berada batas minimum 0,6. Item (Y.9) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,829. Beberapa item memiliki nilai di bawah 0,7, namun tetap dianggap valid karena memenuhi kriteria minimum yang ditetapkan.

Hasil *loading factor* menunjukkan bahwa seluruh item dalam kedua konstruk dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Validitas ini memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian mampu menghasilkan data yang akurat dan dapat diandalkan. Tahapan berikutnya dalam pengujian validitas konvergen adalah mengevaluasi nilai AVE, dengan kriteria minimum $> 0,5$. Nilai AVE dalam penelitian ini. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,501 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,510. Kedua nilai tersebut telah memenuhi syarat minimum yaitu $> 0,5$, bahwa masing-masing indikator mampu merefleksikan variabel yang diukurnya dengan baik. Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid.

Uji Validitas Diskriminan

Berdasarkan hasil uji ulang cross loading, terlihat bahwa indikator X.1 sampai dengan X.15 memiliki nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk Kualitas Pelayanan dibandingkan dengan konstruk Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut valid dalam merefleksikan konstruk Kualitas Pelayanan. Demikian pula, indikator Y.2 sampai dengan Y.12 menunjukkan nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk kepuasan pelanggan dibandingkan dengan konstruk kualitas pelayanan. Indikator-indikator tersebut valid dalam mengukur konstruk Kepuasan Pelanggan.

Perlu dicatat bahwa pada uji sebelumnya, indikator Y.1 memiliki nilai loading yang sangat rendah sehingga tidak dapat merefleksikan konstruk dengan baik. Oleh karena itu, indikator Y.1 dieliminasi pada tahap uji ulang ini. Hasilnya, seluruh indikator yang tersisa (X.1–X.15 dan Y.2–Y.12) telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini telah memiliki validitas diskriminan yang baik. Keyakinan ini memperkuat bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan benar-benar terukur secara jelas, berbeda, dan tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian (misalnya kuesioner atau angket) dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang sama. Uji reliabilitas (*Construct Reliability*) diukur dengan dua kriteria yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* $> 0,7$, sedangkan beberapa batasan mengenai skor *Cronbach Alpha* $> 0,6$ (Yuhana et al.,2024).

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* pada variabel Kualitas Pelayanan masing-masing sebesar 0,930 dan 0,929, sedangkan pada variabel Kepuasan Pelanggan masing-masing sebesar 0,923 dan 0,919. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Instrumen penelitian ini yang digunakan telah terbukti konsisten, stabil, dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti.

ANALISIS EVALUASI MODEL STRUKTURAL (*Inner Model*)

Evaluasi terhadap model pengukuran (*outer model*) telah dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan analisis model struktural (*inner model*) menggunakan SmartPLS. *Inner model* dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten sesuai dengan hipotesis yang diajukan. *Inner model* menjelaskan arah dan kekuatan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Evaluasi inner model dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, nilai *Q-Square* (Q^2) untuk menilai relevansi prediksi model, serta nilai *path coefficient* dan tingkat signifikansinya untuk menguji hubungan kausal antar variabel. Dengan demikian, inner model menjadi dasar dalam menilai apakah hipotesis penelitian dapat diterima atau ditolak.

R-Square & Q-Square

Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,608. Angka ini artinya, 60,8% perubahan atau variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain dalam penelitian (misalnya kualitas pelayanan). Selain itu, nilai *Q-Square* sebesar 0,604 menunjukkan bahwa model penelitian ini punya kemampuan prediksi yang baik. Dengan kata lain, model yang digunakan benar-benar bisa menjelaskan data dan memprediksi kepuasan pelanggan dengan cukup akurat.

Path Coefficient

Hasil uji hubungan antar variabel menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) sebesar 0,780. Kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Nilai 0,780 menunjukkan hubungan yang kuat, karena semakin mendekati angka 1 berarti semakin tinggi pengaruhnya. Tanda positif menegaskan bahwa arah hubungan sejalan (semakin baik kualitas pelayanan → semakin tinggi juga kepuasan pelanggan).

UJI HIPOTESIS

Hasil uji *bootstrapping* menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien sebesar 0,780 dan nilai *T-statistic* 17,633 > 1,96. Uji simultan menggunakan *F* hitung sebesar 152,0 > *F* tabel 3,94 mengindikasikan variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis alternatif (H_1) diterima karena adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Permata Sentul Golf.

ANALISIS STANDARDIZED ROOT MEAN SQUARE RESIDUAL (SRMR)

Hasil evaluasi *model fit* menunjukkan bahwa nilai SRMR sebesar 0.081, yang mengindikasikan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang masih berada dalam batas kelayakan. Nilai NFI sebesar 0.635 menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian model terhadap data relatif rendah, namun hal tersebut lazim ditemukan dalam pendekatan PLS-SEM dan bukan merupakan indikator utama dalam penilaian kelayakan model.

Kualitas Pelayanan Berdasarkan Indikator *Tangible, Reliability, Resposiveness, Aassurance Dan Empathy* Di Permata Sentul Golf

Hasil analisis deskriptif ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Permata Sentul Golf, terutama dalam hal bukti pelayanan, keandalan, jaminan, empati dalam kebutuhan pelanggan, serta kecepatan dalam memberikan pelayanan ini berhasil mendapatkan tanggapan yang positif dari responden, efektivitas pendekatan ini menarik perhatian konsumen dan meningkatkan keterlibatan konsumen.

