

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA DEALER YAMAHA GRAHA BATAM**



Oleh:

Isidorus Joko Arianto

170910301

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA DEALER YAMAHA GRAHA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana



Oleh

Isidorus Joko Arianto

170910301

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Isidorus Joko Arianto

Npm : 170910301

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER YAMAHA GRAHA BATAM.

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 30 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Isidorus Joko Arianto

170910301

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA DEALER YAMAHA GRAHA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

Oleh

Isidorus Joko Arianto

170910301

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini

Batam, 28 July 2021



Heryenzus, S.Kom., M.Si.

Pembimbing



ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang berkembang pesat menimbulkan berbagai persaingan yang cukup signifikan. Kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Salah satu perkembangan yang semakin ketat adalah perkembangan bisnis di bidang otomotif. Persaingan Dealer di Indonesia saat ini sangat ketat, khususnya di Kota Batam sebagai daerah industri dan perdagangan, yang membuat persaingan baik itu di konsumen local maupun global. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Yamaha Graha Kota Batam secara parsial dan simultan. Sampel konsumen yang datang ke Dealer Yamaha Graha Batam sebanyak 182 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (kuesioner). Hasil penelitian ini diketahui uji t dimana hasil uji t untuk kualitas pelayanan $4,580 > t$ tabel $1,653$ nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan untuk fasilitas $8,236 > 1,653$ nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H1 diterima) dan fasilitas secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H2 diterima). Hasil uji f dimana f hitung $98,870 > f$ tabel $3,04$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H3 diterima).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The rapidly growing business development has given rise to significant competition. This condition causes business people to be increasingly required to have the right strategy in meeting sales volume targets. One of the increasingly stringent developments is the development of business in the automotive sector. Dealer competition in Indonesia is currently very tight, especially in Batam City as an industrial and trade area, which makes competition both local and global consumers. The main purpose of this study was to determine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction at Yamaha Graha Dealer Batam City partially and simultaneously. The sample of consumers who came to the Yamaha Graha Batam Dealer was 182 respondents. The sampling method used is accidental sampling and data collection techniques using a questionnaire (questionnaire). The results of this study are known t test where the results of the t test for service quality $4,580 > t \text{ table } 1,653$ significant value $0.000 < 0.05$ and for facilities $8,236 > 1.653$ significant value $0.000 < 0.05$. Based on the results of the study, it can be concluded that service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction (H1 is accepted) and facilities partially also has a positive and significant effect on customer satisfaction (H2 is accepted). The results of the f test where f count is $98.870 > f \text{ table } 3.04$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The results of the study can be concluded that the quality of service and facilities simultaneously has a positive and significant effect on customer satisfaction (H3 is accepted).

Keywords: *Customer Satisfaction, Facilities, Quality Service.*

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Panyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Bapak Patrisius Boro dan Ibu Maria Yuliana Yulianti selaku orang tua kandung penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa.
7. Bapak Prawoko, S.E. selaku *Manager Dealer* Yamaha Graha Batam tempat penulis melakukan penelitian tugas akhir skripsi ini.
8. Teman saya Dea Hermayani dan Putri Yuliani Pamungkas Siwi yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi.
9. Para responden dan semua pihak yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 30 Juli 2021

Isidorus Joko Arianto

170910301



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR RUMUS	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	10
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Batasan Masalah.....	17
1.4 Rumusan Masalah.....	17
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.6.2 Manfaat Praktis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.1.2 Fasilitas	12
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas	12
2.1.2.2 Karakteristik fasilitas	13
2.1.2.3 Indikator Fasilitas.....	13
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	14

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	14
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	15
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	19
2.4 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Sifat Penelitian	22
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	23
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	23
3.3.2 Periode Penelitian.....	23
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	24
3.4.3 Sampel.....	25
3.5 Sumber Data.....	26
3.6 Metode Pengumpulan Data	26
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.7.1 Variabel Independen	27
3.7.1.1 Kualitas Pelayanan	27
3.7.1.2 Fasilitas	27
3.7.2 Variabel Dependen.....	28
3.8 Metode Analisis Data.....	30
3.8.1 Statistik Deskriptif	30
3.8.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	31
3.8.2.1 Uji Validitas	31
3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data.....	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	33

3.8.3.1 Uji Normalitas	34
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	34
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.8.4 Uji Pengaruh	35
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.8.4.2 Uji R^2 (Analisis Determinasi)	36
3.9 Uji Hipotesis	36
3.9.1 Uji t (Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial)	36
3.9.2 Uji t (Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Simultan)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	41
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	41
4.3.2 Deskripsi Variabel Fasilitas	44
4.3.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	47
4.4 Analisis Data	49
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	50
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	53
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.4.3.1 Hasil Uji Normalitas	54
4.4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
4.4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.4.4 Uji Pengaruh	58
4.4.4.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	58
4.4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.5 Pengujian Hipotesis.....	61
4.5.1 Hasil Uji t	61

4.5.2 Hasil Uji f.....	62
4.6 Pembahasan.....	63
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.6.2 Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	64
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN I. PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN II. DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN III. SYARAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4. 1 Diagram Histogram	55
Gambar 4. 2 Diagram <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fasilitas pada Dealer Yamaha Graha Batam.....	12
Tabel 1. 2 Data Keluhan Konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam.....	13
Tabel 1. 3 Jumlah pengunjung pada <i>dealer</i> Yamaha Graha Batam tahun 2020	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	23
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3. 3 Rentang Skor Kriteria Pernyataan.....	31
Tabel 3. 4 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	33
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Skor Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	42
Tabel 4. 6 Skor Indikator Variabel Fasilitas	44
Tabel 4. 7 Skor Indikator Variabel Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Fasilitas (X_2)	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan X1	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas X2	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen Y	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Park Gleyser</i>	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>R Square</i>	60
Tabel 4. 19 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4. 20 Hasil Uji F.....	62

