

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**CLEMEN VANDI SIMANUNGKALIT  
160910420**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2020**

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:**

**CLEMEN VANDI SIMANUNGKALIT  
160910420**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2020**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALISTIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Clemen Vandi Simanungkalit

NPM : 160910420

Falkutas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL**

Adalah hasil karya sendiri 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 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 sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

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

Batam, 18 Februari 2020

Yang membuat pernyataan,

Clemen Vandi Simanungkalit

160910420

**Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Kepuasan  
Pelanggan pada PT Pionika Automobil**

**Oleh:  
Clemen Vandi Simanungkalit  
160910420**

**SKRIPSI  
Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 18 Februari 2020**

**Syaifullah, S.E., M.M  
Pembimbing**

## KATA PENGANTAR

*Salam Sejahtera,*

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal 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. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Nur Elfi Husda.S.Kom., M.Si.
2. Dekan Universitas Putera Batam, Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti S.H., M.H.
3. Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam, Ibu Mauli, S.Kom.,M.Si.
4. Bapak Syaifullah, S.E.,M.M. selaku pembimbing skripsi penulis
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Kedua orang tua dan keluarga besar yang turut memberikan motivasi, doa dan pengorbanannya kepada penulis.
7. PT Pionika Automobil yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Kerabat-kerabat terdekat seperti Miftach Rizqillah, Ryo Ramadhan, Ramadhani Syafitri, Annisa Reskita, Puli Hanafiah, Musril Kamal, Giska Indra, Fadhli Miftahulsallam, dan seperjuangan di Universitas Putera Batam.
9. Dan terimakasih banyak untuk yang terspesial Dona Melya Apriyanti.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak. Semoga Allah swt membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 18 Februari 2020

Clemen Vandi Simanungkalit  
(160910420)

## ABSTRAK

Perubahan semacam ini memiliki dampak besar pada bisnis otomotif. Kita tahu bahwa dunia otomotif memiliki banyak penggemar. Banyak orang yang memiliki minat di bidang ini, baik roda dua maupun roda empat. Karenanya banyak yang berani membuka bisnis di bidang otomotif, salah satunya adalah PT. Pionika Automobil. Meskipun ada banyak penggemar, itu tidak berarti bahwa bidang ini tidak memiliki masalah dalam berbisnis. Beberapa contoh hambatan adalah karena banyaknya pesaing dan kurangnya fasilitas pendukung. Jadi perusahaan harus bersaing di era globalisasi ini dan mencapai tujuan dengan hasil maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana peran Fasilitas dan Kualitas Layanan mampu meningkatkan Kepuasan Pelanggan di PT Pionika Automobil di Kota Batam,). Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. dengan populasi 150 pelanggan dalam satu minggu, dengan teknik pengambilan sampel tidak disengaja. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan teknik rumus Slovin, dengan 109 responden. Skala pengukuran dan metode pengukuran yang digunakan peneliti dalam penelitian ilmiah adalah skala Likert. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan di PT Pionika Automobil dan bantuan program SPSS Versi 25.

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

## **ABSTRACT**

*This kind of change has a big impact on the automotive business. We know that the automotive world has many fans. Many people who have an interest in this field, both two wheels and four wheels. Therefore many who dare to open a business in the automotive field, one of which is PT. Automatic pionic. Even though there are many fans, that doesn't mean that this field has no problems doing business. Some examples of obstacles are due to the large number of competitors and the lack of supporting facilities. So companies must compete in this era of globalization and achieve goals with maximum results. This study aims to examine the extent to which the role of Facilities and Service Quality is able to increase Customer Satisfaction at PT Pionika Automobil in Batam City,). The research used is quantitative research by finding associative relationships that are causal. with a population of 150 customers in one week, with accidental sampling technique. The formula used to determine the number of samples is the Slovin formula, with an error rate of 0.05 or 5%. using multiple linear regression analysis methods and the Slovin formula technique, with 109 respondents. The scale of measurement and the method of measurement that researchers use in scientific research is the Likert scale. Data collection through questionnaires was carried out at PT Pionika Automobil and the assistance of the SPSS Version 25 program.*

**Keywords:** *Facilities, Service Quality, Consumer Satisfaction*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>SURAT PERNYATAAN ORIGINALISTIS.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR RUMUS.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Toeritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. Fasilitas.....	12
2.1.1.1. Pengertian Fasilitas.....	12
2.1.1.2. Tujuan Fasilitas.....	13
2.1.1.3. Manfaat Fasilitas.....	13
2.1.1.4. Indikator-indikator Fasilitas.....	14
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.2.2. Karakteristik Pelayanan.....	16
2.1.2.3. Indikator – indikator Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.3.2. Kriteria Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.3.3. Indikator – indikator Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	20
2.3. Kerangka Pemikiran.....	24
2.4. Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2. Operasional Variabel.....	27
3.2.1 Variabel Independen.....	27



