



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pelanggan Oryza Gym Semarang)**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusum

NURITA FITRA FARADILA

14020216140088

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurita Fitra Faradila
NIM : 14020216140088
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Oryza Gym)”**

Adalah benar hasil pekerjaan yang saya buat sendiri serta bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar keserjantaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan

Semarang, Agustus 2021
Pembuat Pernyataan,

Nurita Fitra Faradila
14020216140088

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Oryza Gym)

Nama Penyusun : Nurita Fitra Faradila

NIM : 14020216140088

Jurusan : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 11 Juli 2021

Dekan

Wakil Dekan 1




Dr. Hardi Warsono, M.T.P
NIP. 19640827.199001.1.001

Dr. Drs. Teguh Yuwono,
M.Pol.Admin
NIP. 19690822.199403.1.003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Drs. Ngatno, MM (.....)

Dosen Penguji

1. Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si (.....)

2. Agung Budiarmo, S.Sos,MM (.....)

3. Dr. Drs. Ngatno, MM (.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

(Surat Al-Insyirah Ayat 5-6)

Puji syukur kehadiran Allah SWT, dengan kerendahan hati skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- 1 Mama, Papa, kedua Adik dan Keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat tiada henti kepada penulis. Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini dapat menjadi awal bagi penulis untuk membuat Mama, Papa, kedua Adik dan Keluarga bangga.
- 2 Bapak Dr. Drs. Ngatno, MM selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan masukan, arahan, dan motivasi.
- 3 Agung Budiatmo, S.Sos,MM sebagai dosen wali saya yang telah memberikan arahan selama mengambil mata kuliah.
- 4 Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si sebagai dosen penguji saya yang telah memberikan masukan serta arahan.
- 5 Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama masa perkuliahan.
- 6 Teman-teman Administrasi Bisnis 2016 yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kesan baik yang tidak akan terlupakan selama kuliah
- 7 Krisna Adi, Nabila Nurlitasari, Choirul Ibnu, Ditra Wardana yang selalu memberi arahan dalam menuju sidang skripsi.

8 Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening
(Studi pada Pelanggan Oryza Gym)**

ABSTRAK

Fitness adalah satu set atribut yang orang miliki atau dapatkan dari hal yang berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan aktivitas fisik. Banyak tercipta *fitness center* di Semarang misalkan Oryza Gym. Fenomena dari Oryza Gym yaitu: jumlah member Oryza Gym yang mengalami penurunan selama beberapa bulan terakhir, khususnya April 2019 – Mei 2019. Penurunan cukup signifikan terjadi pada bulan September sampai dengan November. Penurunan jumlah member mengindikasikan bahwa banyak member yang berhenti menjadi member Oryza Gym.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini jenis penelitian penjelasan atau *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini, yaitu konsumen yang melakukan pembelian pada layanan Oryza Gym yang berdomisili di wilayah Banyumanik, Semarang sebanyak 1.524 di tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode pemilihan sampel *non probability sampling* dan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *incidental sampling*. Data dianalisa menggunakan uji validitas, uji reabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linear berganda, uji t dan uji f melalui program SPSS untuk windows versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen *Oryza Gym*. Fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen *Oryza Gym*. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada konsumen *Oryza Gym*. Fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada konsumen *Oryza Gym*. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Fasilitas berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pelanggan. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel penelitian, misalkan kepercayaan pelanggan

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan dan Minat Berkunjung Kembali.

*The Influence of Service Quality and Facilities on Revisit Interests through
Customer Satisfaction as an Intervening Variable
(Study on Oryza Gym Customers)*

ABSTRACT

Fitness is a set of attributes that people have or get from things related to the ability to perform physical activity. Many fitness centers have been created in Semarang, for example Oryza Gym. The phenomenon of Oryza Gym is: the number of Oryza Gym members has decreased over the last few months, especially April 2019 – May 2019. A significant decline occurred from September to November. The decrease in the number of members indicates that many members have stopped being members of Oryza Gym.

Based on these problems, the purpose of this study is to determine and analyze the effect of service quality and facilities on the interest in revisiting through customer satisfaction as an intervening variable. This type of research is explanatory research. The population in this study, namely consumers who make purchases at Oryza Gym services who are domiciled in the Banyumanik area, Semarang as many as 1,524 in 2018. This study uses a non-probability sampling sample selection method and the non-probability sampling technique used is incidental sampling. Data were analyzed using validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression, multiple linear regression, t test and f test through the SPSS program for windows version 21.

