

Pengaruh Harga, Fasilitas, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Warnet dan Game Online

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|------------------|------------------|--------------|----------------|
| 11% | 6% | 4% | 2% |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|--|----|
| 1 | jurnal.ukdc.ac.id Internet Source | 6% |
| 2 | Tiara Ajmi Rissalah, Lisa Sulistyawati. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Shopee di Mojokerto pada Masa Pandemi", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2022 Publication | 2% |
| 3 | Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper | 1% |
| 4 | Usman Usman. "Efektivitas Brand Image, Brand Trust, Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Kemasan "Santri" Pada Santri Putra Dan Putri Pondok Pesantren Darul Falah Ramban Kulon Bondowoso", KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2021 Publication | 1% |
| 5 | Submitted to Universitas Pamulang Student Paper | 1% |

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Turnitin Originality Report

Processed on: 11-Jul-2025 14:40 W
ID: 2713245267
Word Count: 4114
Submitted: 1

Similarity Index

11%

Similarity by Source

Internet Sources: 6%
Publications: 4%
Student Papers: 2%

Pengaruh Harga, Fasilitas,
Citra Merek Terhadap
Kepuasan Pengguna Warnet
dan Game Online By Ukdc
Perpustakaan 2

3% match (Internet from 15-Dec-2024)

<https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP>

2% match (Internet from 10-Feb-2025)

<https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/download/352/241/>

2% match (Tiara Ajmi Rissalah, Lisa Sulistyawati. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Shopee di Mojokerto pada Masa Pandemi", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2022)
[Tiara Ajmi Rissalah, Lisa Sulistyawati. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Shopee di Mojokerto pada Masa Pandemi", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2022](#)

1% match (student papers from 22-Apr-2024)

[Submitted to Universitas Muria Kudus on 2024-04-22](#)

1% match (Usman Usman. "Efektivitas Brand Image, Brand Trust, Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Kemasan "Santri" Pada Santri Putra Dan Putri Pondok Pesantren Darul Falah Ramban Kulon Bondowoso", KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2021)

[Usman Usman. "Efektivitas Brand Image, Brand Trust, Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Kemasan "Santri" Pada Santri Putra Dan Putri Pondok Pesantren Darul Falah Ramban Kulon Bondowoso", KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2021](#)

1% match (student papers from 03-Apr-2023)

[Submitted to Universitas Pamulang on 2023-04-03](#)

[Jurnal Bisnis Perspektif \(BIP's\) p-ISSN 1979-4932 Volume 16, Nomor 2, Juli 2024 e-ISSN 2715-2596 Halaman 152-163](#)

<http://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP> [PENGARUH HARGA, FASILITAS, CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA WARNET DAN GAME ONLINE](#) 1Pedro [Mario Ericko](#) Venandra, 2*[Stephanie Astrid Ayu](#)

1,2Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya *Corresponding Author: astrid.ayu@ukdc.ac.id.
ABSTRACT The increasingly rapid development of the internet world can be utilized as a very profitable business idea. Internet Cafes (Warnet) and Online Games XGATE Surabaya are one form of utilizing business ideas related to the increasingly rapid development of the internet world and triggering the development of online games in Indonesia. XGATE Surabaya Internet Cafes and Online Games have seen a fairly rapid growth in the number of consumers in the last 4 years. The research currently being carried out by researchers is research using quantitative research

methods. The data collection technique used by researchers in this research is by distributing questionnaires online via Google Forms which are distributed via the researcher's social media. Researchers used a purposive sampling method. The respondents sampled in this research were consumers who had used the services of XGATE Surabaya internet cafes and online games with a total of 100 respondents. This research uses SPSS version 25 for data processing. After processing the data resulting from the respondents' answers, data analysis was carried out, the results of which provided information that all statement items for each variable used in the questionnaire were declared valid with $r_{count} > r_{table}$ of 0.1654. Likewise with the results of the reliability test, in this study all variables were declared reliable with a Cronbach's alpha value > 0.6 . The results of the Normality test, P-P Plot show that the data used in this research is normally distributed. Based on the results of the Multicollinearity Test in this study, it shows that there are no symptoms of multicollinearity between independent variables in the regression model with tolerance values ≥ 0.10 and $VIF \leq 10$. Based on the Heteroscedasticity Test Results, in this study there are no symptoms of heteroscedasticity in the regression model. The results of the multiple linear regression equation in this research are $Y = 8.878 + 0.498 X_1 + 0.456 X_2 + 0.276 X_3$ is 45.0%. The results of data analysis using the t test show that (1) the facility variable has an influence on purchasing decisions with a tcount of 5.067 > 1.985 and a significance value of $0.000 < 0.05$, (2) the price variable has a significant influence on purchasing decisions with a tcount of 4.891 > 1.985 and significance value 0.000 < 0.05 , (3) The brand image variable has no significant effect on purchasing decisions with tcount - 3.935 < 1.985 and significance $0.000 < 0.05$. Keywords: Online Games, Service Quality, Consumer Satisfaction

ABSTRAK Perkembangan dunia internet yang semakin pesat dapat dimanfaatkan sebagai suatu ide bisnis yang sangat menguntungkan. Warung Internet (Warnet) dan Game Online XGATE Surabaya merupakan salah satu bentuk dari pemanfaatan ide bisnis terkait perkembangan dunia internet yang semakin pesat dan memicu perkembangan game online di Indonesia. Warung Internet (Warnet) dan Game Online XGATE Surabaya memiliki perkembangan jumlah konsumen yang cukup pesat dalam 4 tahun terakhir. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti saat ini adalah penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan penyebaran kuesioner secara daring melalui Formulir Google yang disebarluaskan melalui sosial media peneliti. Peneliti menggunakan metode purposive sampling. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa Warung internet (Warnet) dan Game Online XGATE Surabaya dengan jumlah 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk pengolahan datanya. Setelah dilakukan pengolahan data hasil dari jawaban para responden, dilakukan analisis data yang hasilnya memberikan informasi bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1654. Demikian juga dengan hasil uji reliabilitas, dalam penelitian ini semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai cronbach's alpha $> 0,6$. Hasil uji Normalitas, P-P Plot menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal. Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi dengan nilai tolerance $\geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$. Berdasarkan Hasil Uji Heteroskedastisitas, dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 8,878 + 0,498 X_1 + 0,456 X_2 + 0,276 X_3$, besarnya pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Warung Internet (Warnet) dan Game Online XGATE Surabaya berdasarkan nilai Adjusted Rsquare adalah

