



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 9328-9337

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Difwan Jaya Motor

N. Marlina<sup>1</sup>✉, Enden Suryati<sup>2</sup>, Sinsa Dewi<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Putra Indonesia (UNPI)

Email : [nananmarlina62@gmail.com](mailto:nananmarlina62@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (3) Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelayanan. Dengan menggunakan teori Fasilitas (X1) Menurut Afriyandi (2017) Kualitas Pelayanan (X2) Menurut Arianto (2018: 83), dan Kepuasan Pelayanan (Y) Menurut Priansa (2019: 196). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Kuantitatif dan termasuk ke dalam penelitian deskriptif dan asosiatif. Sampel penelitian ini adalah 30. Data dikumpulkan menggunakan kuisioner. Dengan analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda, uji persyaratan analisis dan uji asumsi klasik dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen, yaitu dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,492 < t_{tabel}$  sebesar 1,703. (2) Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen, yaitu dengan nilai  $t_{hitung}$   $4,689 > t_{tabel}$  sebesar 1,073. (3) Variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen dengan nilai  $F_{hitung}$  (33,096)  $> F_{tabel}$  (3,34).

Kata Kunci : *Fasilitas, Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan,*

## Abstract

This research aims to determine: (1) Effect of Facilities on Customer Satisfaction (2) Effect of Service Quality on Customer Satisfaction (3) Effect of Facilities and Service Quality on Service Satisfaction. by using Facility theory (X1) According to Afriyandi (2017) Quality of Service (X2) According to Arianto (2018: 83), and Service Satisfaction (Y) According to Priansa (2019: 196). This study uses a quantitative approach and is included in descriptive and associative research. the sample of this study was 30. Data was collected using a questionnaire. The analysis used is multiple linear analysis, requirements analysis test and classical assumption test using SPSS 26. The results of this study indicate that: (1) The facility variable partially has no significant effect on the consumer satisfaction variable, with a tcount of 1.492 < ttable of 1.703. (2) The Variable of Service Quality partially influences the Consumer Satisfaction variable, with a tcount of 4.689 > ttable of 1.073. (3) Facilities and Service Quality variables simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction variables with Fcount (33.096) > Ftable (3.34).

keywords : *Facilities, Service Quality, and Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan perekonomian Indonesia yang pesat saat ini tidak hanya didominasi industri otomotif melainkan di zaman generasi Gen Z. Hal ini ditunjukkan dengan adanya Fasilitas menjadi salah satu kebutuhan pokok kehidupan manusia. Karena fasilitas menjadi salah satu komponen penting bagi kehidupan, maka perusahaan harus dapat mengelola dengan baik sepanjang hidupnya, sehingga ia dapat selalu berfungsi dengan baik, ekonomis, efisien dan efektif Memberikan layanan dan fasilitas berkualitas bersama-sama dapat memberikan hasil dan manfaat bagi bisnis karena kepuasan pelanggan telah terjadi. Bergesernya angka kenaikan penjualan motor yang terus meningkat dari tahun ke tahun, Menyebabkan yang bergerak dibidang perawatan kendaraan berlomba-lomba melakukan inovasi, meningkatkan produksi dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan unggul. Perumusan dibidang jasa perlu merumuskan strategi yang terampil, etika yang baik dan terampil, berwawasan dan memiliki pengetahuan yang luas tentang Teknik dan mesin.

Terkait fenomena tersebut penting bagi perusahaan jasa melalui manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul dan meraih pelanggan sebaik-banyaknya. Berbagai macam dilakukan oleh setiap perusahaan untuk meraih pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu keberhasilan perusahaan yang dapat dirasakan oleh para konsumen. Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Kendaraan bermotor merupakan sebuah alat transportasi yang mayoritas digunakan oleh penduduk Indonesia untuk beraktivitas sehari-hari, sepeda motor memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kendaraan transportasi lainnya yaitu biaya perawatan dan biaya operasional kendaraan yang relatif lebih murah, selain itu harga kendaraan bermotor juga relatif terjangkau sehingga setiap tahunnya jumlah kepemilikan kendaraan bermotor mengalami peningkatan. Perusahaan juga bertanggung jawab terhadap produknya dengan menyediakan pelayanan setelah promosi dengan membuka bengkel resmi untuk melayani dan memfasilitasi konsumennya, sehingga bengkel resmi tersebut dituntut untuk menyediakan jasa perbaikan maupun pergantian suku cadang kendaraan (Armaniah et al., 2019).