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin	24
Rumus 3. 2 Rumus Rentang Skala.....	30
Rumus 3. 3 Korelasi Product Moment.....	32
Rumus 3. 4 Conbrach Alpha.....	32
Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda.....	35
Rumus 3. 6 Koefisien Determinan.....	36



Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pengembangan teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Aspek teknologi yang paling banyak terlihat adalah perkembangan teknologi berupa kendaraan seperti motor, mobil, pesawat dan lain-lain. Hal yang paling menarik dibahas di Indonesia adalah perkembangan teknologi di bidang kendaraan bermotor. Penjualan kendaraan bermotor di Indonesia sangat berkembang pesat. Masyarakat Indonesia cenderung lebih memilih untuk membeli motor ketimbang kendaraan lainnya. Hal ini terjadi dikarenakan keefesienan nya dalam menghadapi kondisi lalu lintas di Indonesia yang terbilang sangat macet.

Untuk mengatasi konsumsi masyarakat yang terbilang sangat konsumtif, maka dibuatlah tempat yang diberi nama *Dealer* yang menjadi sarana bagi masyarakat untuk membeli motor baik itu baru maupun bekas. Selain menjadi tempat untuk membeli motor, *dealer* juga menjadi sarana bagi masyarakat sebagai tempat untuk melakukan service atau pemeliharaan serta memperbaiki motor apabila sedang berada dalam keadaan rusak.

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen yang datang, pihak perusahaan harus bisa memberikan berbagai pelayanan yang terbaik. Dengan adanya pemenuhan akan kualitas pelayanan, dapat menciptakan sebuah kepuasan bagi konsumen. Hal ini menjadikan konsumen merasa puas

dengan pelayanan yang telah diberikan dan akan tetap menggunakan perusahaan tersebut sebagai tempat akan pemenuhan kebutuhannya

Selain menyediakan pelayanan yang berkualitas, ketersediaan berbagai *facilities* sangat berperan penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. *facilities* merupakan ukuran dari semua pelayanan yang telah disediakan, serta aspek utama dalam memenuhi kepuasan konsumen. Adanya ketersediaan fasilitas yang mumpuni, memungkinkan adanya pemenuhan kebutuhan konsumen secara maksimal.

Konsumen akan mengalami kepuasan apabila segala bentuk kinerja yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap fitur produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan, dalam rangka menyediakan tingkat kepuasan konsumen terhadap konsumsi mereka. Konsumen yang merasa puas dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan, memungkinkan konsumen untuk tetap mempertahankan loyalitas nya kepada perusahaan tersebut.

Peranan *dealer* dalam pemenuhan kebutuhan konsumen akan perbaikan mesin motor menjadi sangat penting. Hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa *dealer* yang didirikan oleh sector swasta di Kota Batam seperti salah satunya adalah *dealer* Yamaha Graha Batam.

Dealer Yamaha Graha Batam merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang otomotif yang berlokasi di Komp. Ruko Central Muka Kuning, Jl. Letjend Suprpto, Buliang, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan

Riau (Kode pos : 29439). *Dealer* Yamaha Graha Batam memiliki lokasi yang cukup strategis, dikarenakan berada bersebrangan jalan dengan alun-alun Batu aji yaitu Sp Plaza Batu aji. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, *dealer* Yamaha Graha Batam memiliki beberapa fasilitas penunjang seperti lahan parkir yang luas yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan parkir, tempat service yang cukup untuk meminimalisir antrean, *waiting room* yang nyaman, serta jaringan *wifi* yang memungkinkan konsumen untuk menggunakannya sambil menunggu kendaraannya selesai di servis..

Untuk dapat memahami informasi fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. 1 Fasilitas pada Dealer Yamaha Graha Batam

No	Jenis Fasilitas	Jumlah
1	<i>Waiting room</i>	Tesedia 25 kursi
2	Parkiran	Parkiran berjumlah 1
3	Customer Service	Terdapat 5 tempat customer service
4	Teknisi	Terdapat 7 teknisi profesional
5	<i>Service Area</i>	Terdapat 5 area service

Sumber : Dealer Yamaha Graha Batam 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa fasilitas yang diberikan oleh Dealer Yamaha Graha terbilang sudah cukup membantu konsumen dalam memenuhi keinginan nya dalam hal mendapatkan pelayanan yang maksimal. Seperti ketersediaan customer service sebanyak 5 tempat yang memungkinkan

konsumen mendapatkan informasi terkini terkait keadaan motor serta produksi baru yang dimiliki oleh perusahaan, kemudian jumlah teknisi profesional sebanyak 7 orang dan area service sebanyak 5 tempat telah disediakan oleh perusahaan.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai keluhan konsumen, maka peneliti melakukan survei melalui aplikasi *google maps* dengan tujuan untuk mengetahui keluhan – keluhan yang dialami oleh konsumen. Dapat dilihat dengan jelas di tabel keluhan konsumen perihal kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Data Keluhan Konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam

No	Tanggal	Keluhan
1	12 Januari 2020	Pelayanan service memuaskan, tapi buat mas-mas bagian sparepart tolong sedikit ramah yah mas sama pelanggan yang nanya spare part.
2	20 Januari 2020	Pelayanan sudah bagus, tapi tolong ditingkatkan lagi. Dan masalah parkir untuk customer yang sedang servis jangan diminta dong.
3	17 February 2020	Tempat parkir luas, namun montir nya kurang sehingga perlu menunggu lama. Tempat duduk pun berada di luar dan pelayanan kurang ramah.
4	26 February 2020	Saya parkir di Yamaha untuk servis, masih mengizinkan juga parkir untuk retribusi ditarik untuk pelanggan servis anda?. Tolong Yamaha itu diatur, bukan masalah tarif parkirnya tapi kenyamanan orang yang servis di tempat anda yang harusnya didahulukan.

