

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA BENGKEL MAZDA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

William

160910092

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA BENGKEL MAZDA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

William

160910092

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : William
NPM : 160910092
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “SKIPSI.” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MAZDA DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya 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 di dalam 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 dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 14 Febuari 2020

William
160910092

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA BENGKEL MAZDA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

William

160910092

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 14 Febuari 2020

**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 263 pengguna mobil Mazda yang menggunakan layanan bengkel Mazda di kota Batam. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin 5% sehingga ada 158 pelanggan yang memenuhi kriteria pemilihan sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan T-statistik dan F-statistik dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai 5,830 lebih besar dari nilai t tabel 1,97529 dengan signifikansi 0,000 dan variabel fasilitas secara parsial juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai 9,440 lebih besar dari nilai t tabel. 1, 97529 dengan signifikansi 0,000 juga. Variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai F yang dihitung sebesar 667.847 dan ini lebih besar dari F tabel 3.05 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Fasilitas; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service and facility quality on customer satisfaction at the Mazda workshop in Batam. The population in this study consisted of 263 Mazda car users who use Mazda's garage service in the city of Batam. The sampling technique in this study uses the 5% slovin formula so that there are 158 customers who meet the sample selection criteria. Data analysis techniques used in this study were multiple linear regression tests and hypothesis testing using t-statistics and F-statistics with a significance level of 5%. The results showed the service quality variable partially influenced customer satisfaction with a value of 5.830 greater than the t table value of 1.97529 with a significance of 0.000 and the facility variable partially also affected customer satisfaction with a value of 9,440 greater than the t table value. of 1, 97529 with a significance of 0,000 as well. Service and facility quality variables simultaneously affect customer satisfaction with a calculated F value of 667,847 and this is greater than F table 3.05 and a significant value of 0,000 <0.05.

Keywords: *Customer Satisfaction; Facility; Service Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa 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. Ibu Dr. Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
5. Bapak Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M. selaku Pembimbing Akademik Pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si., selaku dosen Teknik Penulisan Karya Ilmiah Manajemen yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
7. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi Ilmu pengetahuan dengan penulis;
8. Orang tua dan keluarga yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
9. Seluruh Pimpinan dan karyawan bengkel Mazda yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian;

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

Batam, 14 Februari 2020

William

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR RUMUS	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1. Manfaat Teoritis	7
1.6.2. Manfaat Praktis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kajian Teori.....	9
2.1.1. Kualitas Pelayanan	9
2.1.2. Fasilitas.....	12
2.1.3. Kepuasan pelanggan.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Pemikiran	22
2.4. Hipotesis.....	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
3.1. Desain Penelitian	24
3.2. Operasional Variabel.....	25
3.2.1. Variabel Indenpeden	26
3.2.2. Variabel Denpeden	27
3.3. Populasi dan Sampel	30
3.3.1. Populasi	30
3.3.2. Sampel.....	30
3.4. Teknik Pengumpul Data.....	31
3.4.1. Teknik Pengumpul Data.....	31
3.4.2. Sumber Data	32
3.5. Metode Analisis Data	33
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.5.2. Uji Kualitas Data	34
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	37
3.5.4. Uji Pengaruh.....	39
3.5.5. Uji Hipotesis.....	41

3.5.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	42
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN	44
4.1. Hasil Penelitan.....	44
4.1.1. Profil Responden	44
4.1.2. Analisis Deskriptif.....	47
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	50
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi	53
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh	56
4.1.6. Uji Hipotesis.....	59
4.2. Pembahasan	61
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.2.2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
BAB V.....	63
SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan.....	63
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Penelitian Terdahulu	
Lampiran 2. Kuesioner	
Lampiran 3. Data Spss	
Lampiran 4. Hasil Spss	
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian	
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	53
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Proses jangka waktu garansi	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 2 Penentuan Sampel Slovin.....	30
Tabel 3. 3 Skala Likert	33
Tabel 3. 4 Rentang Skala	34
Tabel 3. 5 Tingkat Interval Validitas	36
Tabel 3. 6 Tingkat Interval Reliabilitas	37
Tabel 3. 7 Jadwal Penelitian.....	43
Tabel 4. 1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	47
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Fasilitas (X_2).....	48
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_2).....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan(Y).....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas Variabel Fasilitas (X_2).....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Regresi	57
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	58
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	60

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Penentuan Sampel Slovin	30
Rumus 3. 2 Pengukuran Skala	33
Rumus 3. 3 Regresi Berganda	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi pada saat ini menimbulkan persaingan semakin erat, terutama sektor-sektor serupa. Perusahaan harus mengikuti perkembangan saat ini untuk mempertahankan atau menarik pangsa pasar yang ada. Ini memaksa perusahaan untuk berinovasi dan inspirasi yang unggul dalam menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi pesaing lain yang bekerja di industri yang sama.