The results of this study indicate that service quality has a positive and significant influence on satisfaction. customers at Oryza Gym consumers. Facilities have a positive and significant impact on customer satisfaction for Oryza Gym consumers. Service quality has a positive and significant influence on the interest in returning to Oryza Gym consumers. Facilities have a positive and significant influence on the interest in revisiting Oryza Gym consumers. Customer satisfaction is able to mediate the effect of service quality on interest in revisiting. Facilities have a positive effect on interest in revisiting through customer satisfaction. The research suggests that further research can add several research variables, for example customer trust

Keywords: Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction and Visiting Interest.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan strata S1 pada Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Oryza Gym)” tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

- 1 Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekann Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
- 2 Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan dalam penyusunan skripsi
- 3 Dr. Drs. Ngatno, MM selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan arahan, masukan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
- 4 Agung Budiarmo, S.Sos,MM sebagai dosen wali saya yang telah memberikan arahan selama mengambil mata kuliah

- 5 Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si sebagai dosen penguji saya yang telah memberikan masukan serta arahan.
- 6 Seluruh dosen Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu selama proses perkuliahan.
- 7 Seluruh responden di Kota Semarang yang telah bersedia mengisi kuesioner.
- 8 Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 11 Juli 2021

,

Nurita Fitra Faradila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
SKRIPSI.....	1
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Kerangka Teori.....	7
1.5.1. Perilaku Konsumen	7
1.5.2. Kualitas Pelayanan	8
1.5.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	8
1.5.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	11
1.5.3. Fasilitas	13
1.5.4. Kepuasan Konsumen.....	14
1.5.5. Minat Berkunjung Kembali.....	16
1.5.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	17
1.5.7. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen	18
1.5.8. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	

1.5.9.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	19
1.5.10.	Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	20
1.6.	Penelitian Terdahulu.....	20
1.7.	Hipotesis.....	22
1.8.	Definisi Konsep.....	23
1.9.	Definisi Operasional.....	24
a.	Kebersihan fasilitas.....	25
b.	Desain interior dan eksterior.....	25
c.	Peralatan lengkap.....	25
d.	Adanya fasilitas pendukung yang lain, misalnya toilet, wifi.....	25
1.10.	Metode Penelitian.....	26
1.10.1.	Tipe Penelitian.....	26
1.10.2.	Populasi dan Sampel.....	27
1.10.3.	Sumber Data.....	28
1.10.4.	Skala Pengukuran.....	28
1.10.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
1.10.6.	Pengolahan Data.....	31
1.10.7.	Teknik Analisa Data.....	32
BAB II	GAMBARAN UMUM ORYZA GYM SEMARANG	40
2.1.	Gambaran Umum Oryza Gym Semarang.....	40
2.2.	Profil Oryza Gym Semarang.....	40
2.3.	Visi dan Moto Oryza Gym Semarang.....	41
2.3.1.	Visi.....	41
2.3.2.	Moto <i>Oryza Gym Semarang</i>	41
2.4.	Logo Oryza Gym Semarang.....	41
2.5.	Struktur Oryza Gym Semarang.....	43
2.6.	Layanan Oryza Gym Semarang.....	45
2.7.	Peralatan Fitnes Oryza Gym Semarang.....	47
2.8.	Harga Jasa Orzya Gym.....	50
2.9.	Identitas Responden.....	51

2.9.1.	Responden Berdasarkan JenisKelamin	51
2.9.2.	RespondenBerdasarkan Tingkat Pendidikan.....	52
2.9.3.	Responden Berdasarkan Usia.....	53
2.9.4.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
2.9.5.	Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan <i>Membership Card</i>	54
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		56
3.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.1.1.	Uji Validitas	57
3.1.2.	Uji Reliabilitas	61
3.2.	Analisis dan Hasil Intrepetasi Hasil Penelitian	63
3.2.1.	Persepsi Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1).....	63
3.2.2.	Persepsi Responden Terhadap Fasilitas (X2).....	72
3.2.3.	PersepsiRespondenTerhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	78
3.2.4.	PersepsiRespondenTerhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).....	86
3.3.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan..	92
3.3.1.	Analisis Tabulasi Silang.....	92
3.3.2.	Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	93
3.3.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	94
3.3.4.	Koefisien Determinasi (R ²)	96
3.3.5.	Uji F	97
3.3.6.	Uji t	99
3.4.	Analisis Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	100
3.4.1.	Analisis Tabulasi Silang.....	100
3.4.2.	Koefisien Korelasi Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	101
3.4.3.	Analisis Regresi Linier.....	102
3.4.4.	Koefisien Determinasi (R ²).....	104
3.4.5.	Uji F	105
3.4.6.	Uji t	106
3.5.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	108

3.5.1.	Analisis Tabulasi Silang.....	109
3.5.2.	Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	110
3.5.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	111
3.5.4.	Koefisien Determinasi (R^2)	113
3.5.5.	Uji F	114
3.5.6.	Uji t	115
3.6.	Analisis Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali	117
3.6.1.	Analisis Tabulasi Silang.....	117
3.6.2.	Koefisien Korelasi Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali	118
3.6.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	119
3.6.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	121
3.6.5.	Uji F	122
3.6.6.	Uji t	124
3.7.	Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	125
3.7.1.	Analisis Tabulasi Silang.....	125
3.7.2.	Koefisien Korelasi Kepuasan pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	126
3.7.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	128
3.7.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	129
3.7.5.	Uji F	130
3.7.6.	Uji t	132
3.8.	Uji Mediasi	133
3.8.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan.....	133
3.8.2.	Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan	134
3.9.	Pembahasan	135
BAB IV PENUTUP		140
PENUTUP.....		140