Bengkel Difwan Jaya Motor dalam memenuhi kebutuhan konsumennya memberikan pelayanan jasa servis kendaraan bermotor dan selain itu juga menyediakan suku cadang original untuk melayani konsumen dalam melakukan pergantian suku cadang yang mengalami kerusakan. Fasilitas adalah atribut yang paling utama dalam usaha dibidang jasa, terutama yang konsumen rasakan secara langsung dapat menilai berdasarkan atas apa yang di dapatkan sesudah menggunakan jasa tersebut. Persepsi yang dirasakan secara langsung oleh konsumen akan memiliki pengaruh terhadap kualitas jasa pada persepsi konsumen (Tjiptono, 2014).

Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, di setiap daerah sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda. Tujuan dasar dari industri jasa yaitu memberikan pelayanan yang baik dan maksimal sesuai dengan harapan pelanggan guna membangun kepuasan pelanggan, sehingga penyedia jasa memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan. Ketika seseorang mendapat nilai dari penyedia jasa maka bisa dikatakan seseorang pelanggan mendapatkan kepuasan, suatu produk, pelayanan system atau sesuatu yang bersifat emosional bisa menjadi suatu atribut dari nilai tersebut. Atribut atribut pemasaran perusahaan bisa menjadi suatu unsur stimulasi terhadap suatu nilai kepuasan pelanggan bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian.

Diharapkan fasilitas yang disediakan Bengkel Difwan Jaya Motor memadai dan mencukupi sehingga akan memberikan kepuasan bagi pelanggan. Berdasarkan latar belakang dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Difwan Jaya Motor baik secara parsial maupun secara simultan.

## Kajian Pustaka

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4) menjelaskan "manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan."

"Fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Jika layanan yang diberikan memenuhi persyaratan, klien akan puas (Oetama, 2017 : 60).

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Kotler Dan Keller Dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil)n yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Tingkatan kepuasan konsumen dapat terlihat ketika konsumen mengonsumsi produk barang atau jasa melalui tanggapan emosional dengan membandingkan kualitas pengalaman dengan ekspektasi sebelumnya setelah menggunakan jasanya tersebut, kepuasan konsumen terjadi jika yang diterima tepat dengan ekspektasinya atau dapat melebihi ekspektasinya. (Joshi & Sankaranarayanan, 2016). Konsumen yang merasakan puas akan berpeluang untuk membeli atau menggunakan barang atau jasanya kembali pada saat dibutuhkannya dikemudian hari (Harfika & Abdullah, 2017).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang termasuk kedalam penelitian deskriptif-asosiatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di di Kp jati, desa jati rt/rw 02/02, ke. Bojongpicung, kab. Cianjur, prov. Jawa barat. Variabel dalam penelitian ini adalah Fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen di Bengkel Difwan Jaya Motor Yang berjumlah 30 responden. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden menggunakan rumus roscue . Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu probability sampling dengan teknik pengambilan sampel memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi

untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan yang terdiri dari observasi dan penyebaran kuesioner secara langsung yang dilakukan kepada seluruh Konsumen Difwan Jaya Motor. Indikator variabel dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala *likert*. Analisis yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian ini adalah hasil uji F (simultan), uji t (parsial) dan uji koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data karakteristik responden adalah data responden yang dikumpulkan untuk mengetahui profil responden penelitian. Hasil penyebaran kuesioner penelitian menunjukkan karakteristik respondennya meliputi jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, dan lama bekerja, yang dijelaskan pada table 2.

Tabel 2.