Industri dengan pertumbuhan tercepat adalah industri otomotif, terutama pada bidang kendaraan mobil. Dalam berproduksi, selain memperhatikan fungsi mobil sebagai pengangkutan barang dan penumpang, perusahaan juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan. Ini adalah salah satu strategi kompetitif untuk bersaing di dunia bisnis.

Meningkatnya persaingan menuntut para pelaku bisnis untuk mengoptimalkan kinerjanya melalui kualitas produk, fasilitas, harga, dan kualitas layanan agar dapat bertahan dalam persaingan komersial dan mampu menciptakan rasa kepuasan pelanggan. (Rahayu, 2015 :771) menyebutkan bahwa Kualitas ini diukur dengan membandingkan harapan dan persepsi pelanggan tentang kepuasan mereka dengan memeriksa sebelum dan sesudah pelanggan menerima layanan. *(This quality is measured by comparing customer expectations and perceptions of their satisfaction by examining both before and after the customers receives the service)*

Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan yang sejalan dengan kemauan pelanggan dan keakuratan bagaimana mereka disampaikan untuk memuaskan kepuasan pelanggan. Masyarakat saat ini semakin sensitif terhadap evaluasi kualitas pelayanan, hal ini disebabkan semakin tingginya tingkat pemahaman tentang hak untuk menerima pelayanan yang sesuai. Kesadaran ini sangat tinggi di bidang pelayanan mobil, karena merupakan bengkel yang disegani dengan banyak pelanggan.

Masalah pelayanan adalah fakta bahwa itu tidak rumit atau sulit, tetapi jika tidak diperhitungkan, dapat memicu hal-hal yang rentan karena sangat sensitif (Sumitro & Soekotjo, 2018 :287). Kualitas pelayanan yang diperlukan pada tiga hal yaitu manusia, sistem dan teknologi. Pelanggan tidak sekedar membeli produk namun membeli layanan yang diberikan *franchise*, pelayanan yang ramah, perhatian dan sopan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi permintaan pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman dan dapat memenuhi kebutuhan selama proses pemeliharaan kendaraan, perusahaan juga menyediakan fasilitas pendukung yang dapat dimanfaatkan pelanggan secara langsung sehingga mereka tidak merasa jenuh saat menunggu.

Fasilitas menjadi salah satu kebutuhan pokok kehidupan manusia. Karena fasilitas menjadi salah satu komponen penting bagi kehidupan, maka perusahaan harus dapat mengelola dengan baik sepanjang hidupnya, sehingga ia dapat selalu berfungsi dengan baik, ekonomis, efisien dan efektif. (Aryani Soemitro & Suprayitno, 2018 :1). Tidak bisa dipungkiri lagi kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh fasilitas. Seluruh fasilitas bisnis juga dapat mendorong pelanggan

untuk terus memilih bisnis sebagai pilihan prioritas. Persepsi yang diperoleh tentang hubungan antara klien dan instalasi mempengaruhi kualitas layanan di mata klien. Memberikan layanan dan fasilitas berkualitas bersama-sama dapat memberikan hasil dan manfaat bagi bisnis karena kepuasan pelanggan telah terjadi (Baiti, 2018 :49).

Cara utama perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya adalah dengan memberikan kepuasan dan nilai terhadap pelanggan melalui penyediaan layanan dan produk berkualitas dengan harga bersaing. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Susan Novitasari Khadijah & Dianasari, 2018 :221). Persaingan nyata antara satu perusahaan dan lainnya dapat dilihat pada kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Bengkel Mazda yang terletak di JL. Yos Sudarso NO 01 Sei Panas-Batu Ampar Batam, dipimpin oleh Bapak Hadi selaku pemilik. Bengkel Mazda merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang otomotif dan dijalankan oleh perorangan yang membutuhkan modal yang besar. Untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah disepakati oleh manajemen, maka Bengkel Mazda harus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas. Namun dalam hal peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas belum terlaksana dengan maksimal, sehingga tujuan Bengkel Mazda untuk memberikan kepuasan ke pelanggan menjadi terhambat.