5	02 Maret 2020	Terlalu lamban. Sudah 5 tahun servis di sini tapi tidak ada kemajuan.
6	15 April 2020	Top, Cuma ruang tunggu yang kurang adem
7	10 Mei 2020	Rekomendasi untuk beli sparepart nya parah, keadaan masih bagus disuruh ganti.
8	12 Mei 2020	Dealer sampah, setiap ditanya sparepart Yamaha gak ada lebih baik dari dealer merk Honda.
9	20 Mei 2020	Heran di graha ini, motor kita servis di dalam bengkel tapi keluar tetap kena parkir. Aneh ...
10	15 Oktober 2020	Tempat parkir luas namun harus antri lama saat servis karena kurangnya mekanik.

Sumber : *Survei dan Wawancara*

Berdasarkan tabel keluhan diatas, Kualitas pelayanan yang dilakukan *Dealer* Yamaha Graha Batam bisa dikatakan masih kurang efisien dimana konsumen merasa kurang puas dalam mendapatkan pelayanan yang baik dari pihak *dealer*. Hal tersebut terlihat jelas dari tabel 1.2 seperti pada bulan januari 2020 diatas seperti pelayanan yang kurang ramah kepada konsumen, hal ini menyebabkan konsumen merasa tidak puas pada saat sedang melakukan servis kendaraanya .Kemudian tidak hanya berfokus pada kualitas pelayanan, fasilitas yang diberikan oleh pihak *dealer* jugakurang memadai hal ini terlihat jelas pada tabel keluhan diatas pada yaitu ruang tunggu yang kurang adem serta berada diluar yang menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman saat sedang menunggu motornya selesai diservis, serta informasi penjualan sparepart yang kurang bisa dipahami oleh konsumen secara menyeluruh . Hal ini terjadi dikarenakan kurangnya

ketelitian dalam hal penyediaan jasa fasilitas yang diberikan oleh pihak *dealer* untuk konsumennya, sehingga konsumen yang ingin melakukan servis di dealer Yamaha Graha Batam merasa tidak nyaman dengan fasilitas yang diberikan sehingga menyampaikan keluhannya pada kolom ulasan aplikasi *Google maps*. Hal ini berdampak pada masyarakat yang sedang mencari tempat servis kendaraan yang berkualitas sebagai tempat servis kendaraannya kemudian membaca berbagai keluhan di aplikasi *google maps* tersebut. Oleh sebab itu, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus memperhatikan apa yang bisa membuat konsumen merasa puas selama melakukan servis kendaraannya di *dealer* Yamaha Graha Batam.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai jumlah pengunjung yang datang pada periode tahun 2020 pada Dealer Yamaha Graha Batam, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. 3 Jumlah pengunjung pada *dealer* Yamaha Graha Batam tahun 2020

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	53
2	Februari	48
3	Maret	44
4	April	12
5	Mei	8
6	Juni	16
7	Juli	29

8	Agustus	20
9	September	26
10	Oktober	15
11	November	24
12	Desember	39
Total		334

Source : Dealer Yamaha Graha Batam, Batu Aji (2021)

Berdasarkan tabel 1.1, terlihat jelas bahwa *dealer* Yamaha Graha mengalami beberapa siklus fluktuasi. Hal ini dapat dilihat pada bulan april yang berjumlah 12 pengunjung dan bulan mei berjumlah 8 pengunjung. Selain terjadi penurunan, terjadi pula kenaikan yang dapat dilihat pada bulan November sebanyak 24 pengunjung dan bulan desember sebanyak 39 pengunjung.

Berdasarkan pemaparan penulis diatas, oleh karena itu peneliti bermaksud meneliti dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Dealer* Yamaha Graha Batam.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, peneliti kemudian menentukan masalah berikut ini :

1. Adanya pemungutan biaya parkir liar
2. Kurangnya tenaga service
3. *Waiting room* yang kurang nyaman bagi konsumen
4. Kurangnya pemberian informasi akurat mengenai *sparepart* yang dijual

5. Kurang ramah kepada konsumen

1.3 Batasan Masalah

Dikarenakan luasnya masalah dan keterbatasan waktu, serta kemampuan meneliti dan membahas masalah yang belum luas, maka peneliti hanya membatasi masalah dalam penelitian ini dengan memperhatikan permasalahan berikut ini :

1. Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam.
2. Objek penelitian dilakukan di *Dealer* Yamaha Graha Batam dengan pengambilan data pada tahun 2020.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan dalam penelitiannya adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui dampak kualitas pelayanan *Dealer* Yamaha Graha Batam terhadap kepuasan konsumen.

2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini mampu memberikan manfaat, ilmu serta wawasan terutama dalam hal peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti
Memperoleh hasil dan penemuan dari kegiatan penelitian, menambah wawasan ilmu pengetahuan baru.
2. Bagi institusi (UPB)
Diharapkan dengan adanya penelitian tersebut dapat memberikan acuan pada perpustakaan Universitas Putera Batam.
3. Bagi perusahaan
Memberikan gambaran, solusi dan pertimbangan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Bagi peneliti lanjutan
Memberikan informasi serta memberikan gambaran bagi peneliti selanjutnya.



Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menekankan bahwa *service quality* merupakan tolak ukur yang digunakan dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, berarti *point of view* dari pengguna jasa menjadi *point* utama kepada *company* (Mutmainnah, 2017: 205). Sedangkan menurut (Rasyid, 2017: 212) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen mengenai pelayanan yang berikan oleh perusahaan kepada konsumen berdasarkan pelayanan yang diinginkan serta pelayanan yang diharapkan.

Menurut (Septian & Saputra, 2020: 44) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan perfeksionis yang diharapkan oleh konsumen dalam rangka pemuasan selera konsumen. Menurut para ahli dalam (Septian & Saputra, 2020: 46), Kualitas pelayanan merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan mengamati pola serta nilai yang dimiliki oleh masing-masing individu.

Menurut (Siswanto & Heryenzus, 2020: 252) Kualitas Iayanan adalah faktor yang sangat penting dalam menciptakan nilai kepuasan konsumen, dengan

kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan merasa nyaman dan cenderung untuk tetap menggunakan/membeli produk yang di pasarkan.

Berdasarkan pemahaman para ahli diatas tentang kualitas layanan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan penilaian performa yang disediakan oleh penyedia layanan terhadap harapan atau keinginan konsumen.

2.1.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada sepuluh *dimensions* dari pelayanan, baik layanan yang diharapkan maupun layanan yang dirasakan (Salim, Rahayu, & Sudjatno, 2018: 524) yaitu:

1. Keandalan, yaitu mencakup pada konsistensi kerja dan kemampuan dipercaya.
Hal ini berarti perusahaan akan memberikan layanan secara tepat sejak awal dan memenuhi janjinya.
2. Daya tanggap, hal ini berkaitan dengan kesiapan karyawan untuk melayani konsumennya.
3. Kompetensi, hal ini berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan tertentu pada konsumen.
4. Sopan santun, yaitu sikap ataupun keramahan dari karyawan dalam melayani konsumennya.
5. Kredibilitas, yaitu jujur dan dapat dipercaya hal ini berdampak pada karakteristik pribadi konsumen.
6. Keamanan, yaitu aman seperti finansial yang diberikan pada konsumen.

7. Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk di temui dan di hubungi, seperti mudahnya menjangkau lokasi dan fasilitas pelayanan, waktu tunggu tidak terlalu lama, tersedianya saluran komunikasi yang mudah dihubungi.
8. Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang bisa dipahami konsumen serta selalu menanggapi keluhan dari konsumen.
9. Pemahaman konsumen, yaitu upaya dari penyedia layanan supaya dapat memahami konsumen.
10. Fasilitas fisik, yaitu segala bentuk bukti fisik seperti pegawai maupun peralatan.

2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan service quality perusahaan harus mengukurnya agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan konsumennya. Menurut (Suryani, 2013: 94-95) untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator yakni :

1. Berwujud (*tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Pendapat (Kusuma, Suroija, & Supaya, 2018: 38) fasilitas ialah suatu elemen dalam rangka memaksimalkan kegiatan konsumen mengenai usaha dalam bidang jasa. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa sangat mempengaruhi

keputusan konsumen, karena mereka terkait erat dengan pembentukan persepsi pelanggan(Dora, 2017: 18).

Fasilitas yaitu segala bentuk peralatan yang bersifat fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk memberikan kenyamanan terhadap konsumen. (Kusuma et al., 2018: 38). Fasilitas adalah sumber daya nyata berupa fisik yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen (Efendi & Zaini, 2018: 86) .

Berdasarkan pengertian para ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa fasilitas merupakan segala bentuk peralatan yang bersifat fisik yang disediakan oleh perusahaan dengan tujuan memberikan kenyamanan kepada konsumen.

2.1.2.2 Karakteristik fasilitas

Mengikuti pendapat dari (Arianto & Muhammad, 2018), karakteristik dari *Facility* meliputi :

1. Parkir
2. Display
3. AC
4. pembayaran dan brosur

2.1.2.3 Indikator Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2014: 175 - 177) untuk mengukur indikator fasilitas ada 6 Indikator yaitu:

1. Perencanaan spasial.
2. Perancangan ruangan.
3. Perlengkapan atau perabotan.

4. Tata cahaya.
5. Warna.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

2.1.3 Kepuasan Konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Mengikuti penelitian (Erlinda & Kurniawan, 2020: 05) kepuasan konsumen merupakan proses psikologis dasar yang berperan dengan tujuan memahami bagaimana tepatnya konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Kepuasan konsumen adalah hasil akhir yang dimiliki oleh penyedia jasa yang bersumber dari terpenuhinya keinginan atau tidaknya pihak konsumen melalui kinerja serta aspek aspek lain yang diberikan oleh penyedia jasa (Ajizah & Nurlaela, 2018: 38).

Kepuasan konsumen Menurut Herlambang dalam penelitiannya adalah Tingkatan perasaan yang dialami oleh konsumen setelah membandingkan kinerja dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen (Khairani, Siregar, Hutabalian, & Karolina, 2019: 131).

Dari pemahaman para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen ialah tingkatan hasil akhir penyedia jasa dari terpenuhi atau tidaknya harapan konsumen atas kinerja yang telah diberikan oleh penyedia jasa.