sebesar 45,0%. Hasil analisis data dengan menggunakan Uji t menunjukkan bahwa (1) Variabel Fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan thitung $5,067 > 1,985$ dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, (2) Variabel Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan thitung $4,891 > 1,985$ dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, (3) Variabel Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan thitung $-3,935 < 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kata kunci : Game Online, Citra merek, Kepuasan Konsumen. PENDAHULUAN Saat ini masyarakat mengalami banyak perkembangan yang semakin pesat dari segala sisi. Mulai dari teknologi, fashion, internet, ataupun fasilitas lain yang tentunya memudahkan aktifitas masyarakat. Munculnya beragam jenis handphone, laptop, tablet, komputer, dan masih banyak lagi yang pastinya membantu masyarakat untuk mengakses informasi dengan lebih mudah. Seperti yang dilansir pada website kemenkeu.go.id menyatakan bahwa hampir seluruh masyarakat setuju apabila perkembangan internet telah membuka peluang yang baru untuk berkembang dan menjalani hidup dengan cara yang jauh lebih praktis dibanding di jaman dahulu. Perkembangan Revolusi Industri 4.0 bagi dunia memberikan dampak berupa perubahan bagi setiap manusia dalam segala aspek kehidupan, termasuk internet yang tidak hanya menyediakan beragam informasi tapi juga beragam situs game online yang dapat menjadi hiburan bagi sebagian kalangan masyarakat (Syahputra dan Amsal, 2018). Perkembangan di dunia digital dan internet dapat dimanfaatkan sebagai suatu ide bisnis yang dapat membantu banyak orang dan pastinya memiliki keuntungan. Seperti masyarakat yang tidak mempunyai perangkat komputer dirumah dapat memanfaatkan jasa Warung Internet (Warnet) untuk sekedar mencari hiburan ataupun mencari pundi – pundi uang dari internet ataupun melalui Game Online. Game online adalah sebuah permainan yang terhubung dengan karingan internet. Game online tidak terbatas pada satu perangkat elektronik yang digunakan, game online bisa dimainkan melalui perangkat komputer, laptop, dan perangkat lain yang terhubung dengan jaringan internet. Game online akan berdampak positif bagi penggunaannya apabila konsumen dapat mengelola aktivitas kegiatan sehari-hari serta memiliki manajemen waktu bermain dan belajar atau bekerja dengan baik (Syahputra dan Amsal, 2018). Bagi konsumen yang tidak mempunyai perangkat komputer dirumah dapat memanfaatkan jasa Warung Internet (Warnet) dan Game Online sebagai tempat untuk sekedar mencari hiburan ataupun mencari pundi – pundi uang dari internet atau Game Online. Warnet merupakan suatu bentuk usaha yang dikelola oleh kelompok atau individu yang menjual jasa internet. Penyedia jasa Warung Internet (Warnet) tentunya memudahkan masyarakat terutama kaum muda untuk mengakses internet dan Game Online. XGATE SURABAYA merupakan salah satu penyedia jasa Warung Internet (Warnet) dan Game Online di Surabaya, banyak fasilitas yang disediakan untuk konsumen dan pastinya XGATE SURABAYA juga memperhatikan beberapa faktor. Pemeliharaan jaringan, maintenance semua personal komputer, tempat duduk yang nyaman, kebersihan lingkungan dan toilet, serta terdapat ruang tunggu yang layak merupakan banyak cara yang dilakukan XGATE SURABAYA untuk memenuhi fasilitas yang ada. Fasilitas merupakan perangkat pendukung yang disediakan untuk mendukung kenyamanan pegawai, konsumen, pengunjung, pasien, atau pelajar dalam upaya meningkatkan kepuasan hati maupun kinerja usaha (Septiyowati dan Oetomo, 2017). Pemeliharaan jaringan, maintenance semua personal komputer, tempat duduk yang nyaman, kebersihan lingkungan dan toilet, serta terdapat ruang tunggu yang layak merupakan banyak cara yang dilakukan XGATE SURABAYA untuk memenuhi fasilitas yang ada. XGATE SURABAYA juga memiliki cara untuk promosi kepada konsumen melalui sosial media Instagram, Youtube, dan Facebook agar lebih dikenal konsumen yang berada di Surabaya bahkan diluar Surabaya, pengadaan perlombaan Game Online juga merupakan bentuk promosi dan bentuk dukungan terhadap e-Sport di Indonesia.