Beberapa permasalahan yang terdapat di Bengkel Mazda adalah pengiriman mesinnya memakan waktu yang lama, setidaknya membutuhkan waktu selama dua

minggu pengiriman dari pusat Mazda Jakarta ke Batam. Terlebih lagi jika *stock* di pusat kosong, butuh waktu kurang lebih satu bulan pengiriman dari Jepang ke Jakarta. Adapun masalah pada sumber daya manusia berhubungan dengan bidang *service advisor*. Karyawan bagian *service advisor* kurang mengerti persoalan tentang mesin-mesin mobil Mazda, hal ini membuat proses pelayanan berbelit-belit.

Pada bengkel Mazda Batam pelayanan yang diberikan seperti garansi pada mobil Mazda, cukup membutuhkan waktu yang lama menyelesaikan mobil yang digaransikan. Misalnya pemilik mobil Mazda Batam mengeluh soal *condensor* pada ac yang rusak. Pemilik mengajukan garansi ke dealer, dan harus menunggu jawaban dari pusat. Setidaknya memakan waktu kurang lebih satu minggu hingga mendapat jawaban pasti. Permasalahan tersebut sangatlah berpengaruh pada kualitas pelayan.

Berikut ini disajikan daftar mobil garansi terselesaikan dalam waktu tertentu:

Tabel 1. 1 Proses Jangka Waktu Garansi

Bulan (2018-2019)	Proses Garansi Perunit Mobil			
	1 Minggu	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu
Agustus	0	2	0	0
September	1	0	0	1
Oktober	0	0	0	0
November	1	0	1	0
Desember	0	1	0	0
Januari	0	2	1	0
Februari	1	1	0	0
Maret	3	0	1	0
April	1	0	2	1
Mei	0	2	1	0

Sumber: Bengkel Mazda

Permasalahan lainnya adalah fasilitas yang di sediakan oleh bengkel Mazda berupa *waiting room* di Mazda Batam sudah terlayani dengan bagus sudah tersedia snack dan *coffe* termasuk fasilitas wifi dan televisi. Tetapi tidak ada ruang khusus merokok. Permasalahan lain adalah bengkel Mazda Batam tidak menyediakan mobil pinjaman untuk pelanggan yang sedang memiliki masalah diluar bengkel, alangkah baiknya bengkel Mazda Batam menyediakan fasilitas mobil untuk di pinjamkan apabila pelanggan membutuhkannya.

Berdasarkan konteks di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MAZDA DI KOTA BATAM”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Garansi mobil Mazda butuh waktu yang cukup lama untuk mengklaim barang yang di garansikan sehingga menimbulkan keluhan dari pelanggan.
2. Sumber daya manusia dibidang *service advisor* bengkel Mazda Batam kurang mengerti persoalan mesin-mesin mobil Mazda sehingga sulit menjelaskan ke pelanggan sehingga membuat pelanggan harus ke bengkel menjumpai teknisi, hal ini membuat proses pelayanan berbelit-belit

3. Pengiriman mesin Mazda di pesan oleh pelanggan membutuhkan waktu dua minggu pengiriman dari pusat. Terlebih lagi jika *stock* di pusat kosong, butuh waktu kurang lebih satu bulan pengiriman dari Jepang ke pusat dan dari pusat ke Batam, menyebabkan pelanggan harus menunggu lama.
4. Tidak tersedianya ruangan khusus merokok, sehingga pelanggan harus keluar dari *waiting room*.
5. Kurangnya fasilitas pinjaman mobil untuk pelanggan yang memiliki kesibukan penting, menyebabkan pelanggan harus memanggil orang menjemput.

1.3. Batasan Masalah

Luasnya masalah yang ada, serta keterbatasan waktu dan kapasitas penelitian, pembahasannya tidak terlalu luas, sehingga penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan hanya meneliti masalah kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan di bengkel Mazda pada kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah, bahwa rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam?