3.2.2 Variabel Dependen.....	27
3.3 Populasi dan Sampel .....	29
3.3.1 Populasi .....	29
3.3.2 Sampel .....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4.2. Alat Pengumpulan Data.....	30
3.5. Metode Analisis Data .....	31
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	31
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	32
3.5.2.1. Uji Validitas Data.....	32
3.5.2.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.5.3. Uji Asumsi Klasik .....	34
3.5.3.1. Uji Normalitas .....	34
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas .....	34
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas .....	35
3.5.4. Uji Pengaruh .....	36
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36
3.5.5. Uji Hipotesis .....	37
3.5.5.1. Uji T (Parsial) .....	38
3.5.5.2. Uji F.....	38
3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	39
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	39
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran umum objek penelitian .....	41
4.1.1 Letak geografis objek penelitian.....	41
4.1.2 Profil Singkat Perusahaan.....	41
4.2 Karakteristik Responden .....	42
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	42
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
4.2.5 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
4.3 Hasil Penelitian .....	47
4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	47
4.3.1.1 Variabel Fasilitas ( $X_1$ ) .....	47
4.3.1.2 Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	51
4.3.1.3 Variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).....	54
4.4 Analisis Data.....	56
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	58
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5.1 Uji Normalitas Data .....	59
4.3 Pembahasan .....	68

4.3.1 Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan .....	68
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	68
4.3.3 Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.....	68
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran.....	70
5.3 Keterbatasan .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Fasilitas .....	2
Tabel 1. 2 Data Kualitas Pelayanan .....	4
Tabel 1. 3 Data Incoming Unit Aftersales 2018 .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian .....	28
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian .....	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan .....	46
Tabel 4. 6 Kriteria Analisis Deskripsi .....	47
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Fasilitas .....	48
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden (X1) .....	48
Tabel 4. 9 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden (X2) .....	52
Tabel 4. 11 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	54
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden (Y) .....	55
Tabel 4. 13 Uji Validitas Instrumen Variabel Fasilitas (X1) .....	57
Tabel 4. 14 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	57
Tabel 4. 15 Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	58
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X1) .....	58
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	59
Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	59
Tabel 4. 19 Uji Normalitas .....	61
Tabel 4. 20 Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4. 21 Uji Glejser .....	63
Tabel 4. 22 Uji Regresi Linear Berganda .....	64
Tabel 4. 23 Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	65
Tabel 4. 24 Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) .....	66
Tabel 4. 25 Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F) .....	67

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Validitas .....	32
Rumus 3. 2 Rumus Reliabilitas .....	33
Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda .....	36
Rumus 3. 4 T hitung.....	38
Rumus 3. 5 F Hitung.....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia .....	43
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan .....	46
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas pada Histogram.....	60
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas pada Normal P - Plot.....	60
Gambar 4. 8 Uji Heterokedastisitas .....	63

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuisinoner Penelitian .....	74
Lampiran 2. Profil Responden.....	78
Lampiran 3 Tabulasi Data .....	81
Lampiran 4 Data Kedatangan Pelanggan Per Minggu.....	90
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup .....	94
Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian .....	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Beberapa tahun terakhir, tingkat pertumbuhan kendaraan di kota Batam mengalami penurunan. Tahun 2016 sampai tahun 2018, pertumbuhan kendaraan di kota Batam hanya dikisaran 5 hingga 7 persen saja. Data Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BP2RD) Provinsi kepri hingga april 2018, di kota Batam tercatat sebanyak 755.393 unit kendaraan. Sebanyak 618.226 unit didominasi kendaraan roda dua. Sedangkan roda empat dan seterusnya, terhitung sebanyak 137.167 unit.

Sedangkan untuk kendaraan roda empat dan seterusnya, paling banyak didominasi kendaraan jenis minibus atau mobil keluarga (Avanza, Xenia, Ertiga, dan Sejenisnya) yang mengaspal di kota batam yaitu sebanyak 74.555 unit. Tingkat pembelian minibus paling tinggi terjadi tahun 2015, yaitu sebanyak 7.978 unit. kemudian mengalami penurunan pada 2016 sebanyak 6.770 unit, sama halnya dengan tahun 2017,tingkat pembelian sebanyak 5.884 unit dan jumlah ini terus mengalami penurunan.

Untuk minibus dengan tahun pembuatan 2018, dapat diperkirakan sebanyak 6.000 unit telah mengaspal dijalanan Batam. Jenis kendaraan yang paling banyak dijalanan batam yaitu jenis sedan sebanyak 25.747. hingga sekarang penjualan jenis kendaraan sedan terus mengalami penurunan.

Perubahan semacam ini sangat berefek terhadap bisnis-bisnis bisnis otomotif. Kita tau bahwa dunia otomotif memiliki banyak peminatnya. Banyak

masyarakat yang memiliki ketertarikan di bidang ini, baik itu roda dua maupun roda empat. Oleh karena itu banyak yang berani membuka usaha di bidang otomotif, salah satunya ialah PT. Pionika Automobil. Meskipun banyak peminatnya, namun bukan berarti bahwa bidang ini tidak memiliki kendala dalam berbisnis. Beberapa contoh kendalanya karena banyaknya pesaing dan kurang fasilitas pendukung yang ada di dalam showroom mobil tersebut.

Beberapa contoh fasilitas yang kurang memadai yang penulis amati secara langsung mulai dari kedatangan sampai keluar dari PT. Pionika Automobil diantaranya :

**Tabel 1. 1 Data Fasilitas**

Fasilitas Utama	Keterangan
Parkiran	Parkiran yang tersedia untuk konsumen sempit.
Ruang Tunggu	Ruang Tunggu yang tersedia juga sempit, dengan meja kecil
Meja Tamu	Meja Tamu hanya tersedia empat meja.
Musholla	Musholla yang tersedia juga sempit hanya muat untuk dua orang.