2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Perusahaan perlu mempertimbangkan lima faktor utama untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen (Nuridin, 2018: 22) yaitu:

1. Kualitas Produk, ketika produk maupun jasa yang diperoleh oleh konsumen memenuhi syarat dari apa yang diharapkan maka konsumen tersebut akan puas. Pelanggan yang alasannya selalu membutuhkan produk yang berkualitas tinggi yang mereka lakukan untuk mendapatkan *product*. Sehingga, kualitas produk yang baik akan menciptakan nilai tambah pelanggan.
2. *Service quality*, jika konsumen mendapatkan pelayanan yang berkualitas atau hasil yang diharapkan dan mereka akan puas
3. Emosional, konsumen akan bangga ketika memiliki produk atau menggunakan jasa yang memiliki nilai yang tinggi hadapan social sehingga mereka juga merasa percaya diri dengan hal tersebut.
4. Harga, *product* yang sejenis, akan tetapi tersedia dengan harga yang terjangkau akan mendapatkan nilai tambah dari konsumen.
5. Biaya, konsumen lebih cenderung puas dengan suatu produk atau pelayan jika dibandingkan mereka harus mengeluarkan biaya tambahan.

2.1.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Untuk mengukur tingkat *consumer satisfaction* menurut (Kotler & Keller, 2016: 155) terdapat 3 indikator yang digunakan yaitu:.

1. Keinginan melakukan pembelian kembali
2. Kesiediaan merekomendasikan

3. Kesesuaian harapan

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dan pembanding untuk suatu penelitian, diperlukan *research* dari para ahli terdahulu. Tujuan dari penelitian sebelumnya adalah mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai contoh penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah ringkasan dari penelitian sebelumnya terkait dengan penelitian.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Ajizah, E., & Nurlaela, S. (2018) ISSN : 2407-6325 (DOAJ)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Mutiara Di Rangkasbitung	kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel mutiara di Rangkasbitung dan pengaruhnya adalah positif.
2	Arianto, Nurmin., & Muhammad, Jeffry (2018) ISSN : 2615-6849	Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa	Fasilitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada ssshotel Dharawangsa dan pengaruhnya positif

	(Google Scholar)		
3	Buchori, S.P.,M.M ISSN : 1978 – 6573 (Scientia)	Analisis Pengaruh Ketetapan Harga, Promosi, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Yestoya Way Jepara Lampung Timur	Ketetapan harga , promosi dan fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel yestoya way jepara dan pengaruhnya positif.
4	Darwansyah (2017) ISSN 2355-5408 (DOAJ)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kamar Hotel Pada Hotel Grand Victoria Di Samarinda	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan berpengaruh positif
5	Hartini, Sri. (2017) ISSN: 2476 – 9576 (Science Direct)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya	Kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan berpengaruh positif
6	Ahmad Zaenudin,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap	Kualitas pelayanan dan fasilitas

	Tiurniari Purba ISSN : 2621-9441 (Google Scholar)	Kepuasan Konsumen Pada Pt. Multi Prima Daya Perkasa	berpengaruh signifikan dan pengaruhnya posisiif
7	Rianto Nurcahyo, Annisa Fitriyani dan Irma Nur Hudda (2017) ISSN : 2087-1228 (<i>Science Direct</i>)	<i>The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta</i>	Kualitas pelayanan, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Borobudur di Jakarta

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir membentuk kejelasan rangkaian konsep dan keterkaitan antar konsep tersebut, konsep tersebut didasarkan pada tinjauan pustakan dengan meninjau teori – teori yang dihimpun dan hasil penelitian sebelumnya. (Sugiyono, 2012:60).

2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Layanan harus istimewa, menonjol dan menarik perhatian orang, serta akan memiliki respon yang menyenangkan dan menyenangkan kepada para tamu, karena mereka memang tidak ingin selama ini. Layanan semacam inilah yang akan membawa kegembiraan atau kebahagiaan khusus bagi para tamu.

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Ajizah & Nurlaela, 2018) dengan nomor ISSN : 2407-6325 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Mutiara Di Rangkasbitung. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas adalah berbagai bentuk sarana yang disediakan oleh penyedia jasa, sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Iskandarsyah & Utami, 2017) dengan nomor ISSN : 2598-635X yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah di Hadrah Property. Dinyatakan bahwa fasilitas memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan

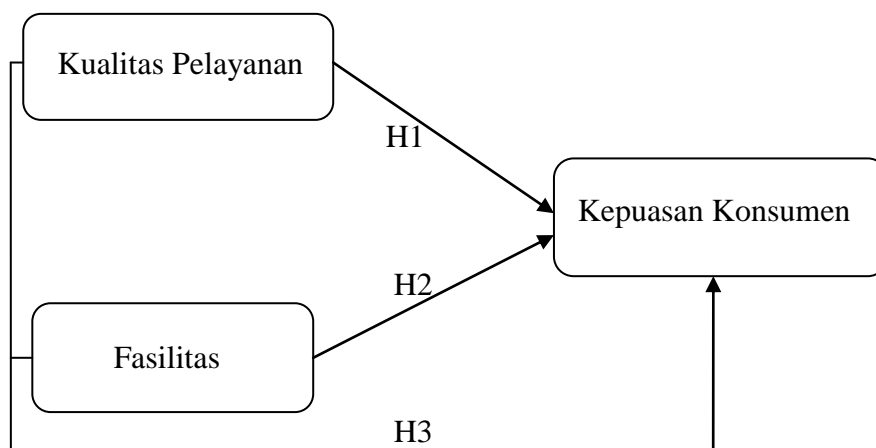
Konsumen

Konsumen puas saat ekspektasi terpenuhi, konsumen yang puas saat ekspektasi terlampaui. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepuasan

pelanggan merupakan perasaan yang menyenangkan, dan hasil yang diperoleh konsumen setelah mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan serta kinerja perusahaan yang memenuhi harapan merupakan perasaan yang menyenangkan.