3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam.
2. Untuk menguji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian akan menguntungkan pembaca, menambah pengetahuan tentang masalah yang dia hadapi, terutama tentang kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan dan usaha jasa.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Memperbanyak pengetahuan dari penelitian apakah benar-benar berpengaruh jika pelanggan diberi pelayanan dan fasilitas dapat meningkatkan kepuasan, serta dapat menambah ilmu dan wawasan yang berhubungan dengan usaha jasa, yaitu terkait dengan kualitas

pelayanan, fasilitas dan pengaruh pada kepuasan pelanggan berdasarkan teori yang telah dipelajari.

2. Bagi Intsusi

Diharapkan bahwa penelitian akan menguntungkan mahasiswa dan menambahkan referensi yang bermanfaat bagi perpustakaan Universitas Putera Batam.

3. Bagi Perusahaan

Agar dapat memberikan gambaran, solusi dan bahan pertimbangan untuk perusahaan disaat ingin mengambil keputusan untuk meningkatkan kepuasan perusahaan.

4. Bagi peneliti lanjut

Agar dapat mengembangkan variabel yang telah ada dan untuk memperbanyak pemahaman bagi pembaca lainnya. Termasuk bagi peneliti untuk dipelajari.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan, termasuk pelayanan yang disediakan *cleaning service, bell boy, room service, receptionist, securit* dll (Arianto, 2018 :83).

Kualitas pelayanan adalah layanan baik yang tidak dapat diukur dalam hal kelengkapan teknologi, kemewahan tempat dan penampilan, tetapi dalam hal sikap dan perilaku karyawan itu harus mencerminkan profesionalisme dan memiliki komitmen tinggi (Supartiningsih, 2017 :10).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama untuk memenangi persaingan pangsa pasar. Dalam kasus di mana produk serupa semakin berkurang dalam perbedaan kualitas barang, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan adalah kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan. (Tiza & Susanti, 2018 :1).

Kualitas pelayanan Dalam praktiknya, memberikan layanan baik kepada pelanggan bukanlah hal yang mudah untuk mengingat banyak masalah yang

muncul. Upaya untuk menyediakan pelayanan yang dimaksimalkan untuk klien utama dianggap serius, dengan mempertimbangkan faktor-faktor utama dan pendukung. Sumber daya manusia menjadi faktor utama yang mendukungnya, maksudnya peranan manusia yang melayani pelanggan berkomunikasi secara langsung dan terbuka. *Service advisor* dapat meningkatkan nama "baik" perusahaan. Banyak tugas yang dilakukan oleh karyawan, khususnya *Service advisor*. pelanggan selalu bertanya tentang hal-hal yang dapat membuat mereka merasa puas, kadang-kadang apa yang mereka inginkan tidak bertepatan dengan prosedur tersedia secara umum (Fernandes, 2018 :8).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai ketersediaan kualitas pelayanan dan kualitas barang yang baik dan dapat memuaskan pelanggan tentu juga akan mempengaruhi perasaan kepercayaan pelanggan. Jika kepercayaan telah dibangun antara klien dan perusahaan, bisnis harus membuatnya lebih mudah (Tias & Martiaty, 2017 :1-2).

Berdasarkan pemahaman tentang kualitas pelayanan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan elemen penting dalam bisnis, Kualitas pelayanan yang bagus menjadi salah satu faktor utama untuk kelangsungan hidup bisnis di pasar yang kompetitif.

2.1.1.2. Unsur Kualitas Pelayanan

Ada 5 unsur kualitas pelayanan menurut (Clara, 2017 :20) yaitu:

a) Kecepatan

yaitu waktu dalam melayani pelanggan sesuai dengan estimasi waktu telah ditentukan perusahaan.

b) Ketepatan dan akurat

Kecepatan mengabaikan akurasi tidak dapat memberikan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, keakuratan sangat penting untuk dipertimbangkan dalam implementasi layanan berkualitas.

c) Keamanan

Keamanan yaitu rasa aman yang ditawarkan perusahaan pada saat melayani pelanggan.

d) Keramahan

Keramahan yaitu pelayanan terhadap konsumen yang disertai sikap sopan dan ramah.

e) Kenyamanan

Kenyamanan adalah perasaan nyaman yang ditawarkan oleh perusahaan yang memungkinkan pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

2.1.1.3.Indikator Kualitas Pelayanan

Ada beberapa Indikator kualitas pelayanan Menurut (Harfika & Abdullah, 2017 :48) seperti berikut ini:

1. *Tangible* (bukti fisik), yaitu sehubungan dengan daya tarik sarana fisik, peralatan dan bahan yang digunakan oleh perusahaan, serta produktivitas karyawan
2. *Reliability* (keandalan), Adalah kemampuan untuk melakukan pelayanan secara akurat dan cepat.