**Sumber :** Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa parkiran yang tersedia hanya 14 mobil yang tersedia, tentu ini masih kurang karena belum lagi untuk karyawan yang bekerja pada PT Pionika Automobil menggunakan mobil. Dan konsumen yang sedang service bisa mencapai 14 orang sampai 15 orang kedatangan dalam satu hari.



Kemudian fasilitas ruang tunggu yang sempit, dengan meja kecil dimana kursi hanya tersedia 9 kursi. Kemudian hanya tersedia 4 meja tamu bagi calon pembeli. Kemudian fasilitas musholla yang hanya bisa menampung 2 orang.

Tentu kekurangan fasilitas ini sangat berpengaruh terhadap perusahaan, karena fasilitas yang tersedia memberikan kemudahan bagi pengunjung di PT. Pionika Automobil. pernyataan ini didukung oleh (Munawir, 2018) yang menyatakan sistem pelayanan harus didukung kualitas pelayanan dengan fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sehingga jika kualitas pelayanan didukung oleh fasilitas dengan kelengkapan yang memadai supaya memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan-tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan pelanggan dengan berbagai cara dan strategi dengan harapan supaya pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Kualitas pelayanan diantaranya dapat berupa kesiapan karyawan dalam memberikan bantuan keperluan pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Pionika Automobil ialah pameran. Pameran ini biasanya dilakukan di Mall Nagoya Hill. Tujuannya adalah untuk mendekatkan diri kepada pelanggan, mulai dari pengenalan produk, promosi harga, dan pelayanan konsultasi soal mobil juga disediakan langsung. pelanggan yang biasanya datang ke kantor langsung untuk konsultasi, sekarang tidak perlu lagi.

Meskipun begitu terdapat kekurangan terhadap kualitas pelayanan yang penulis amati secara langsung pada PT. Pionika Automobil, yaitu :

**Tabel 1. 2 Data Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan	Keterangan
Pergantian Sparepart	Sparepart akan diganti meski tidak dikeluhkan pemilik kendaraan.
Tambahan layanan service lain	Montir menyarankan tambahan service lain untuk melihat masalah pada mobil
Pemesanan sparepart terlebih dahulu	Sparepart yang tidak tersedia harus menunggu untuk di pesan terlebih dahulu.
Harga Sparepart	Harga sparepart yang mahal
Masalah pada mobil muncul kembali	Hasil servis yang kurang baik mengakibatkan masalah pada mobil muncul kembali setelah beberapa hari
Muncul masalah lain	Hasil servis yang kurang baik mengakibatkan muncul masalah lain pada bagian lain mobil.
Antrian servis	Antrian servis yang cukup ramai
Service yang lama	Service yang lama memakan banyak waktu

**Sumber :** Peneliti, 2019

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa misalnya pergantian *sparepart*, awalnya mungkin pemilik kendaraan hanya mengeluhkan kondisi kampas rem, namun montir lalu mengaku menemukan ada sejumlah sparepart lain yang perlu diganti, padahal sebelumnya pemilik kendaraan tidak merasakan tanda-tanda kerusakan. Bisa jadi harus membayar lebih mahal meski sebenarnya tidak perlu.

Kemudian, servis berkala memang penting dilakukan agar mesin motor atau mobil selalu prima. Tetapi, saat servis berkala dilakukan, montir sering menyarankan melakukan tambahan layanan servis lainnya untuk pengecekan pada bagian mobil lainnya alasannya pun beragam, padahal sebelumnya tidak ada keluhan pada bagian lain mobil, tentu pelanggan harus mengeluarkan biaya tambahan yang mungkin saja belum waktunya untuk melakukan servis yang di sarankan.

Kemudian *sparepart* yang tidak tersedia harus melakukan pemesanan terlebih dahulu, tentu membutuhkan waktu dan lama waktunya tergantung dari barang apa yang di pesan dan berapa jumlahnya dan lama pengiriman. Ditambah lagi dengan keluhan pelanggan harga *sparepart* yang mahal.

Seringkali munculnya kembali masalah dari hasil service yang mengecewakan disebabkan oleh hasil service yang memang kurang baik. Contoh dari kasus ini sangatlah banyak, semisal montir yang lalai untuk menguras habis oli mobil saat ganti oli. Kelalaian ini menyebabkan oli baru akan segera kotor akibatnya pelanggan akan melakukan pergantian oli lebih cepat dari biasanya. Dan jumlah oli di dalam mesin akan berlebih sehingga tekanan mesin menjadi tidak stabil. Kesalahan montir di atas memperparah keadaan mesin. Hal ini tentu menyebabkan mesin akan semakin panas ketika bekerja. Hasilnya tentu dapat ditebak. Ganti oli bukannya melindungi mesin, namun justru menyebabkan kerusakan mesin yang dimana akan memunculkan masalah lain pada mesin.

Ditambah lagi dengan antrian servis yang ramai, dengan tingkat kedatangan di hari biasa senin sampai jumat mencapai 10-15 mobil. Sedangkan sabtu dan minggu bisa mencapai 15-25. Ditambah lagi dengan servis yang lama juga memakan banyak waktu, dengan waktu servis yang tidak bisa di prediksi tergantung dari pekerjaan setiap mobil yang servis.