### Karakteristik Responden Karyawan CV. Agung Motor Cianjur

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah	Presentase (%)
1	Jenis kelamin	Laki-laki	12	36%
		perempuan	18	64%
2	usia	14 - 20 Tahun	10	33%
		21 - 25 Tahun	15	50%
		26 - 30 Tahun	5	17%
3	Pekerjaan	Pelajar	7	23%
		Mahasiswa	5	17%
4	Pendidikan Terakhir	Bekerja	18	60%
		SMP	4	13%
		SMA/SMK	22	74%
		S1	4	13%
total			119	100%

*Sumber : data primer diolah peneliti 2023*

Tabel 2. Menunjukkan jumlah Konsumen Bengkel difwan jaya motor yang dijadikan sampel sebanyak 30 orang. Jenis kelamin Perempuan mendominasi dalam penelitian ini dengan persentase sebesar 64 persen. Karyawan yang memiliki usia 21-25 tahun mendominasi dengan persentase sebesar 50 persen dan jika dilihat dari jenis pekerjaan

responden yang bekerja mendominasi dengan persentase sebesar 60 Persen, sedangkan di lihat dari Pendidikan terakhir responden tingkat SMA/SMK mendominasi dengan persentase sebesar 74 persen.

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini dikarenakan pengukuran pada semua variabel dilakukan bersamaan pada waktu yang sama serta data dalam penelitian ini bukan tipe data time series yang melihat korelasi antara suatu periode pada periode sebelumnya. Kolmogorov smirnov digunakan untuk melakukan pengujian normalitas sebaran data penelitian ini, data dapat berdistribusi normal ketika memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  dan dinyatakan tidak berdistribusi normal jika nilai sig dibawah  $0,05$  (Ghozali, 2016).

Tujuan dilakukan uji multikolineralitas dapat melihat korelasi didalam variabel independen, kolinearitas menyebabkan tingginya variabel pada sampel sehingga dapat menyebabkan setandar error yang tinggi ketika pengujian koefisien, dengan membandingkan besarnya nilai VIF dan tolerancy dapat mengetahui multikolinearitas. Variabel dinyatakan tidak bergejala multikolinearitas ketika hasil uji nilai toleransi  $> 0,100$  dan nilai VIF  $< 10,00$ , dan jika hanya terdapat dua variabel independen maka besarnya nilai tolerance dan VIF akan sama (Ghozali, 2016). Output pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk memprediksi perbedaan variance dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya, dalam mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan metode uji rank spearman. Data dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas ketika memiliki nilai sig  $> 0,05$  dan jika nilai sig  $< 0,05$  maka dinyatakan adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Hasil analisis ini mengacu pada hasil pengaruh variabel Fasilitas (X1), variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Bengkel Difwan Jaya Motor Cianjur. Adapun hasil analisis data dengan program Statitical Pacage of Social Science (SPSS) versi 26.0 for Windows dapat dilihat pada Tabel-tabel dibawah ini.

Tabel 3.

Hasil Uji t Variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Konsumen pada bengkel difwan jaya motor  
Coefficients<sup>a</sup>

Coefficients	Coefficients	Unstandardized		Standardized				
		Model B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	1.038	.266		5.724		181	.857
	Fasilitas			.179	.210		1.492	.141
	Kualitas Pelayanan	.694		.143	.686		4.869	.000

Sumber : hasil output SPSS 26

Tabel 4.

Hasil Uji t Variabel kompetensi dan Motivasi Kerja Terhadap Pengembangan Karir Karyawan  
CV. Agung Motor Cianjur

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	781.300	2	390.093	33.096	.000 <sup>b</sup>
	Residual	318.700	27	11.804		
	Total	1100.000	29			

Sumber : hasil output SPSS 26

Tabel 5.

Hasil Uji koefisien determinasi Variabel kompetensi dan Motivasi Kerja Terhadap  
Pengembangan Karir Karyawan CV. Agung Motor Cianjur

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.843 <sup>a</sup>	.710	.689	3.436

Sumber : hasil output SPSS 26

Berdasarkan tabel 3. di atas diketahui nilai sig. untuk variabel fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f_{hitung}$  33.096 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri jika merasakan pelayanan yang baik sehingga menimbulkan rasa loyalitas konsumen kepada perusahaan untuk menggunakan jasanya di kemudian hari jika konsumen tersebut membutuhkannya, dan fasilitas yang dapat menunjang kepuasan konsumen yaitu fasilitas yang disediakan membuat konsumen akan merasa nyaman dan diberikan banyak pilihan fasilitas untuk kemudahan konsumen.