3. *Responsiveness* (daya tanggap), sehubungan dengan kemauan dan kemampuan karyawan untuk membantu dan menjawab pertanyaan pelanggan, berikan solusi bagaimana baiknya, dan kemudian segera memberikan layanan.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu sifat dan kemampuan ilmu yang dapat dipercaya.
5. *Empathy* (empati), Merupakan kemampuan untuk merasakan hal yang didapatkan oleh konsumen dari pihak perusahaan.

2.1.2. Fasilitas

2.1.2.1. Pengertian Fasilitas

Fasilitas menjadi salah satu kebutuhan pokok kehidupan manusia. Karena fasilitas adalah komponen kehidupan yang penting, mereka harus dikelola dengan baik untuk masa depan sehingga mereka dapat selalu berfungsi dengan baik, efektif, efisien dan efisien (Aryani Soemitro & Suprayitno, 2018 :1).

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

Fasilitas merupakan fasilitas pendukung merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin banyak fasilitas tersedia bagi pelanggan, semakin banyak kepuasan mereka akan meningkat. Fasilitas adalah fasilitas dan infrastruktur penting untuk tujuan meningkatkan kepuasan, misalnya dengan memberikan kebutuhan

pelanggan,kenyamanan, kepuasan dan memberikan kemudahan bagi pengguna layanan. Jika dana yang disediakan memenuhi persyaratan, pelanggan akan puas (Nawawi & Puspitowati, 2017 :325).

Fasilitas adalah tolok ukur untuk semua layanan yang diberikan, efek yang sangat tinggi pada kepuasan pelanggan. Karena fasilitas pendukung yang ada mempermudah pelanggan melaksanakan kegiatan pelanggan dan pelanggan nyaman (Srijani & Hidayat, 2018 :33).

Fasilitas dapat diartikan segala sesuatu membuat lebih mudah pelanggan di perusahaan, maka semua fasilitas yang ada, yaitu kondisi, kelengkapan, desain interior, penampilan dan kebersihan objek harus diperhitungkan. terutama yang terkait erat dengan apa yang dirasakan atau diterima secara langsung oleh klien (Harfika & Abdullah, 2017 :48).

Berdasarkan pemahaman fasilitas oleh para pakar tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah fasilitas dan infrastruktur penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti memenuhi kebutuhan dan kemudahan pelayanan pengguna.

2.1.2.2. Aspek Fasilitas

Menurut (Putranto, 2016 :13) ada beberapa Aspek fasilitas diantaranya:

1. Perencanaan tata ruang

Perencanaan tata ruang merupakan hal penting dalam proses penataan ruang. Jika tidak direncanakan sebaik mungkin, akan terjadi ruangan tidak berkualitas.

2. Perencanaan ruangan

Faktor-faktor ini termasuk desain interior dan arsitektur, seperti menempatkan perlengkapan dan peralatan di ruangan, merancang arus lalu lintas dan lainnya.

3. Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan /perabotan adalah barang perlengkapan yang melengkapi situasi, misalnya di *waitingroom* membutuhkan kursi, meja dll

4. Tata cahaya

Tata cahaya hal yang perlu dipertimbangkan dalam desain pencahayaan yaitu pada siang hari, warna, sifat dan jenis tindakan yang dilakukan di ruangan, persepsi oleh penyedia layanan tentang fungsinya, tingkat Ketajaman, pandangan ke depan, dan suasana yang diinginkan (tenang, tenang, sejuk, lucu, bahagia, dll).

5. Warna

Warna dapat merangsang perasaan dan emosi tertentu hal tersebut sudah disetujui oleh banyak orang. Dikarenakan warna memiliki bahasa tersendiri.