Ini akan berdampak terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Seperti yang kita ketahui bahwa pelayanan yang mengalami penurunan, akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan ini didukung oleh (Assauri, 2018) Pelanggan yang puas tentunya akan membeli kembali dan menceritakan kepada yang lainnya, tentang pengalaman yang baik. Tentu saja pengalaman yang baik akan berdampak baik kepada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan patokan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan. Dengan mengetahui apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang di berikan, maka perusahaan akan mendapat nilai tambah tersendiri untuk perusahaan. Pelanggan akan lebih sering datang, dan lebih percaya terhadap pelayanan yang kita berikan selama belum ada pelayanan yang lebih tinggi di berikan oleh pesaing.

Tentu saja pernyataan ini didukung oleh (Sholeha, 2018) yang menyatakan pelanggan yang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka cenderung menjadi loyal dan setia untuk terus menggunakan pelayanan perusahaan tersebut. Sementara pelanggan yang kurang puas atau tidak puas sama sekali, maka memiliki kecenderungan untuk

pindah kepada perusahaan lain yang sejenis, yang mampu memberikan jasa dengan kualitas yang lebih baik. Ketidakpuasan pelanggan akan membentuk persepsi yang negatif terhadap perusahaan dan pelayanan dilakukan oleh perusahaan (Munawir, 2018).

Hal ini dapat dibuktikan dari data yang diperoleh dari PT Pionika Automobil, yang menunjukkan jumlah pelanggan yang datang mengalami penurunan.

**Tabel 1. 3 Data Incoming Unit Aftersales 2018**

Bulan		UI/Bulan	Total/Triwulan
Jan - Mar	Januari	736	2387
	Februari	799	
	Maret	852	
Apr - Jun	April	853	2641
	Mei	890	
	Juni	898	
Jul - Sep	Juli	929	2643
	Agustus	899	
	September	815	
Okt - Des	Oktober	833	2564
	November	873	
	Desember	858	

**Sumber :** PT Pionika Automobil, 2019

Dari data diatas dapat di jelaskan bahwa bulan Juli, kedatangan mencapai jumlah 929 unit, dan pada bulan Agustus mengalami penurunan, dengan jumlah kedatangan 899 Unit, kemudian pada bulan September mengalami penurunan kembali dengan jumlah kedatangan 815 Unit. jumlah kedatangan pelanggan dari bulan Juli, Agustus sampai September mengalami penurunan yang drastis, dengan total kedatangan pada kuartal ke tiga pada tahun 2018 berjumlah 2643 Unit.

Kemudian jika dilihat dari per triwulan Juli - September sampai dengan Oktober – Desember mengalami penurunan. Dapat dilihat dari Jul – Sep 2643 unit, sedangkan periode Okt – Des 2564.

Menurut penulis penurunan yang terjadi pada perusahaan tersebut disebabkan tidak adanya peningkatan pada fasilitas serta kualitas pelayanan yang kurang baik sehingga setiap bulannya mengalami penurunan.

Dari penjabaran permasalahan diatas penulis tertarik untuk lebih memperjelas lagi topik pembahasan karya ilmiah ini. penulis tertarik membahas tentang fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang ada di perusahaan PT Pionika Automobil. Sehubungan dengan itu penulis memilih judul dalam penulisan karya ilmiah dengan judul sebagai berikut :

**“PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL“**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari penjabaran permasalahan pada latar belakang di atas, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang ada di dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Fasilitas yang diberikan PT Pionika Automobil sangat minim sekali.
2. Kurangnya kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT Pionika Automobil.
3. Minimnya fasilitas dan kurangnya kualitas pelayanan yang di berikan PT Pionika Automobil membuat harapan pelanggan belum terpenuhi.

## **1.3 Batasan Masalah**

Dikarenakan luasnya permasalahan pada penelitian ini, dan keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti, maka peneliti membatasi permasalahan pada penelitian ini dengan hanya melihat pada permasalahan pada fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang pada perusahaan PT Pionika Automobil.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Sesuai dengan penjabaran indentifikasi masalah yang ada di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil?
3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan penjabaran pada perumusan masalah yang ada diatas, maka peneliti menerapkan tujuan dari penelitian ini ialah sebagai beriku :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT Pionika Automobil.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT Pionika Automobil.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT Pionika Automobil.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Toeritis**

Peneliti berharap penelitian ini memberikan beberapa manfaat, baik dalam bidang ilmu pengetahuan dan juga wawasan khususnya dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan fasilitas, kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, dengan mengetahui bahwa apakah benar benar ada pengaruh jika fasilitas dan kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan juga dapat menambah ilmu tentang pemasaran berdasarkan teori teori terbaru dari penelitian ini.



## 2. Bagi Universitas Putera Batam

Peneliti berharap dari penelitian ini, dapat menambah referensi yang sangat bermanfaat bagi perpustakaan yang ada di universitas putera batam.

## 3. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dari penelitian ini, dapat memberikan gambaran, bahan pertimbangan, serta solusi untuk perusahaan saat ingin mengambil keputusan dimasa mendatang untuk meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan supaya mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

## 4. Bagi Peneliti Lanjut

Peneliti berharap dari penelitian ini, dapat mengembangkan variabel - variabel yang telah ada supaya menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas bagi peneliti-peneliti lainnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Fasilitas**

###### **2.1.1.1. Pengertian Fasilitas**

Menurut (Munawir, 2018), fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat di promosikan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menikmati kepuasan. (Setyawati, 2018) mendefinisikan kata fasilitas yaitu segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan konsumen yang disediakan/disiapkan oleh penjual jasa/instansi yaitu berupa peralatan fisik.