Berdasarkan tabel 4. di atas diketahui nilai sig. untuk variabel fasilitas terhadap kualitas pelayanan sebesar  $0,141 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  1,492 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kualitas pelayanan, dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah H1 di tolak dan H0 di terima.

Fasilitas yang lengkap serta disediakan oleh perusahaan dapat membuat konsumen merasa puas karena dengan adanya fasilitas tersebut dapat membantu memudahkan konsumen saat menggunakan jasanya. Sehingga penelitian ini mampu memperkuat penelitian yang dilakukan sebelumnya yang dibuktikan oleh (Pantilu et al., 2018) bahwa dalam penelitiannya tersebut dikatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Bendito kawasan megamas Manado.

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai sig. untuk variabel Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  4,869 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. dengan demikian bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah H<sub>2</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima.

Kualitas pelayanan yang diterima secara langsung oleh pelanggan akan mempengaruhi persepsi kepuasan konsumen terhadap layanan yang diterima saat pegawai tersebut merespon yang diinginkannya, ketika konsumen merasa puas terhadap layanan akan memunculkan ketertarikan untuk menggunakan jasanya kembali dikemudian hari. Hasil temuan dari penelitian (Lubis & Andayani, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap.

Berdasarkan tabel 5. di atas, *R-square* (koefisien determinasi) diketahui Fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh sebesar 0,71 atau dapat dinotasikan dalam (%) yaitu sebesar 71%. Artinya fasilitas dan kualitas pelayanan memberikan

kontribusi atau pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Bengkel difwan jaya motor, dan 28,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar fasilitas dan kualitas pelayanan.

## SIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Yang dapat dijelaskan yaitu: Sebaiknya pihak Bengkel Difwan Jaya Motor lebih memperhatikan Kepuasan Konsumen dengan cara memberikan perhatian lebih kepada karyawan dengan cara meningkatkan Kualitas Pelayanan, dan juga harus memanfaatkan keunggulan yang dimiliki dalam pelayanan untuk berupaya membantu dan memenuhi harapan serta kebutuhan konsumen, serta pihak Bengkel Difwan Jaya Motor harus lebih mengoptimalkan kepuasan konsumen kembali dalam hal kualitas pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi Pandi (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia Teori Konsep Dan Indikator. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Hamdan Berlian Wibisono, Andhatu Achsa. 2020 "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Servis Kendaraan" magelang, Volume 9, Number 2.
- Maydiana, L. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen jasa Cuci Motor Mandiri". Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).
- Sakti, B, J. Mahfudz, 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada J&T Express Kota Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management Volume 7 Nomor 4*.
- Tjiptono, Fand., & Gregorius Chandra 2017. "Pemasaran Strategik Edisi 3". Yogyakarta: Andi Offset.
- Alimia Ni'matul Maghviro, Budi Wahono, Eris Dianawati 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel H M Understel/Kendaraan Roda Empat).
- Sitompul, R. (2018) Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja. 7(1), 31-37
- Kawahe, D. E., Mananeke, L., & Jorie, R, J. (2017). Pengaruh Desain Layout, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matahari Departemen Store Mega Mall Manado. Jurnal EMBA Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 5(3), 3549-3558.

- Masrin, F., & Hasibuan, E. (2019). Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan BUS TRANS PADANG Indra Masrin dan Elis Hasibuan Fakultas Ekonomi UMSB. V(1), 9-19.
- Suhendry Tan Jurnal Ilmiah Maksitek 5 (2), 110-118, 2020 Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Wisley Golf & Sport Centre .
- Seanewati Oetama, Desy Herlina Sari 2017 Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Sampit.
- Siti Syahsudarmi. 2018. Journal Development .Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru.
- ZA.S. 2020 Manajemen Pemasaran Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja. (1), 47-60,