Dalam pemasaran variabel harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan; sedangkan untuk variabel karakteristik produk, saluran distribusi dan bahkan promosi memerlukan lebih banyak waktu untuk disesuaikan (Anggraini dan Budiarti, 2020). Spesifikasi yang sesuai dengan didukung oleh lokasi strategis dan memiliki pengunjung yang memiliki rentang usia remaja sampai dewasa tentunya XGATE SURABAYA tidak sembarangan memasang tarif harga sewa perjamnya. Saat ini, dengan segala fasilitas dan spesifikasi komputer yang mendukung untuk mengakses internet dan menjalankan segala jenis game online tentunya XGATE SURABAYA memiliki standar harga yang sesuai. Menurut Kotler dan Keller (2018:330), citra merek adalah karakteristik luar yang dapat dilihat konsumen bahkan sebelum mereka menggunakan barang atau jasa tersebut. Menurut Firmansyah (2018:87), citra merek adalah gambaran keseluruhan terhadap merek yang terbentuk melalui pengalaman dan informasi yang terkait dengan merek tersebut. Pemilihan suatu tempat yang artistik dan nyaman untuk para konsumen dengan menikmati penggunaan internet dan game online dapat menjadi penilaian konsumen itu sendiri dalam menikmati citra merek serta dapat memengaruhi penilaian dari konsumen tentang kepuasannya atau loyalitas suatu pelayanan (Irmawati, 2016). Fokus penelitian adalah pemahaman yang lebih mendalam terkait faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Warung Internet (Warnet) dan Game Online XGATE Surabaya. Meskipun banyak Warung Internet (Warnet) sejenis, tetapi XGATE Surabaya memiliki fasilitas, harga, dan citra merek yang konsisten demi menjaga kepuasan konsumen agar semakin meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen XGATE Surabaya. Berdasarkan penjelasan uraian dan penelusuran dari sumber pustaka di atas maka tujuan khusus dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga Dalam pengertian umumnya, harga merupakan sejumlah nominal uang yang dibayarkan untuk barang dan jasa sesuai dengan nilai yang konsumen tukar untuk mendapatkan manfaat dan hasil suatu barang dan jasa yang dibeli (Prabowo, 2018). Menurut Abu Bakar (2018:40) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk pembelian barang atau jasa yang diharapkan sehingga dapat memuaskan kebutuhan serta harapan konsumen. Fasilitas Fasilitas merupakan sumber daya fisik disediakan perusahaan sejak sebelum suatu jasa diberikan kepada konsumen (Tjiptono, 2019). Fasilitas adalah segala sesuatu yang dievaluasi sebagai cara untuk tujuan tertentu atau untuk pemenuhan kebutuhan tertentu (Surasdim, 2019). Fasilitas menurut Septiyowati dan Oetomo (2017:5) adalah segala sesuatu yang dapat membantu pegawai, konsumen, pengunjung, pasien dan siswa merasa nyaman, yang meningkatkan kepuasan hati dan kinerja bisnis. Menurut Munawir (dalam Safitri dan Yuni 2022) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sumber daya fisik yang sebelumnya harus tersedia sebelum suatu jasa dapat dipromosikan. Fasilitas juga dapat meliputi segala hal yang memfasilitasi konsumen untuk dapat menikmati kepuasan Citra Merek Citra merek adalah suatu gambaran secara keseluruhan persepsi terhadap suatu merek dan wujud dari informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut (Firmansyah, 2019). Menurut Kotler dan Keller (2018:330), citra merek adalah karakteristik luar yang dapat dilihat konsumen bahkan sebelum mereka menggunakan barang atau jasa tersebut. Hipotesis Penelitian Hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini ada 3, yaitu: H1 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen. H2 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. H3 : Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. METODE PENELITIAN Penelitian ini berfokus pada variabel fasilitas, harga, dan citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warnet XGATE Surabaya. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, melalui pengumpulan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Skala pengukuran untuk variabel penelitian ini adalah skala likert dengan kriteria rentang nilai skor 1-5. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan pengujian dimulai dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas), serta analisis regresi linear berganda. Data sampel diperoleh dari 100 konsumen dengan menggunakan teknik sampling purposive sampling. Dalam penelitian ini juga dilakukan tahapan pengujian koefisien determinasi untuk mengukur apakah model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Uji parsial (uji t) digunakan untuk menilai pengaruh individu setiap variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan untuk penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN XGATE Surabaya adalah salah satu penyedia jasa warung internet (warnet) berbasis game online. XGATE Surabaya berdiri sejak 15 Agustus 2016 di Surabaya beralamat di Landmark Delta-Ruko, Jl. Panjang Jiwo Permai Selatan, Panjang Jiwo, Kec. Tenggilis Mejoyo, Surabaya, Jawa Timur 60299. Sudah 8 tahun XGATE Surabaya berdiri dan masih eksis hingga saat ini. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen XGATE Surabaya di Surabaya. Mayoritas responden berusia 17-20 tahun dengan persentase sebesar 60%. Kemudian pada umur 21-26 tahun mendapat persentase sebesar 24% dan yang terkecil ada pada usia 27-30 tahun dengan persentase sebesar 8 %. Mayoritas konsumen XGATE Surabaya berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 93% , hal ini dapat dikatakan jika laki- laki gemar bermain game di warnet XGATE Surabaya dibandingkan jenis kelamin perempuan. Uji Kualitas Data Hasil Uji Validitas Uji validitas dilakukan dengan cara melakukan perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan angka derajat kebebasan (df) = n-2. Variabel n merupakan total jumlah responden yang digunakan sebagai sampel (100). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam variabel harga, fasilitas, citra merek dan kepuasan konsumen memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari nilai r tabel (0,1654). Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan dalam setiap variabel tersebut valid untuk mengukur variabel yang dalam penelitian Uji Reliabilitas Dalam penelitian ini Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha, dengan koefisien alpha $X_1 = 0,807$; $X_2 = 0,722$; $X_3 = 0,751$; dan $Y = 0,776$. Nilai koefisien keempat variabel dalam penelitian memiliki hasil nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6. Hal ini berarti bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel fasilitas, harga, citra merek dan kepuasan konsumen adalah reliabel Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas Setelah dilakukan uji normalitas data residual dalam penelitian ini dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terdapat tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,200. Dikarenakan nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05), maka dapat kesimpulan data residual dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Hal ini berarti bahwa model regresi yang digunakan dapat memenuhi asumsi normalitas, yang merupakan indikator penting bagi kualitas model regresi Uji Multikolinearitas Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian inimenunjukkan hasil seperti terlihat pada Tabel 1. Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Collinearity Statistics Tolerance VIF Harga (X1) Fasilitas (X2) Citra merek (X3) 0,710 0,695 0,791 1,408 1,438 1,265

Sumber : Data Primer yang diolah Dalam uji multikolinearitas yang dilakukan untuk penelitian ini yaitu pengujian dengan cara menghitung nilai tolerance dan (VIF) untuk setiap variabel independen. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa semua nilai tolerance berada di atas 0,10

dan semua nilai VIF berada di bawah 10. Hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi, artinya tidak ada hubungan yang kuat antara variabel independen dalam penelitian Uji Heteroskedastisitas Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dan bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari sebuah pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan diagram scatterplot untuk menguji apakah terdapat heteroskedastisitas pada penelitian ini atau tidak. Pada gambar 1.1 terlihat bahwa tidak terdapat pola yang mengumpul dan membentuk suatu pola, namun titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas Sumber: Data Diolah