Fasilitas menurut (Syahsudarmi, 2018) adalah merupakan bagian dari bukti fisik jasa. Disini disebutkan bahwa bukti fisik jasa mencakup seluruh aspek fasilitas fisik organisasi atau the servicescape (mencakup: lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, lingkungan fisik jasa)

Menurut (Iskandarsyah, 2019) fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. (Herawati, 2019) Fasilitas merupakan perlengkapan yang memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melaksanakan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi seperti internet banking.

Berdasarkan pengertian-penelitian dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah lingkungan kerja yang baik, seperti factor penerangan yang cukup, sirkulasi udara, kebisingan dan factor lingkungan kerja lainnya akan menciptakan suasana kerja, maupun suasana pelayanan yang menyenangkan dan hal ini akan dapat meningkatkan moral kerja karyawan dan kepuasan konsumen.

#### **2.1.1.2. Tujuan Fasilitas**

Tujuan fasilitas (Purnomo, 2010) menurut sebaga berikut :

1. Mendukung visi organisasi melalui perbaikan, penanganan dan juga pengawasan.
2. Memanfaatkan ruang, peralatan, raung dan energy sefektif mungkin.
3. Meminimalkan modal yang di keluarkan untuk investasi peralatan kembali.
4. Memberikan kemudahan dalam pelayanan.
5. Memberikan kenyamanan bagi pekerja maupun pelanggan.

#### **2.1.1.3. Manfaat Fasilitas**

Menurut (Purnomo, 2010) manfaat Fasilitas sebagai berikut :

1. Mengurangi Investasi Peralatan kembali.
2. Penggunaan ruang lebih efektif.
3. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi karyawan dan pelanggan.
4. Meningkatkan efektivitas.
5. Memaksimalkan pelayanan.

#### **2.1.1.4. Indikator-indikator Fasilitas**

Menurut (Munawir, 2018) indikator fasilitas ada enam, yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain- lain di pertimbangkan, dikombinasikan dan di kembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perencanaan ruang. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.
3. Perlengkapan/perabotan. Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang di maksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.
4. Tata cahaya dan warna. Tata cahaya yang di maksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai aktifitas yang di lakukan dalam ruangan serta suasana yang di inginkan. Warna dapat di manfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang di gunakan untuk interior fasilitas jasa perlu di kaitkan dengan efek emosional dari warna yang di pilih.
5. Pesan yang di sampaikan secara grafis. Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemelihan bentuk

fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemelihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk mksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, atau papan informasi (yang di tempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

6. Unsur pendukung. Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: toilet, tempat parkir, tempat makan dan minum, mendengarkan musik, internet area yang luas yang selalu di perhatikan tingkat keamananya. Pelayanan dapat di gambarkan sebagai tindakan atau perilaku seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tidak dapat di pungkiri bahwa hampir semua produk yang di perlukan dan dihasilkan itu semua memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang di tujukan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung

## **2.1.2. Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Mengingat fakta bahwa kualitas adalah penting dalam semua aspek operasi baik dalam barang dan jasa, (Jalagat & Pineda, 2017). Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas (Syahsudarmi, 2018).

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Aswad, 2018).

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.(Setyawati, 2018).

Kualitas layanan merupakan salah satu kunci yang dijadikan pertimbangan kepuasan pelanggan, selanjutnya pelanggan yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang atau pengulangan selanjutnya pelanggan tersebut akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain. (Herawati, 2019)

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa bagus suatu pelayanan yang diberikan dengan berbagai cara oleh perusahaan maupun organisasi yang tujuannya untuk menyesuaikan atau bahkan melebihi espektasi pelanggan.

#### **2.1.2.2. Karakteristik Pelayanan**

Menurut (Maulidha, 2019) menyebutkan karakteristik Pelayanan sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud) jasa idak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium, sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau kenyamanan.
2. *Heterogeneity* (beragam) jasa bersifat sangat variabel karena merupakan nonstandardized output artinya tedapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimanajasa itu diproduksi.

3. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi, sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
4. *Perishability* (tidak tahan lama) jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, di jual kembali, atau dikembalikan.

### **2.1.2.3. Indikator – indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator Kualitas Pelayanan dikemukakan menurut (Setyawati, 2018) meliputi:

1. *Reliability*, adalah kemampuan memberikan pelayanan yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. *Responsiveness*, yakni keinginan para karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan baik.
3. *Emphaty*, meliputi kemudahan dalam hubungan, komunikasi yang baik, perhatian yang baik dan memenuhi kebutuhan konsumen.
4. *Assurance*, adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dari bahaya, dan resiko dan keragu-raguan.
5. *Tangibles*, meliputi fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

### **2.1.3. Kepuasan Pelanggan**

#### **2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Sholeha, 2018) yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya.