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Moha & Loindong, 2016) dengan nomor ISSN : ISSN 2303-1174 yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado.

Berdasarkan rumusan masalah, kerangka pemikiran dalam penelitian ini bisa dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang ditetapkan pada penelitian ialah :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam

H2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam

H3 : Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam



Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitiannya menggunakan desain penelitian kausalitas. Metode *research* kausalitas merupakan sebuah *method* yang dipakai dengan tujuan mengetahui *possibility* kausalitas antar variabel. Dalam *design* tersebut, biasanya peneliti bisa memperkirakan kausalitas sehingga peneliti mampu menyatakan variabel penyebab dan klasifikasi variabel dependen (Sanusi, 2011: 14).

Teknik penelitian yang dilakukan peneliti ialah teknik analisis kuantitatif untuk mendeskripsikan dan menjelaskan setiap variabel yang diteliti. Peneliti mengumpulkan data melalui *survey* kuesioner. Alat analisis yang digunakan ialah analisis linier berganda, dimana interpretasi didukung melalui menampilkan data berupa tabel, grafik, dan gambar serta melakukan *analysis* untuk memperkuat pembelajaran. Penelitian ini dilakukan di Dealer Yamaha Graha Batam.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian replikasi adalah penelitian yang memodifikasi penelitian orang lain. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian dari peneliti-peneliti terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian, akan tetapi memasukkan ide serta gagasan baru dengan merubah cara pengolahan data, mengganti variabel, merubah cara pengukuran data. (Armansyah & Azis, 2018 : 239)

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Komp. Ruko Central Muka Kuning, Jl. Letjend Suprpto, Buliang, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau (Kode pos : 29439)

3.3.2 Periode Penelitian

Periode pelaksanaan penelitian tercantum dalam tabel di bawah ini. Penelitian merupakan waktu yang dihabiskan peneliti sejak awal, seperti yang dijelaskan pada tabel di bawah ini.:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Keterangan	Maret 2021	April 2021	Mei 2021	Juni 2021	Juli 2021
Pengajuan Judul					
Bab 1					
Bab 2					
Bab 3					
Kuesioner					
Olah Data					
Bab 4					
Bab 5					
Daftar Pustaka					
Daftar Isi					
Abstrak					
Penyerahan Hasil Penelitian					

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian (Hartini, 2017: 409). Populasi bukan hanya berasal dari jumlah yang ada pada objek dan subjek akan tetapi mencakup semua karakteristik serta sifat yang dimiliki dari subjek atau objek itu. Oleh karena itu Populasi dalam penelitian ini ialah jumlah konsumen pada tahun 2020 yang berjumlah 334 pada Dealer Yamaha Graha Batam.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Agar sampel menjadi representatif, maka besar sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N.a^2)} \quad \text{Rumus 3. 1 Rumus Slovin}$$

Sumber : (Sanusi, 2012 : 101)

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi adalah 334

a^2 = kelonggaran ketidakteelitian disebabkan salah pengambilan sampel yang dapat ditolerir 5%;

1 = konstanta

Berdasarkan penelitian ini jumlah populasi responden pada Tahun 2020 sebanyak 334 pengunjung yang datang pada Dealer Yamaha Graha Batam, toleransi kelonggaran ketidakteelitian ialah 5%. Hasil dari perhitungan teknik pengambilan sampel tersebut diperoleh dari rumus slovin dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1+(N.a^2)}$$

$$n = \frac{334}{1+334(5\%)^2}$$

$$n = \frac{334}{1+334(0.05)^2}$$

$$n = \frac{334}{1+334(0.0025)}$$

$$n = \frac{334}{1+0.835}$$

$$n = \frac{334}{1.835}$$

$$n = 182.01$$

$$n = 182$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampelnya ialah 182.01 orang dibulatkan menjadi 182 orang. Sehingga sampel untuk penelitian ini ialah 182 responden.

3.4.3 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti sehingga mewakili dari keseluruhan populasi yang ada (Hartini, 2017: 409). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni *Accidental Sampling*, karena jumlah konsumen *Dealer* yang sangat banyak sehingga sulit untuk mengidentifikasi konsumen satu persatu, dan diperlukan waktu penelitian yang lama.

3.5 Sumber Data

Dalam penelitian ini, teknologi pengumpulan data yang dipakai menggunakan survei kuisisioner, yaitu dengan mengajukan serangkaian pernyataan tertulis kepada responden. (Sanusi, 2011: 109). Data primer adalah data dari hasil penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke konsumen yang menggunakan jasa Dealer Yamaha Graha Batam melalui penyebaran kuesioner.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data harus ada dalam penelitian karena metode pengumpulan data digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui tes, wawancara, observasi, angket dan survei (Sanusi, 2011: 105). Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrument utama. Hal ini dilakukan agar mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah perlengkapan, nilai ataupun atribut antar objek yang memiliki perbedaan tertentu satu sama lain, variabel yang telah ditentukan oleh peneliti digunakan peneliti untuk dipahamai serta dicari informasi nya serta dicari kesimpulannya, (Ridha, 2017: 66). Didalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen.

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang menyebabkan variabel dependen berubah atau muncul disebut juga variabel dependen (Sinambela, 2014: 47). Penelitian variabel ini ialah Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2).