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis seperti pemilihan penampilan karakter atau tanda yang digunakan untuk tujuan khusus (misalnya, arah / lokasi, informasi, dll.).

2.1.2.3. Indikator Fasilitas

Menurut (Relitania, 2017 :21) ada dua bagian indikator fasilitas yaitu:

a) Bukti Fisik

1. Ruang *Lobby* yang nyaman, bersih dan rapi untuk dipakai
2. Fasilitas *Waiting room* yang nyaman.
3. Tersedianya tempat parkir yang memadai.
4. Sarana pendukung lainnya.

b) Dukungan fisik

1. Menata fasilitas.
2. Garansi.
3. Nilai fungsi.
4. Peralatan penunjang.

2.1.3. kepuasan Pelanggan

2.1.3.1. Pengertian kepuasan pelanggan

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah kepuasan pelanggan, tetapi juga bisa sebaliknya, ketika mendapat konsekuensi yang tidak menyenangkan, yang dapat merusak posisi perusahaan di dunia bisnis, ini akan membuat semakin rumit (Tiza & Susanti, 2018 :1).

Dalam arti yang ketat, kepuasan pelanggan dengan hasil layanan dan produktivitas akan secara signifikan mempengaruhi citra perusahaan, jadi ini adalah masalah serius bagi perusahaan yang berkembang pesat (Kholis & Ferdian, 2019 :123).

Kepuasan pelanggan adalah kepuasan pelanggan yang diukur oleh sejauh mana pelanggan atau harapan pelanggan terpenuhi (Setyo, 2017 :758).

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas (Andi Riyanto, 2018 :118).

Kepuasan pelanggan adalah pemahaman pelanggan terhadap kualitas suatu barang atau jasa dan kepuasan keseluruhan, pelanggan dapat menilai baik atau tidak baik suatu pelayanan dapat di lihat dari beberapa indikator. Pelanggan akan

berkata baik tentang barang atau jasa dan tersenyum ketika mereka berbicara tentang barang atau jasa (Aziz & Putra, 2018 :73).

Berdasarkan pemahaman kepuasan pelanggan dengan pakar di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka dapatkan dan harapan mereka. Pelanggan, jika dia puas dengan nilai yang diberikan kepada Produk atau pelayanan, sangat mungkin menjadi pelanggan tetap bisnis.

2.1.3.2. Cara mengukur kepuasan pelanggan

Menurut (Srijani & Hidayat, 2018 :33) Ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan Saran (*Complaint and suggestion system*)

Sebagian besar perusahaan menyiapkan sebuah kotak saran dan menerima kritik tentang pelayanan yang telah diberikan. Ada juga beberapa perusahaan menyediakan amplop yang tertulis alamat perusahaan berfungsi sebagai menyampaikan saran dan keluhan.

2. Survey kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*)

Dalam hal ini, perusahaan menemukan komentar dengan melakukan survei. Survei bisa melalui telepon, email, wawancara pribadi atau pelanggan diminta untuk mengisi kuesioner.

3. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Perusahaan mengirim orang tertentu sebagai pembeli bayangan ke perusahaanya sendiri. Pembeli bayangan tersebut akan membuat laporan

kekuatan dan kelemahan yang melayaninya. Juga laporan sesuatu yang berguna untuk memajukan perusahaan.

4. Analisa pelanggan yang pergi (*lost customer analysis*)

Hilangnya pelanggan perusahaan, mereka akan mencoba menghubunginya, mereka diminta untuk mengatakan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, apakah ada masalah yang tidak dapat dipecahkan atau cukup terlambat untuk mengatasinya. Jenis informasi kontak ini akan diterima dan akan meningkatkan kinerja bisnis, sehingga lebih banyak pelanggan akan pergi, tetapi meningkatkan kepuasan mereka.

2.1.3.3 Indikator kepuasan pelanggan

Menurut (Setyo, 2017 :758) ada indikator yang terkait dengan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Terpenuhinya harapan pelanggan

Merupakan pelayanan yang diperoleh karyawan sesuai dengan atau lebih unggul dari apa yang diharapkan.

2. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk

Produk yang didapat oleh pelanggan sesuai atas apa yang diharapkan akan membuat pelanggan puas dan menggunakan produk ini.