Sedangkan menurut (Syahsudarmi, 2018) kepuasan pelanggan terutama dipusatkan pada keadaan kognitif seseorang, dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kondisi-kondisi suasana hati pada saat pelanggan mengkonsumsi, untuk itu ditemukan bahwa tingkat kesenangan (perasaan hati) akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang aktual dengan kinerja produk yang diharapkan (Aswad, 2018)

Sedangkan (Setyawati, 2018) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. (Iskandarsyah, 2019)

Sistem yang dibuat harus mampu menghasilkan kepuasan pelanggan. (Napitupulu, 2019)



Berdasarkan pengertian Kepuasan Pelanggan dari para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat tingginya kepuasan pelanggan terhadap sesuatu yang telah di korbankan pelanggan dengan apa yang dia dapatkan.

### **2.1.3.2. Kriteria Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Munawir, 2018) analisa dengan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem kepuasan dan saran Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*costumer oriented*) untuk menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelangganya guna menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan. Media yang di gunakan bisa berupa kotak saran yang di tempatkan di lokasi-lokasi strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, dan website.
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*  
Salah satu untuk bisa memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang ghost potensial produk perusahaan pesaing.
3. *Lost costumer analysis*  
Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat ditarik kesimpulan mengenai kebijakan perubahan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Konsumen Sebagian besar riset kepuasan konsumen di lakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung.

### **2.1.3.3. Indikator – indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator kepuasan pelanggan yang akan dijelaskan lebih rinci (Aswad, 2018) sebagai berikut:

1. Kinerja yaitu jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.
2. Harga yaitu jika perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, mungkin laba akan menurun. Perusahaan mungkin dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan cara lain selain peningkatan kepuasan.
3. Ekspektasi yaitu espektasi ini berasal dari pengalaman pembelian masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji pemasar.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu, sangat penting digunakan sebagai acuan dalam rangka menyusun karya ilmiah ini. Penelitian yang dilakukan oleh (Sholeha, 2018) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahas sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahman, 2019) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) area manado. Td Automotive Compressor Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah melalui program SPSS versi 21. dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan inovasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) area manado.

Penelitian yang dilakukan oleh (Iskandarsyah, 2019) dengan judul penelitian Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada perumahan murah di hadrah property. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Dengan Hasil penelitian variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel Lokasi (X2) berpengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen.

Penelitian yang dilakukan oleh (Maulidah, 2019) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember. Teknik analisis data yang digunakan Analisis regresi linier sederhana yang diolah melalui SPSS Versi 20. Dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.

Penelitian yang dilakukan oleh (Setyawati, 2018) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. Teknik analisis data yang digunakan Analisis regresi linier sederhana. Dengan hasil penelitian bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pasien.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Sholeha, 2018)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi	Analisis regresi linear sederhana	Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwang
2	(Rahman, 2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) area manado	Analisis regresi linier berganda	kualitas pelayanan dan inovasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) area manado

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Penelitian	Hasil Penelitian
3	(Iskandarsyah, 2019)	Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada perumahan murah di hadrah property	Analisis regresi linear berganda.	variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel Lokasi (X2) berpengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen.
4	(Maulidah, 2019)	Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember	analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
5	(Setyawati, 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien	analisis regresi linier berganda	Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pasien

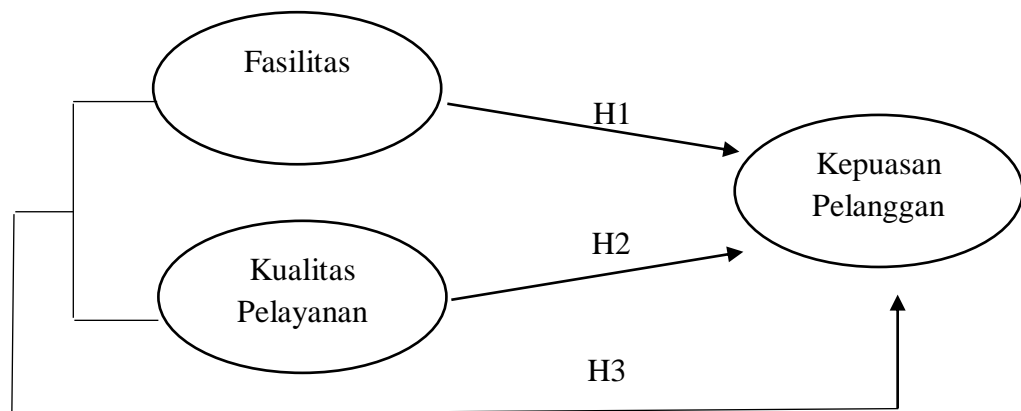
**Tabel 2.1** Lanjutan

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Penelitian	Hasil Penelitian
6	(Aswad, 2018)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air batam center	teknik analisis regresi linear berganda	harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)
7	(Cholida, 2017)	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di terminal rajekwesi bojonegoro	teknik analisis regresi linear berganda	Secara simultan fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro.