Uji Koefisien Determinasi Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Model r^2 Adjusted r^2 Std. Error Of The Estimate 1 683a .466 .450 1.96055 Sumber: Data Diolah Hasil yang ditunjukkan oleh tabel 2 dapat diartikan adanya pengaruh dari variabel independen fasilitas (X1), harga (X2) dan kualitas layanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) cukup berpengaruh dikarenakan hasil berada pada rentang 0,400 – 0,599. Besar nilai adjusted r^2 adalah 0,450 yang memiliki arti bahwa persentase kontribusi dari variabel independen adalah sebesar 45,0% sedangkan sisanya dipengaruhi berdasarkan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Uji t Ghozali, Imam (2018:179) menyatakan bahwa uji parsial (t test) dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen terhadap suatu penelitian. Hasil uji t dari model penelitian ini menunjukkan hasil seperti terlihat pada Tabel 3. Tabel 3. Hasil Uji t Model T tabel Constant 1.98525 Harga (X1) 1.98525 Fasilitas (X2) 1.98525 Citra Merek (X3) 1.98525 T hitung 4.651 5.067 4.891 -3.935 Sign 0.000 0.000 0.000 0.000 Sumber: Data Diolah

Data hasil pengujian uji t yang ditampilkan dalam Tabel 3 memberikan informasi bahwa pengujian pada hipotesis pertama (H1) yang disimpulkan oleh peneliti adalah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis dari regresi menjelaskan bahwa variabel harga (X1) memiliki nilai sign. sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 serta nilai t hitung (5,067) yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,985). Sehingga kesimpulannya adalah H0 ditolak dan H2 diterima sehingga dinyatakan bahwa harga (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Pembahasan Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hasil analisis regresi menjelaskan bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 serta nilai t hitung (4,891) yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,985). Maka demikian kesimpulan berdasarkan data tersebut adalah H0 ditolak dan H2 diterima sehingga dinyatakan bahwa harga (X2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan dua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astianto (2022) dan Osman, et.al. (2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila harga yang ditetapkan warnet XGATE Surabaya sesuai dengan kualitas dan terjangkau, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen yang bermain di warnet XGATE Surabaya. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Hasil analisis dari regresi menjelaskan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 serta nilai t hitung (5,067) yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,985). Maka kesimpulannya adalah H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dinyatakan bahwa fasilitas (X1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akbar, et.al (2021) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin lengkap fasilitas yang diberikan maka dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh Citra merek Terhadap

Kepuasan Konsumen Hasil analisis dari regresi diatas menjelaskan bahwa variabel citra merek memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 namun nilai t hitung (-3,935) yang lebih kecil daripada nilai t tabel (1,985). Maka kesimpulannya adalah H₀ diterima dan H₃ ditolak sehingga dinyatakan bahwa citra merek (X₃) berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan dua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hawignyo dan Safavi (2021) dan Alvino (2020) yang menyatakan bahwa Citra merek berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan biasanya konsumen warnet tidak mementingkan citra merek karena dominan self-service kecuali pada saat pembayaran billing.

SIMPULAN Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Harga (X₁) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya karena dengan memasang harga sewa yang sesuai dengan fasilitas yang disediakan maka konsumen XGATE Surabaya tidak merasa dirugikan. 2. Fasilitas (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya karena dengan memiliki fasilitas yang memadai dan terus berkembang maka konsumen akan semakin betah dan nyaman saat menggunakan jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya. 3. Citra merek (X₃) berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya. Calon konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan game online XGATE Surabaya lebih mengutamakan dan mempertimbangkan variabel lain seperti Fasilitas dan Harga karena variabel tersebut sangat berkaitan dengan kualitas dari suatu perusahaan jasa SARAN Berdasarkan hasil diatas, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu, Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti menyarankan kepada XGATE Surabaya bahwa pemanfaatan fasilitas tidak hanya digunakan untuk spesifikasi komputer dan ruang lingkup di XGATE Surabaya. Pemanfaatan fasilitas juga dapat digunakan untuk memfasilitasi para pemain (gamer) yang ingin berkembang, seperti menyediakan ruangan khusus bagi team dan pemain individu yang ingin berlatih untuk event tournament yang diakan sehingga hal tersebut dapat menjadi dorongan supaya para games di Surabaya lebih berkembang. Peneliti menyarankan kepada XGATE Surabaya untuk terus konsisten memperbaiki fasilitas yang ada sesuai dengan kebutuhan gamers serta perkembangan zaman. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti menyarankan agar setiap kali XGATE Surabaya melakukan upgrade pada spesifikasi komputer serta equipment yang disediakan alangkah baiknya agar XGATE Surabaya tidak memberikan harga sewa yang terlalu mahal, hal ini bertujuan agar para konsumen tidak mengeluh dan keberatan akan harga sewa yang ditetapkan oleh XGATE Surabaya. Citra merek berpengaruh secara negatif pada kepuasan konsumen, dari pernyataan tersebut peneliti menyarankan agar XGATE Surabaya sebaiknya tetap berupaya meningkatkan citra merek dari XGATE Surabaya supaya dapat lebih dikenal baik oleh konsumen secara luas. Citra merek dapat ditingkatkan melalui strategi branding, melakukan promosi, dan membagikan informasi melalui sosial media. Peneliti juga menyarankan supaya XGATE Surabaya lebih memperhatikan kebersihan lingkungan seperti toilet dan ruang lingkup di dalam warnet agar konsumen terasa lebih nyaman. Suasana dan lingkungan yang bersih juga mampu memberikan kesan positif atas citra merek XGATE Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA Aji, Chandra Zebeh. (2012). Berburu Rupiah Lewat Game Online. Yogyakarta: Bounabook. Akbar, M. F., Ariyanto, A., dan Sudarsono, A. 2021. Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Konsumen Member Sport Club Meadow Terrace BSD. 2(1), 21–28. Alvino, G. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Citra merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). Skripsi. Salatiga. Fakultas Ekonomika. Universitas Kristen Satya Wacana. Anggraini, F., dan Budiarti,