Kepuasan Pelanggan Di Permata Sentul Golf Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harapan, Minat Beli Ulang, Dan Kesiediaan Merekomendasikan

Rata-rata responden yang memberikan komentar positif terhadap pernyataan yang diajukan memperoleh persentase sebanyak 88.43%, dengan nilai maksimum 98.80%, dan minimum 86.40%. Menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf mendapatkan respon yang positif. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesesuaian harapan, minat beli ulang, dan kesiediaan merekomendasikan sangat penting untuk kepuasan pelanggan di Permata Sentul Golf.

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Permata Sentul Golf

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa Permata Sentul Golf telah mampu memberikan pelayanan yang baik, khususnya dalam aspek keramahan, kesopanan, dan perhatian karyawan terhadap pelanggan. Namun, aspek perawatan fasilitas fisik seperti kebersihan lapangan, perawatan rumput, keamanan, serta kondisi golf cart masih menjadi kelemahan yang harus diperbaiki. Peningkatan pada aspek-aspek tersebut akan sangat berpengaruh dalam menjaga kepuasan sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan ketat dengan lapangan golf lain di kawasan Sentul.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan penelitian menggunakan metode kuantitatif, telah dijelaskan secara rinci pada setiap bab. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tersebut, kesimpulan dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan yang diukur melalui lima dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berada pada kategori sangat baik dengan rata-rata persentase tanggapan responden sebesar 88,82%. Dimensi terbaik terdapat pada *assurance* dan *empathy* (keramahan dan kesopanan karyawan), sedangkan dimensi dengan nilai terendah terdapat pada *tangible*, khususnya perawatan kebersihan lingkungan dan fasilitas lapangan golf; (2) Kepuasan pelanggan yang diukur melalui indikator kesesuaian harapan, minat beli ulang, dan kesiediaan merekomendasikan menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Permata Sentul Golf. Ini dibuktikan dengan tingginya respon positif mengenai kesiediaan pelanggan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang lain; (3) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai *path coefficient* sebesar 0,780 dengan *T-statistic* sebesar 17,633 > 1,96 serta nilai *Fhitung* 152,0 > *Ftabel* 3,94 membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Fauzia. (2019). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia*. Medan: UISU Press.
- Anuar, S. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pada PT Soraya Bedsheet Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 12(4), 419-425.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas: Pena Persada.

- Astuti, D., Luthfiana, H., Putri, N. H., Alieviandy, N. S., Sari, N. S., & Pratama, N. A. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Kerja: Lingkungan Kerja, Stres Kerja dan Insentif (Literature Review Manajemen Kinerja). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(2), 199–214
- Azis, M. B. A., & Jaya, U. A. (2024). PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT BINA SAN PRIMA SUKABUMI. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 380-387.
- Bahits, Abdul, dkk. (2023). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA: KONSEP DAN STRATEGI*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Bramantri, A. S., & Saputro, A. H. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Wonti Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(4), 2828-2836.
- Dessler, Gary. (2019). *Human Resource Management. New York: Pearson. Fundamentals of Management*. New York: Pearson.
- Edison, E, Anwar Komariyah (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Eko, M., & Utami, E. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Berkat Anugerah Sejahtera. *Borneo Studies and Research*, 3(1), 895-907.
- Enni, Beni. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surakarta: CV. Berkah Wisnu.
- Euis Lestari Nurzakiah, Wenny Desty Febrian (2024) Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada PT Billy Indonesia) *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani* 2024, VOL. 6, NO. 1, PP. 46–64 <https://journal.paramadina.ac.id/>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi revisi*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Jannah, M. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*
- Kasmir. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Edisi keempat belas*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, P. (2022). *Landasan Teori Budaya Organisasi, Disiplin Kerja, Kompensasi*. 2018, 6.
- Panggabean, S., Kristanto, Y., & Rahayu, T. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Kyoraku Blowmolding. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8165-8181
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2016). *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih bahasa: Bob Sabran dan Devri Bardani P. Jakarta: Erlangga.
- Rozarie. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yayasan Aini Syam:Pekanbaru
- Sedarmayanti. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi, Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Rafika Aditama.
- Sherlie, S. (2020). *Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Benwin Indonesia Di Kota Batam (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen)*.
- Sinambela, L. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sinambela, L. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia Membangun Tim Kerja yang Solid*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D Cetakan Ke-3*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetak ke sebelas*. Jakarta: Prananda Media Group.
- Sugiarto, A., & Ramadhan, I. (2021). Pengaruh Insentif dan Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Infomedia Nusantara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1227–1237.

- Vallennia, K., Atikah, A., & Azijah, F. N. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan:(Studi Kasus PT. SINAR SOSRO Rancaekek). *E-Jurnal Equilibrium Manajemen*, 6(2), 39-49.
- Yulia Aniasari, Retno Wulansari (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sentra Ponselindo.
- Yuhana, Setiawan, D., & Utomo, P. E. P. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan Model HOT-FIT. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JSINBIS)*, 14(1).