3.7.1.1 Kualitas Pelayanan

Quality service adalah berbagai macam aktivitas atau upaya perusahaan dalam mencapai keinginan konsumen dalam bentuk layanan. (Hermayani, 2021: 20). Indikator dari kualitas pelayanan menurut (Suryani, 2013: 94-95) untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

3.7.1.2 Fasilitas

Menurut (Iskandarsyah & Utami, 2017: 132) fasilitas adalah Berbagai bentuk sarana yang disediakan oleh penyedia jasa, sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen. Menurut (Tjiptono, 2014: 175-177) untuk mengukur fasilitas suatu hotel ada 6 Indikator yaitu:

1. Perencanaan spasial.
2. Perancangan ruangan.

3. Perlengkapan atau perabotan.
4. Tata cahaya.
5. Warna.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen ialah *variable* yang terpengaruh atau menjadi hasil yang dimaksud dengan variabel independen (Sinambela, 2014: 48). Variabel dependen pada penelitian ini ialah Kepuasan Konsumen (Y). Kepuasan konsumen ialah hasil akhir yang dimiliki oleh penyedia jasa bersumber dari terpenuhinya keinginan atau tidaknya pihak konsumen melalui kinerja serta aspek aspek lain yang diberikan oleh penyedia jasa (Spranto & Limakrisna, 2011). menurut (Kotler & Keller, 2016: 155) terdapat 3 indikator yang digunakan yaitu:

1. Keinginan melakukan pembelian kembali
2. Kesiediaan merekomendasikan
3. Kesesuaian harapan

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	<i>Quality service</i> ialah berbagai macam kegiatan atau usaha yang di lakukan dalam rangka mencapai keinginan konsumen dalam bentuk layanan	kualitas pelayanan ada 5 Indikator yaitu : 1. Bukti fisik (<i>tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	Skala Likert

		<p>3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p> <p>4. Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <p>5. Empati (<i>Empathy</i>)</p>	
Fasilitas (X2)	<p>Fasilitas ialah berbagai bentuk sarana disediakan oleh penyedia jasa, sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen.</p>	<p>6 Indikator fasilitas yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan spasial. 2. Perancangan ruangan. 3. Perlengkapan atau perabotan. 4. Tata cahaya. 5. Warna. 6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. 	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	<p>Kepuasan konsumen ialah hasil akhir penyedia jasa yang bersumber dari terpenuhinya keinginan atau tidaknya pihak konsumen melalui kinerja serta aspek aspek lain yang diberikan oleh penyedia jasa</p>	<p>3 indikator kepuasan konsumen yang digunakan yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan melakukan pembelian kembali 2. Kesiediaan merekomendasikan 3. Kesesuaian harapan 	Skala Likert

--	--	--	--

3.8 Metode Analisis Data

Untuk melengkapi quantitative analysis maka peneliti memerlukan metode analisis data yang tepat. Method analisis data dilakukan dengan SPSS 25 untuk melengkapi metode analisis yang berguna untuk pengujian (Statistical Package for the Social Sciences) SPSS yaitu suatu aplikasi untuk menganalisis data statistic.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistif deskriptif ialah menganalisis data dengan mendeskripsikan data lalu dikumpulkan apa adanya, tanpa meringkas kesimpulan atau generalisasi luas (Sinambela, 2014: 189). Di analisis deskriptif terdapat pembahasan mengenai *information* Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) sebagai variabel independen dan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen.

Dalam penentuan kriteria analisis deskriptif dapat menggunakan tabel rentang skala yang didapat dengan menggunakan rumus mengenai *scale* (Peneliti, 2020).

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 2 Rumus Rentang Skala

$$\begin{aligned} &= \frac{182(5-1)}{5} \\ &= 145,6 \end{aligned}$$

Keterangan:

n=Jumlah populasi

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Tabel 3. 3 Rentang Skor Kriteria Pernyataan

Rentang Skala	Kriteria Pernyataan
182 – 327,6	Sangat Tidak Baik
327,7 – 473,2	Tidak Baik
473,3 – 618,8	Netral
618,9 – 764,4	Baik
764,5 - 910	Sangat Baik

Sumber : Peneliti,2021

3.8.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.2.1 Uji Validitas

Dimaksudkan guna mengetahui *tools* ukur yang digunakan dapat mengukur derajat yang akan diukur, Anda dapat melihat bahwa pertanyaan yang saran yang dibuat dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur situasi aktual informan dan meningkatkan hasil kuesioner (Agung, 2012: 35).

Sebagai tujuan dalam pembuktian kevalidan dari kuesioner bisa dilihat oleh jumlah koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Melakukan analisis dengan menghubungkan *score* dari setiap item dan *score* totalnya. Nilai total semua item memiliki skor total item. Korelasi item yang signifikan dengan *score*

total item bisa diartikan dengan memiliki makna serta memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin dipelajari peneliti (Agung, 2012: 35-36).

Berdasarkan nilai *coefficient* korelasi *product moment* bisa didapatkan melalui rumus sebagai berikut:

$$\frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Rumus 3. 3 Korelasi Product Moment

Sumber : (Sanusi, 2011:122)

Keterangan:

r_{xy} = Koefesien dari *correlation*

i = Skor item

x = Skor total dari x

n = Jumlah dari banyaknya subjek

Dalam membuktikannya bisa gunakan 2 sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. Apakah data dapat di terima atau tidaknya, dapat dilihat dari kriteria berikut ini (Sanusi, 2012:123) :

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item pertanyaan tersebut menunjukkan hubungan yang signifikan, akan dikatakan valid,
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item pertanyaan tersebut tidak menunjukkan hubungan yang signifikan, akan dikatakan tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data

Reliability yaitu memperlihatkan konsistensi relatif dari perhitungan saat diulangi dua atau lebih pengukuran. Fungsi dari uji reliabilitas ialah mengukur dan mengetahui tingkat konsistensi. Dalam menemukan jumlah reliabilitas data memakai metode *Cronbach Alpha* (Agung, 2012: 52) dengan rumus :