Pengaruh Harga, Fasilitas, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Warnet dan Game Online

by Ukdc Perpustakaan 2

Submission date: 11-Jul-2025 02:39PM (UTC+0700)

Submission ID: 2713245267

File name: ,_FASILITAS,_CITRA_MERK_TERHADAP_Pedro_Astrid_BIP_s_Sinta_5.pdf (357.52K)

Word count: 4114

Character count: 25409

1
**PENGARUH HARGA, FASILITAS, CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA WARNET DAN GAME ONLINE**

¹Pedro Mario Ericko Venandra, ^{2*}Stephanie Astrid Ayu
^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
Katolik Darma Cendika, Surabaya
*Corresponding Author: astrid.ayu@ukdc.ac.id.

ABSTRACT

The increasingly rapid development of the internet world can be utilized as a very profitable business idea. Internet Cafes (Warnet) and Online Games XGATE Surabaya are one form of utilizing business ideas related to the increasingly rapid development of the internet world and triggering the development of online games in Indonesia. XGATE Surabaya Internet Cafes and Online Games have seen a fairly rapid growth in the number of consumers in the last 4 years. The research currently being carried out by researchers is research using quantitative research methods. The data collection technique used by researchers in this research is by distributing questionnaires online via Google Forms which are distributed via the researcher's social media. Researchers used a purposive sampling method. The respondents sampled in this research were consumers who had used the services of XGATE Surabaya internet cafes and online games with a total of 100 respondents. This research uses SPSS version 25 for data processing. After processing the data resulting from the respondents' answers, data analysis was carried out, the results of which provided information that all statement items for each variable used in the questionnaire were declared valid with $r_{count} > r_{table}$ of 0.1654. Likewise with the results of the reliability test, in this study all variables were declared reliable with a Cronbach's alpha value > 0.6 . The results of the Normality test, P-P Plot show that the data used in this research is normally distributed. Based on the results of the Multicollinearity Test in this study, it shows that there are no symptoms of multicollinearity between independent variables in the regression model with tolerance values ≥ 0.10 and $VIF \leq 10$. Based on the Heteroscedasticity Test Results, in this study there are no symptoms of heteroscedasticity in the regression model. The results of the multiple linear regression equation in this research are $Y = 8.878 + 0.498 X_1 + 0.456 X_2$ is 45.0%. The results of data analysis using the t test show that (1) the facility variable has an influence on purchasing decisions with a tcount of 5.067 > 1.985 and a significance value of $0.000 < 0.05$, (2) the price variable has a significant influence on purchasing decisions with a tcount of 4.891 > 1.985 and significance value $0.000 < 0.05$, (3) The brand image variable has no significant effect on purchasing decisions with tcount - 3.935 < 1.985 and significance $0.000 < 0.05$.

Keywords: Online Games, Service Quality, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Perkembangan dunia internet yang semakin pesat dapat dimanfaatkan sebagai suatu ide bisnis yang sangat menguntungkan. Warung Internet (Warnet) dan *Game Online* XGATE Surabaya merupakan salah satu bentuk dari pemanfaatan ide bisnis terkait perkembangan dunia internet yang semakin pesat dan memicu perkembangan *game online* di Indonesia. Warung Internet (Warnet) dan *Game Online* XGATE Surabaya memiliki perkembangan jumlah konsumen yang cukup pesat dalam 4 tahun terakhir. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti saat ini adalah penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan penyebaran kuesioner secara daring melalui Formulir Google yang disebarakan melalui sosial media peneliti. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa Warung internet (Warnet) dan *Game Online* XGATE Surabaya dengan jumlah 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk pengolahan datanya. Setelah dilakukan pengolahan data hasil dari jawaban para responden, dilakukan analisis data yang hasilnya memberikan informasi bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1654. Demikian juga dengan hasil uji reliabilitas, dalam penelitian ini semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai $cronbac'h\ alpha > 0,6$. Hasil uji Normalitas, P-P Plot menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal. Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi dengan nilai tolerance $\geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$. Berdasarkan Hasil Uji Heteroskedastisitas, dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 8,878 + 0,498 X_1 + 0,456 X_2 + 0,276 X_3$, besarnya pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Warung Internet (Warnet) dan *Game Online* XGATE Surabaya berdasarkan nilai *Adjusted Rsquare* adalah sebesar 45,0%. Hasil analisis data dengan menggunakan Uji t menunjukkan bahwa (1) Variabel Fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 5,067 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, (2) Variabel Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 4,891 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, (3) Variabel Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} - 3,935 < 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : *Game Online, Citra merek, Kepuasan Konsumen.*

PENDAHULUAN

Saat ini masyarakat mengalami banyak perkembangan yang semakin pesat dari segala sisi. Mulai dari teknologi, fashion, internet, ataupun fasilitas lain yang tentunya memudahkan aktifitas masyarakat. Munculnya beragam jenis handphone, laptop, tablet, komputer, dan masih banyak lagi yang pastinya membantu masyarakat untuk mengakses informasi dengan lebih mudah. Seperti yang dilansir pada *website* kemenkeu.go.id menyatakan bahwa hampir seluruh masyarakat setuju apabila perkembangan internet telah membuka peluang yang baru untuk berkembang dan menjalani hidup dengan cara yang jauh lebih praktis dibanding di jaman dahulu. Perkembangan Revolusi Industri 4.0 bagi dunia memberikan dampak berupa perubahan bagi setiap manusia dalam segala aspek kehidupan, termasuk internet yang tidak hanya menyediakan beragam informasi tapi juga beragam situs *game online* yang dapat menjadi hiburan bagi sebagian kalangan masyarakat (Syahputra dan Amsal, 2018).