Sumber : Peneliti, 2019

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah di paparkan dan landasan teori yang telah dikemukakan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

**Sumber :** Peneliti, 2019

#### **2.4. Hipotesis**

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil.
- H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil.
- H3 : Fasilitas dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Metode penelitian menggunakan cara ilmiah agar mendapatkan data dengan maksud dan tujuan tertentu (Sugiono 2011). Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menemukan hubungan asosiatif yang bersifat hubungan kausal. Penelitian yang bersifat asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih, sedangkan hubungan yang bersifat kausal adalah hubungan yang bertujuan untuk melihat sebab akibat (Sugiono,2012). Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini populasi yang di ambil adalah pelanggan pada PT Pionika Automobil, dengan jumlah populasi 150 pelanggan dalam satu minggu, dengan teknik *sampling accidental* yang teknik pengambilan sampelnya berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, orang tersebut harus memenuhi syarat menjadi sumber data. Syarat sampel minimal sudah pernah 2 kali melakukan servis pada PT Pionika Automobil. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus slovin, dengan tingkat kesalahan 0,05 atau 5%.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu melalui metode kuisisioner dan studi pustaka. Skala pengukurang dan metode pengukuran yang peneliti



gunakan pada penelitian karya ilmiah ini adalah skala *Likert*. Pengambilan data melalui penyebaran kuesioner dilakukan pada PT Pionika Automobil.

## **3.2. Operasional Variabel**

### **3.2.1 Variabel Independen**

Menurut pendapat (Sugiyono, 2012) variabel independen juga sering disebut variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas atau variabel yang tidak dipengaruhi. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Pada penelitian ini, variabel yang termasuk ke dalam variabel independen adalah variabel (X1) fasilitas dan (X2) kualitas pelayanan.

### **3.2.2 Variabel Dependen**

Menurut pendapat (Sugiyono, 2012) variabel dependen juga sering disebut variabel output, variabel kriteria, variabel konsekuen, variabel efek, variabel terpengaruh, variabel terikat, variabel tergantung, dan variabel endogen. Variabel dependen ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dikatakan variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independen. Pada penelitian karya ilmiah ini, variabel dependen yang dimaksud ialah variabel (Y) kepuasan pelanggan.

Peneliti akan melampirkan data keseluruhan variabel, mulai dari pengertian, indikator variabel, dan skala pengukuran yang akan ditampilkan pada tabel 3.1 sebagai berikut :

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Fasilitas (X1)</b>	fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat di promosikan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menikmati kepuasan.	1.Pertimbangan/perencanaan spasial 2.Perencanaan ruang 3.Perengkapan/perabotan 4.Tata cahaya dan warna 5.Pesan-yang di sampaikan secara grafis 6. Unsur pendukung	<i>Likert</i>
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>	Kualitas Pelayanan adalah merupakan salah satu faktor kunci untuk sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan yang dijalankan	1) <i>Reability</i> 2) <i>Responsiveness</i> 3) <i>Emphaty</i> 4) <i>Assurance</i> 5) <i>Tangibles</i>	<i>Liker</i>
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan senang seseorang setelah antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya.	1. Kinerja 2. Harga 3. Espektasi	<i>Liker</i>

**Sumber :** Peneliti, 2019

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Pada penelitian ini, populasi didasarkan data yang diberikan oleh PT Pionika Automobil pada jumlah kedatangan pelanggan per bulan maret tahun 2019 selama satu minggu atau 7 hari yaitu mulai dari tanggal 1-7 maret, yaitu sebanyak 150 pelanggan.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel pada penelitian ini, didasarkan pada jumlah populasi yang sudah di tetapkan yaitu sebanyak 150. Kemudian penentuan sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 0,05 atau 5%.

Sebagai berikut :  $n = N / ( 1 + N.(e)^2) = 150 / 1+150 (0,05)^2 = 109$  Responden. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *sampling accidental* yang pengambilan sampelnya berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti, orang tersebut harus memenuhi syarat menjadi sumber data. Syarat sumber data minimal sudah pernah melakukan servis pada PT Pionika Automobil sebanyak 2 kali.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

### 1. Kuisisioner

Pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan maupun pernyataan yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu (Sanusi, 2012).

### 2. Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun secara kelembagaan. Seperti : Peraturan-peraturan, Laporan Penjualan, dan lain-lain (Sanusi, 2012).

#### **3.4.2. Alat Pengumpulan Data**

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan jawaban dari para responden. Peneliti akan mendistribusikan kuesioner kepada pelanggan pada PT Pionika Automobil di kota Batam.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2012) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor:

1. SS = sangat setuju diberi skor 5.
2. ST = setuju diberi skor 4.
3. RG = ragu-ragu diberi skor 3.
4. TS = tidak setuju diberi skor 2.
5. STS = sangat tidak setuju diberi skor 1.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Menurut (Sanusi, 2012) analisis data mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Kegiatan analisis data merupakan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini, yaitu statistik deskriptif.

#### **3.5.1. Analisis Deskriptif**

Menurut (Sanusi, 2012) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi serta perhitungan persentase.

Analisis ini berdasarkan bantuan komputer dan paket aplikasi / program statistik yaitu program SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*) versi 23. Dengan program SPSS tersebut, beberapa pengujian terhadap data yang terkumpul akan dianalisis untuk memberikan gambaran hubungan pengaruh atau peranan antar variabel-variabel independen dan dependen didalam penelitian ini.

### 3.5.2. Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1. Uji Validitas Data

Menurut (Sanusi, 2012) validitas merupakan suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Dapat disimpulkan suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu digunakan sebagai alat ukur yang mampu mengukur dengan tepat sesuai dengan kondisi responden yang sesungguhnya.