Rumus 3. 4 Conbrach Alpha

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Sumber: (Agung, 2012: 52)

Keterangan:

r_{11} = Reabilitas instrumennya

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah variasi pada butirannya

$\sigma^2 t$ = Varian totalnya

k = Jumlah butiran pertanyaan

Memakai dua arah pada tingkat *significant* 0,05 untuk membuktikan nilai tersebut. Apakah data diterima atau tidak *reliable* jika, nilai alpha \geq nilai r_{tabel} . (Agung, 2012: 53). Adapun indeks koefisien reliabilitas memiliki kriteria yakni :

Tabel 3. 4 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
0,80-1,00	Sangat Tinggi
0,60-0,799	Tinggi
0,40-0,599	Cukup
0,20-0,399	Rendah
<0,20	Sangat Rendah

Sumber : (Agung, 2012: 53)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam menguji regresi & hubungan *correlation* data wajib mengikuti prinsip BLUE (Best Linier Unbiased Estimator). Sebagai contoh regresi yang dapat menaruh *estimated value* yang bagus diperoleh melalui *Ordinary Least*

Square. Untuk mendapatkan *BLUE*, persyaratan minim yang diharuskan ada dalam data yakni uji hipotesis (Agung, 2012: 61).

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna menguji apakah variabel bebas pada model *regression* berdistribusi normal (Agung, 2012: 61). Data berdistribusi secara normal akan membangun kurva, jikalau digambar kurva akan berbentuk lonceng (*bell shaped curve*). Seandainya data memiliki nilai data yang tinggi maupun terlalu kecil, dianggap tidak normal. Uji bisa diperlihatkan melalui diagram Normal *P-Plot Regression Standarized* dimana letak titik bermula disekitar garis. Akantetapi agar semakin meyakinkan kebenaran data mempunyai distribusi normal di uji dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Melalui ketentuan dimana *curve* residual tersandarisasi mempunyai serangkaian data normal seandainya (Agung, 2012: 72) yakni :

1. Nilai Kolmogorv - Smirnov $Z < Z_{\text{tabel}}$;
2. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha$

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji tersebut digunakan guna mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Jika model persamaan mempunyai tanda-tanda multikolinieritas, maka dapat diketahui bahwa variabel independen lain berkorelasi. Uji multikolinearitas bisa dilihat melalui *Variance Inflation Factors* (VIF). Karakteristik pengujiannya ialah jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen; sebaliknya jika nilai VIF > 10 , artinya model tersebut terjadi multikolinearitas. (Agung, 2012: 72)

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik, apabila output nilai sig > nilai alphanya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas. (Agung, 2012: 72)

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda mempunyai teknik serta jenis substantif sama pada analisis regresi linier sederhana. Variabel independen tersebut merupakan variabel penjelas, kemudian dianalisis memiliki korelasi dengan variabel yang dijelaskan. Penggunaan data memiliki model *regression* sebagai *tools* pengujian mampu menghasilkan hasil yang baik. Dalam persyaratan tersebut, data yang digunakan mempunyai tipe data berskala interval yg berdistribusi normal untuk melengkapi uji asumsi klasik.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda

Sumber: (Agung, 2012: 127)

Keterangan:

Y = variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

x_1 = variabel independen pertama (Kualitas Pelayanan)

x_2 = variabel independen kedua (Fasilitas)

X_n = variabel ke n

3.8.4.2 Uji R^2 (Analisis Determinasi)

Analisis *determination* berguna untuk memahami sejauh mana bagian variabel bebas dalam model regresi secara beriringan mempengaruhi variabel tak bebas. Oleh karena itu, *coefficient* numerik ditampilkan adalah pembentukan model dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya. Koefisien angka dipakai untuk mengukur pengaruh variabel independen (terhadap keragaman variabel dependen (korelasi))(Agung, 2012: 135).

Rumus umum dalam menentukan *coefficient of determination* dibawah

ini :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Rumus 3. 6 Koefisien Determinan

Sumber: (Agung, 2012: 136)

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

SSR = Sum of squares regression

SST = Sum of squares Total

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji *significant* setiap *regresion coefficient* dilakukan dengan tujuan menentukan signifikansi atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Kepentingan parsial dapat diperuntukkan menguji hipotesis dalam penelitian. Nilai yang dapat dilakukan ialah nilai t_{hitung} .

Hipotesis Uji t dalam berikut ini :

H_0 : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_a : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria dalam penilaian Uji t sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

(Sanusi, 2011: 138)

3.9.2 Uji t (Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Simultan)

Pada model nama lain yang sering disebut uji signifikansi semua koefisien regresi pada waktu yang sama. Nilai f_{hitung} dilakukan dengan uji srempak. Saat melakukan uji f, nilai f_{hitung} berkaitan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang sebenarnya menguji signifikansi dari koefisien determinasi (R^2). Uji F memperlihatkan berapa (%) variabel tak bebas diperlihatkan terhadap semua variabel independen secara beriringan (R^2),

Sedangkan uji f di atas, nilai koefisien determinasi (R^2) dan uji f untuk mengetahui apakah model yang digunakan baik, memenuhi signifikansi. Semakin tinggi koefisien determinasi (R^2) dan signifikansinya, semakin baik modelnya..

Hipotesis Uji F dalam berikut ini :

H_0 : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_a : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria penilaian Uji F sebagai berikut :

- a. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_o diterima dan H_a ditolak, yang berarti seluruh variabel independen tidak secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen.

(Sanusi, 2011: 137)