Perkembangan di dunia digital dan internet dapat dimanfaatkan sebagai suatu ide bisnis yang dapat membantu banyak orang dan pastinya memiliki keuntungan. Seperti masyarakat yang tidak mempunyai perangkat komputer dirumah dapat memanfaatkan jasa Warung Internet (Warnet) untuk sekedar mencari hiburan ataupun mencari pundi – pundi uang dari internet ataupun melalui *Game Online*. *Game online* adalah sebuah permainan yang terhubung dengan karingan internet. *Game online* tidak terbatas pada satu perangkat elektronik yang digunakan, *game online* bisa dimainkan melalui perangkat komputer, laptop, dan perangkat lain yang terhubung dengan jaringan internet.

Game online akan berdampak positif bagi penggunaannya apabila konsumen dapat mengelola aktivitas kegiatan sehari-hari serta memiliki manajemen waktu bermain dan belajar atau bekerja dengan baik (Syahputra dan Amsal, 2018). Bagi konsumen yang tidak mempunyai perangkat komputer dirumah dapat memanfaatkan jasa Warung Internet (Warnet) dan *Game Online* sebagai tempat untuk sekedar mencari hiburan ataupun mencari pundi – pundi uang dari internet atau *Game Online*.

Warnet merupakan suatu bentuk usaha yang dikelola oleh kelompok atau individu yang menjual jasa internet. Penyedia jasa Warung Internet (Warnet) tentunya memudahkan masyarakat terutama kaum muda untuk mengakses internet dan *Game Online*. XGATE SURABAYA merupakan salah satu penyedia jasa Warung Internet (Warnet) dan *Game Online* di Surabaya, banyak fasilitas yang disediakan untuk konsumen dan pastinya XGATE SURABAYA juga memperhatikan beberapa faktor. Pemeliharaan jaringan, *maintenance* semua personal komputer, tempat duduk yang nyaman, kebersihan lingkungan dan toilet, serta terdapat ruang tunggu yang layak merupakan banyak cara yang dilakukan XGATE SURABAYA untuk memenuhi fasilitas yang ada.

Fasilitas merupakan perangkat pendukung yang disediakan untuk mendukung kenyamanan pegawai, konsumen, pengunjung, pasien, atau pelajar dalam upaya meningkatkan kepuasan hati maupun kinerja usaha (Septiyowati dan Oetomo, 2017). Pemeliharaan jaringan, *maintenance* semua personal komputer, tempat duduk yang

nyaman, kebersihan lingkungan dan toilet, serta terdapat ruang tunggu yang layak merupakan banyak cara yang dilakukan XGATE SURABAYA untuk memenuhi fasilitas yang ada. XGATE SURABAYA juga memiliki cara untuk promosi kepada konsumen melalui sosial media *Instagram*, *Youtube*, dan *Facebook* agar lebih dikenal konsumen yang berada di Surabaya bahkan diluar Surabaya, pengadaan perlombaan *Game Online* juga merupakan bentuk promosi dan bentuk dukungan terhadap *e-Sport* di Indonesia.

Dalam pemasaran variabel harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan; sedangkan untuk variabel karakteristik produk, saluran distribusi dan bahkan promosi memerlukan lebih banyak waktu untuk disesuaikan (Anggraini dan Budiarti, 2020). Spesifikasi yang sesuai dengan didukung oleh lokasi strategis dan memiliki pengunjung yang memiliki rentang usia remaja sampai dewasa tentunya XGATE SURABAYA tidak sembarangan memasang tarif harga sewa perjamnya. Saat ini, dengan segala fasilitas dan spesifikasi komputer yang mendukung untuk mengakses internet dan menjalankan segala jenis *game online* tentunya XGATE SURABAYA memiliki standar harga yang sesuai.

Menurut Kotler dan Keller (2018:330), citra merek adalah karakteristik luar yang dapat dilihat konsumen bahkan sebelum mereka menggunakan barang atau jasa tersebut. Menurut Firmansyah (2018:87), citra merek adalah gambaran keseluruhan terhadap merek yang terbentuk melalui pengalaman dan informasi yang terkait dengan merek tersebut. Pemilihan suatu tempat yang *artistik* dan nyaman untuk para konsumen dengan menikmati penggunaan internet dan *game online* dapat menjadi penilaian konsumen itu sendiri dalam menikmati citra merek serta dapat memengaruhi penilaian dari konsumen tentang kepuasannya atau loyalitas suatu pelayanan (Irmawati, 2016).

Fokus penelitian adalah pemahaman yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Warung Internet (Warnet) dan *Game Online* XGATE Surabaya. Meskipun banyak Warung Internet (Warnet) sejenis, tetapi XGATE Surabaya memiliki fasilitas, harga, dan citra merek yang konsisten demi menjaga kepuasan konsumen agar semakin meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen XGATE Surabaya.

Berdasarkan penjelasan uraian dan penelusuran dari sumber pustaka di atas maka tujuan khusus dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Dalam pengertian umumnya, harga merupakan sejumlah nominal uang yang dibayarkan untuk barang dan jasa sesuai dengan nilai yang konsumen tukar untuk mendapatkan manfaat dan hasil suatu barang dan jasa yang dibeli (Prabowo, 2018). Menurut Abu Bakar (2018:40) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk pembelian barang atau jasa yang diharapkan sehingga dapat memuaskan kebutuhan serta harapan konsumen.

Fasilitas

Fasilitas merupakan sumber daya fisik disediakan perusahaan sejak sebelum suatu jasa diberikan kepada konsumen (Tjiptono, 2019). Fasilitas adalah segala sesuatu yang dievaluasi sebagai cara untuk tujuan tertentu atau untuk pemenuhan kebutuhan tertentu (Surasdim, 2019). Fasilitas menurut Septiyowati dan Oetomo (2017:5) adalah segala sesuatu yang dapat membantu pegawai, konsumen, pengunjung, pasien dan siswa merasa nyaman, yang meningkatkan kepuasan hati dan kinerja bisnis. Menurut Munawir (dalam Safitri dan Yuni 2022) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sumber daya fisik yang sebelumnya harus tersedia sebelum suatu jasa dapat dipromosikan. Fasilitas juga dapat meliputi segala hal yang memfasilitasi konsumen untuk dapat menikmati kepuasan

Citra Merek

Citra merek adalah suatu gambaran secara keseluruhan persepsi terhadap suatu merek dan wujud dari informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut (Firmansyah, 2019). Menurut Kotler dan Keller (2018:330), citra merek adalah karakteristik luar yang dapat dilihat konsumen bahkan sebelum mereka menggunakan barang atau jasa tersebut.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini ada 3, yaitu:

H1 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H2 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H3 : Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada variabel fasilitas, harga, dan citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warnet XGATE Surabaya. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, melalui pengumpulan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Skala pengukuran untuk variabel penelitian ini adalah skala likert dengan kriteria rentang nilai skor 1-5. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan

pengujian dimulai dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas), serta analisis regresi linear berganda.