Menurut (Wibowo, 2012) rumus untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *pearson product moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{((n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2))}}$$

**Rumus 3. 1 Rumus Validitas**

**Sumber :** (Wibowo, 2012)

Keterangan :

r : Koefisien korelasi

$\sum X$  : Jumlah skor pertanyaan

$\sum Y$  : Jumlah skor total

n : Jumlah responden

Kriteria pengujian :

Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan adalah valid

Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item pertanyaan adalah tidak valid

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 (Wibowo, 2012). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

### 3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sanusi, 2012) reliabilitas merupakan suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan.

Menurut (Wibowo, 2012) uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha  $> 0,60$  maka reliabel.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right], \quad \text{Rumus 3. 2 Rumus Reliabilitas}$$

**Sumber :** (Wibowo, 2012)

Keterangan:

$r$  = koefisien *reliability instrument* (*cronbach's alfa*).

$k$  = banyaknya butir pertanyaan.

$\sum \sigma_b^2$  = total varian butir.

$V_1^2$  = total varian.

### **3.5.3. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.5.3.1. Uji Normalitas**

Menurut (Wibowo, 2012) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Uji kolmogorov smirnov adalah pengujian normalitas yang banyak dipakai. Konsep dasar dari uji normalitas adalah data yang telah di transformasikan ke dalam bentuk *Z-Score* dan diasumsikan normal. Penerapan pada uji kolmogorov smirnov adalah bahwa:

1. Jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.
2. Jika signifikansi di atas 0,05 maka berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku, berarti data yang kita uji normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan grafik *probability plot*. salah satu cara untuk melihat normalitas adalah jika titik – titik masih berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. Pada kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas jika bentuk kurva simetris atau tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan.

#### **3.5.3.2. Uji Multikolinearitas**

Menurut (Sanusi, 2012) di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk



persamaan tersebut. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi.

Menurut (Sanusi, 2012) untuk mendeteksi terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflating factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF  $> 10$  maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi.

### **3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya, pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah distudentized.

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika telah ada pola yang jelas, serta titik yang menyebar diatas dan bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Peneliti untuk melihat heteroskedastisitas tidak cukup hanya menggunakan *Scatterplot* perlu dilakukan Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan metode Gleyser jika hasil nilai probabilitasnya memiliki signifikansi > nilai alpha nya 0,05 maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

### 3.5.4. Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sanusi, 2012) regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

**Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda**

Sumber : (Sanusi, 2012)

Keterangan:

Y = variabel dependen

X1 & X2= variabel independen

a = konstanta

b1 & b2 = koefisien regresi

#### 3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut (Wibowo, 2012) koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sering disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang

hampir sama dengan koefisien  $r^2$ . R juga hampir serupa dengan r, tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana).  $R^2$  menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: X;  $i = 1, 2, 3, 4 \dots, k$ ) secara bersama-sama. Sementara itu,  $r^2$  mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut, r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear di antara dua variabel, nilainya dapat negatif dan positif.

Sementara itu, R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.

### **3.5.5. Uji Hipotesis**

Menurut (Sanusi, 2012) uji hipotesis merupakan cabang ilmu statistika inferensial yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak kebenaran tersebut. Pernyataan hipotesis terdiri dari hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif (dalam beberapa literatur dituliskan  $H_1$  atau  $H_a$ ).

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua metode untuk menguji hipotesis yaitu uji T dan uji F.

### 3.5.5.1. Uji T (Parsial)

Menurut (Sanusi, 2012) uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{R \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

**Rumus 3. 4 T hitung**

**Sumber :** (Sanusi, 2012)

Keterangan: R = Koefisien korelasi

$R^2$  = Koefesien determinasi

n = Banyaknya sampel

Menurut (Sanusi, 2012) ketentuan uji T bila:

1. Apabila T hitung > T tabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.
2. Apabila T hitung < T tabel dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.

### 3.5.5.2. Uji F

Menurut (Sanusi, 2012) uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Rumus untuk mencari  $f_{hitung}$  sebagai berikut:

$$F = \frac{(r_{y12})^2}{1 - (r_{y12})^2} \left[ \frac{n - k - 1}{k} \right]$$

**Rumus 3. 5 F hitung**

**Sumber :** (Sanusi, 2012)

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Derteminasi

K = Banyaknya variabel bebas

n = banyaknya sampel

Menurut (Sanusi, 2012) kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel, dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel, dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### **3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian**

#### **3.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah pada PT Pionika Automobil di Jl Teuku Umar – Komp. Pionika No. 1-9. Batam 29432 - Indonesia.

#### **3.6.2. Jadwal Penelitian**

Jadwal penelitian ini dilakukan lebih kurang selama lima bulan mulai dari september 2019 sampai bulan Februari 2020 hingga berakhirnya tugas dalam penulisan skripsi ini. Jadwal penelitian dapat dilihat menggunakan tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian**

<b>Keterangan</b>	<b>Sept</b>	<b>Okt</b>	<b>Nov</b>	<b>Des</b>	<b>Jan</b>	<b>Feb</b>
Penentuan Objek Penelitian						
Menemukan Permasalahan						
Membuat List Permasalahan						
Penentuan Judul						
Pengajuan Judul						
Kepustakaan dan Jurnal						
Penyebaran Kuisisioner						
Pengolahan Data						
Penyerahan Hasil Penelitian						

**Sumber :** Peneliti , 2019