4.1. Kesimpulan.....	140
4.2. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 1. 2 Kriteria koefisien korelasi	34
Tabel 2. 1 Tabel Harga Oryza Gym	50
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan Membership Card	55
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Fasilitas	59
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	60
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung Kembali	60
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 3. 6 Penampilan Instruktur.....	64
Tabel 3. 7 Komunikasi yang baik dari instruktur	65
Tabel 3. 8 Kinerja dan Profesionalisme Instruktur.....	66
Tabel 3. 9 Penghargaan dari Anggota	67
Tabel 3. 10 Kesesuaian Pelaksanaan Program	68
Tabel 3. 11 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan....	69
Tabel 3. 12 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 3. 13 Kebersihan Fasilitas	72
Tabel 3. 14 Desain Interior dan Eksterior	73
Tabel 3. 15 Peralatan Lengkap	74
Tabel 3. 16 Emosi Positif dalam Menanggapi Oryza Gym.....	75
Tabel 3. 17 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Fasilitas	76
Tabel 3. 18 Kategorisasi Variabel Fasilitas	78
Tabel 3. 19 Terpenuhinya Harapan Untuk Mendapatkan Pelayanan Yang Baik	79
Tabel 3. 20 Merasa Cocok Dengan Instruktur.....	80
Tabel 3. 21 Keinginan Untuk Menggunakan Jasa	81
Tabel 3. 22 Mengatakan Hal Positif	82
Tabel 3. 23 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan pelanggan. 83	
Tabel 3. 24 Kategorisasi Variabel Kepuasan pelanggan.....	85
Tabel 3. 25 Kecenderungan seseorang untuk menjadi member	86
Tabel 3. 26 Menjadi Pilihan Utama	87
Tabel 3. 27 Mencari Informasi Mengenai Produk Yang Diminatinya	89
Tabel 3. 28 Kategorisasi Variabel Minat Berkunjung Kembali	91

Tabel 3. 29 Tabulasi Silang Variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)	93
Tabel 3. 30 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
Tabel 3. 31 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	95
Tabel 3. 32 Uji F Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	97
Tabel 3. 33 Tabulasi Silang Variabel Fasilitas (X2) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)	101
Tabel 3. 34 Hasil Uji Korelasi Fasilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	102
Tabel 3. 35 Hasil Uji Regresi Linier Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	103
Tabel 3. 36 Uji F Pengaruh Fasilitas, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	105
Tabel 3. 37 Tabulasi Silang Variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).....	109
Tabel 3. 38 Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	110
Tabel 3. 39 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	111
Tabel 3. 40 Uji F Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Minat Berkunjung Kembali terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	114
Tabel 3. 41 Tabulasi Silang Variabel Fasilitas (X2) terhadap Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y1)	118
Tabel 3. 42 Hasil Uji Korelasi Fasilitas dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali	119
Tabel 3. 43 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali	120
Tabel 3. 44 Uji F Pengaruh Fasilitas, Fasilitas Dan Minat Berkunjung Kembali terhadap Minat Berkunjung Kembali	122
Tabel 3. 45 Tabulasi Silang Variabel Kepuasan pelanggan (Z) terhadap Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).....	126
Tabel 3. 46 Hasil Uji Korelasi Kepuasan pelanggan dan Kepuasan pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	127
Tabel 3. 47 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kepuasan pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	128
Tabel 3. 48 Uji F Pengaruh Kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan Dan Minat Berkunjung Kembali terhadap Minat Berkunjung Kembali	130
Tabel 3. 49 Hasil Sobel Test Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan	133
Tabel 3. 50 Hasil Sobel Test Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir	23
Gambar 1. 2 Kurva Uji F	35
Gambar 1. 3 Kurva Uji t (One Tail)	37
Gambar 1. 4 Model Regresi tanpa Variabel Mediasi	38
Gambar 1. 5 Model Regresi melalui Variabel Mediasi.....	38
Gambar 2. 1 Logo Oryza Gym Semarang.....	42
Gambar 2. 2 Struktur Oryza Gym Semarang	43
Gambar 2. 3 Aerobic di Oryza Gym Semarang	46
Gambar 2. 4 Yoga Swing di Oryza Gym Semarang	46
Gambar 3. 1 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	98
Gambar 3. 2 Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	100
Gambar 3. 3 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	106
Gambar 3. 4 Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	108
Gambar 3. 5 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	115
Gambar 3. 6 Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali	117
Gambar 3. 7 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali	123
Gambar 3. 8 Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali	125
Gambar 3. 9 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Kepuasan pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	131
Gambar 3. 10 Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Kepuasan pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	133