Data sampel diperoleh dari 100 konsumen dengan menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. Dalam penelitian ini juga dilakukan tahapan pengujian koefisien determinasi untuk mengukur apakah model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Uji parsial (uji t) digunakan untuk menilai pengaruh individu setiap variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan untuk penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

XGATE Surabaya adalah salah satu penyedia jasa warung internet (warnet) berbasis *game online*. XGATE Surabaya berdiri sejak 15 Agustus 2016 di Surabaya beralamat di Landmark Delta-Ruko, Jl. Panjang Jiwo Permai Selatan, Panjang Jiwo, Kec. Tenggilis Mejoyo, Surabaya, Jawa Timur 60299. Sudah 8 tahun XGATE Surabaya berdiri dan masih eksis hingga saat ini. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen XGATE Surabaya di Surabaya. Mayoritas responden berusia 17-20 tahun dengan persentase sebesar 60%. Kemudian pada umur 21-26 tahun mendapat persentase sebesar 24% dan yang terkecil ada pada usia 27-30 tahun dengan persentase sebesar 8%. Mayoritas konsumen XGATE Surabaya berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 93%, hal ini dapat dikatakan jika laki-laki gemar bermain *game* di warnet XGATE Surabaya dibandingkan jenis kelamin perempuan.

Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara melakukan perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan angka derajat kebebasan (df) = $n-2$. Variabel n merupakan total jumlah responden yang digunakan sebagai sampel (100). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam variabel harga, fasilitas, citra merek dan kepuasan konsumen memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari nilai r tabel (0,1654). Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan dalam setiap variabel tersebut valid untuk mengukur variabel yang dalam penelitian

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha, dengan koefisien alpha $X_1 = 0,807$; $X_2 = 0,722$; $X_3 = 0,751$; dan $Y = 0,776$. Nilai koefisien keempat variabel dalam penelitian memiliki hasil nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6. Hal ini berarti bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel fasilitas, harga, citra merek dan kepuasan konsumen adalah reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Setelah dilakukan uji normalitas data residual dalam penelitian ini dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terdapat tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,200. Dikarenakan nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05), maka dapat kesimpulan data residual dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Hal ini berarti bahwa model regresi yang digunakan dapat memenuhi asumsi normalitas, yang merupakan indikator penting bagi kualitas model regresi

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian inimenunjukkan hasil seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Collinearity Statistics | |
|------------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| Harga (X1) | 0,710 | 1,408 |
| Fasilitas (X2) | 0,695 | 1,438 |
| Citra merek (X3) | 0,791 | 1,265 |

Sumber : Data Primer yang diolah

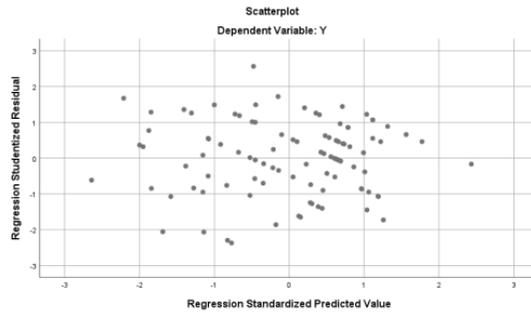
Dalam uji multikolinearitas yang dilakukan untuk penelitian ini yaitu pengujian dengan cara menghitung nilai *tolerance* dan (VIF) untuk setiap variabel independen. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* berada di atas 0,10 dan semua nilai VIF berada di bawah 10. Hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi, artinya tidak ada hubungan yang kuat antara variabel independen dalam penelitian

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dan bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari sebuah pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan diagram *scatterplot* untuk menguji apakah terdapat heteroskedastisitas pada penelitian ini atau tidak.

Pada gambar 1.1 terlihat bahwa tidak terdapat pola yang mengumpul dan membentuk suatu pola, namun titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | r | r ² | Adjusted r ² | Std. Error Of The Estimate |
|-------|-------------------|----------------|-------------------------|----------------------------|
| 1 | .683 ^a | .466 | .450 | 1.96055 |

Sumber: Data Diolah

Hasil yang ditunjukkan oleh tabel 2 dapat diartikan adanya pengaruh dari variabel independen fasilitas (X1), harga (X2) dan kualitas layanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) cukup berpengaruh dikarenakan hasil berada pada rentang 0,400 – 0,599. Besar nilai *adjusted r*² adalah 0,450 yang memiliki arti bahwa persentase kontribusi dari variabel independen adalah sebesar 45,0% sedangkan sisanya dipengaruhi berdasarkan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji t

Ghozali, Imam (2018:179) menyatakan bahwa uji parsial (t test) dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen terhadap suatu penelitian. Hasil uji t dari model penelitian ini menunjukkan hasil seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t

| Model | T tabel | T hitung | Sign |
|------------------|---------|----------|-------|
| Constant | 1.98525 | 4.651 | 0.000 |
| Harga (X1) | 1.98525 | 5.067 | 0.000 |
| Fasilitas (X2) | 1.98525 | 4.891 | 0.000 |
| Citra Merek (X3) | 1.98525 | -3.935 | 0.000 |

Sumber: Data Diolah

Data hasil pengujian uji t yang ditampilkan dalam Tabel 3 memberikan informasi bahwa pengujian pada hipotesis pertama (H1) yang disimpulkan oleh peneliti adalah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis dari regresi menjelaskan bahwa variabel harga (X1) memiliki nilai sign. sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 serta nilai t hitung (5,067) yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,985). Sehingga kesimpulannya adalah H0 ditolak dan H2 diterima sehingga dinyatakan bahwa harga (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis regresi menjelaskan bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 serta nilai t hitung (4,891) yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,985). Maka demikian kesimpulan berdasarkan data tersebut adalah H0 ditolak dan H2 diterima sehingga dinyatakan bahwa harga (X2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan dua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astianto (2022) dan Osman, *et.al.* (2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila harga yang ditetapkan warnet XGATE Surabaya sesuai dengan kualitas dan terjangkau, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen yang bermain di warnet XGATE Surabaya.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis dari regresi menjelaskan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 serta nilai t hitung (5,067) yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,985). Maka kesimpulannya adalah H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dinyatakan bahwa fasilitas (X1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akbar, *et.al* (2021) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin

lengkap fasilitas yang diberikan maka dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Citra merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis dari regresi di atas menjelaskan bahwa variabel citra merek memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05 namun nilai t hitung (-3,935) yang lebih kecil daripada nilai t tabel (1,985). Maka kesimpulannya adalah H_0 diterima dan H_3 ditolak sehingga dinyatakan bahwa citra merek (X3) berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan dua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hawignyo dan Safavi (2021) dan Alvino (2020) yang menyatakan bahwa Citra merek berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan biasanya konsumen warnet tidak mementingkan citra merek karena dominan *self-service* kecuali pada saat pembayaran *billing*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya karena dengan memasang harga sewa yang sesuai dengan fasilitas yang disediakan maka konsumen XGATE Surabaya tidak merasa dirugikan.
2. Fasilitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya karena dengan memiliki fasilitas yang memadai dan terus berkembang maka konsumen akan semakin betah dan nyaman saat menggunakan jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya.
3. Citra merek (X3) berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya. Calon konsumen pengguna jasa warung internet (warnet) dan *game online* XGATE Surabaya lebih mengutamakan dan mempertimbangkan variabel lain seperti Fasilitas dan Harga karena variabel tersebut sangat berkaitan dengan kualitas dari suatu perusahaan jasa

SARAN

Berdasarkan hasil di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu, Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti menyarankan kepada XGATE Surabaya bahwa pemanfaatan fasilitas tidak hanya digunakan untuk *spesifikasi* komputer dan ruang lingkup di XGATE Surabaya. Pemanfaatan fasilitas juga dapat digunakan untuk memfasilitasi para pemain (*gamer*) yang ingin berkembang, seperti menyediakan ruangan khusus bagi *team* dan pemain individu yang ingin berlatih untuk *event tournament* yang di akan sehingga hal tersebut dapat

menjadi dorongan supaya para *games* di Surabaya lebih berkembang. Peneliti menyarankan kepada XGATE Surabaya untuk terus konsisten memperbaiki fasilitas yang ada sesuai dengan kebutuhan *gamers* serta perkembangan zaman.

Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti menyarankan agar setiap kali XGATE Surabaya melakukan *upgrade* pada spesifikasi komputer serta *equipment* yang disediakan alangkah baiknya agar XGATE Surabaya tidak memberikan harga sewa yang terlalu mahal, hal ini bertujuan agar para konsumen tidak mengeluh dan keberatan akan harga sewa yang ditetapkan oleh XGATE Surabaya.

Citra merek berpengaruh secara negatif pada kepuasan konsumen, dari pernyataan tersebut peneliti menyarankan agar XGATE Surabaya sebaiknya tetap berupaya meningkatkan citra merek dari XGATE Surabaya supaya dapat lebih dikenal baik oleh konsumen secara luas. Citra merek dapat ditingkatkan melalui strategi *branding*, melakukan promosi, dan membagikan informasi melalui sosial media. Peneliti juga menyarankan supaya XGATE Surabaya lebih memperhatikan kebersihan lingkungan seperti toilet dan ruang lingkup di dalam warnet agar konsumen terasa lebih nyaman. Suasana dan lingkungan yang bersih juga mampu memberikan kesan positif atas citra merek XGATE Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Chandra Zebah. (2012). *Berburu Rupiah Lewat Game Online*. Yogyakarta: Bounabook.
- Akbar, M. F., Ariyanto, A., dan Sudarsono, A. 2021. Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Konsumen Member Sport Club Meadow Terrace BSD. 2(1), 21–28.
- Alvino, G. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Citra merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). *Skripsi*. Salatiga. Fakultas Ekonomika. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Anggraini, F., dan Budiarti, A. 2020. Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>.
- Astianto, D. R., (2022) Pengaruh Digital Marketing, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Indihome (Studi Pada Konsumen IndiHome Di Kecamatan Candisari, Kota Semarang). *Skripsi Thesis*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hawignyo, dan Safavi, V.D.R., 2021. Pengaruh Citra merek dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu Prabayar. *Jurnal Manajemen* . Vol. 13 (1) 142-150.

- Irmawati, D. K. (2016). What Makes High-Achiever Students Hard to Improve Their Speaking Skill? *JEES (Journal of English Educators Society)*, 1(2), 71–82. <https://doi.org/10.21070/jees.v1i2.442>.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2018), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Buku 2, USA: Pearson Education.
- Osman, F., Zamharim, dan Miranda, L. (2018). (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Musik di Centro Course). 25(November), 18–26.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>.
- Safitri, L., dan Yuni, L. R. (2022). citra merek, kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada umkm di kec. pangkatan. *prosiding seminar nasional feb unikal 2022*.
- Septiyowati, E. A., dan Oetomo, H. W. (2017). citra merek, harga, lokasi dan fasilitas terhadap proses pengambilan keputusan menginap. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 1-20.
- Syahputra, T. R., dan Amsal, A. (2018). Pengaruh Bermain Game Online terhadap Perilaku Komunikasi Remaja. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(1), 24. <http://jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/6022/2713>.