3. Merekomendasikan kepada pihak lain

Pelayanan yang memuaskan akan membuat pelanggan merekomendasikan ke teman atau saudara agar memakai pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

4. Kualitas layanan

Kualitas layanan yang diberikan dari perusahaan sangat baik, hal itu akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Dikarenakan hal tersebut akan berdampak ke citra perusahaan.

5. Loyalitas

Berkomitmen mendalam untuk setia pada suatu produk atau berlangganan pada suatu perusahaan secara konsisten dimasa yang akan datang.

6. Reputasi yang baik

Reputasi yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan bisnis itu sendiri, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan pertumbuhan bisnis dan kelangsungan hidup jangka panjang bisnis.

7. Lokasi

Lokasi perusahaan merupakan salah satu terpenting bagi pelanggan karena letak perusahaan harus di tengah kota agar mudah ditempuh oleh pelanggan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Suatu referensi dapat menjadi patokan atau tolok ukur acuan bagi penulis untuk mengembangkan pembahasan-pembahasan yang telah dituliskan oleh peneliti sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa hasil referensi jurnal terdahulu yang telah dirangkum oleh peneliti, yaitu :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Teknik analisis	Hasil Penelitian
1.	(Oetama, 2017)	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. bank mandiri (persero) Tbk di Sampit.	Regresi linear berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan nasabah. 2. fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kualitas pelayan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 3. fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2.	(Arianto, 2018)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor.	Regresi linier sederhana	<ol style="list-style-type: none"> 1. terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. 2. terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengunjung. 4. terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung.

Tabel 2.1 Lanjutan

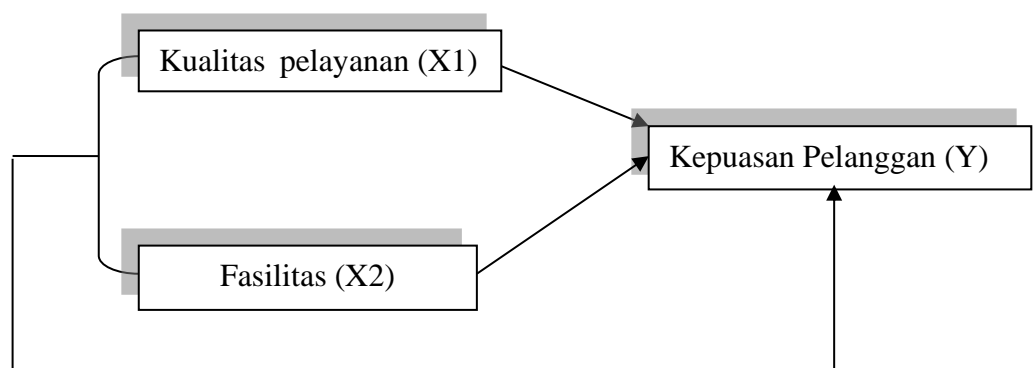
NO	Peneliti	Judul	Teknik analisis	Hasil Penelitian
3.	(Harfika & Abdullah, 2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit umum kabupaten aceh barat daya	Regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan pasien. 2. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien. 3. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
4.	(Relitania, 2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel harmoni Batam.	Regresi linear berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. kualitas berpengaruh signifikan terhadap tamu harmoni hotel. 2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Harmoni Hotel. 3. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Harmoni Hotel.
5	(Agustina Dwi Dini, 2019)	Pengaruh fasilitas, lokasi dan emotional factor terhadap kepuasan pasien di rumah sakit GRHA Husada	Regresi linear berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien. 2. Variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien. Variabel Emotional berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien.

Sumber: Jurnal

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang masalah dan landasan teori yang dikemukakan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu:

1. Menurut (Arianto, 2018) ada dampak positif dan signifikan dari kualitas pelayanan pada kepuasan pengunjung. dan menurut (Realize, 2018) kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya dikota Batam.
2. Menurut (Oetama, 2017) fasilitas dipengaruhi terhadap kepuasan nasabah dan menurut (Agustina Dwi Dini, 2019) fasilitas tidak dipengaruhi terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Grha Husada.
3. Menurut (Relitania, 2017) Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Harmoni Hotel dan menurut (Clara, 2017) kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

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

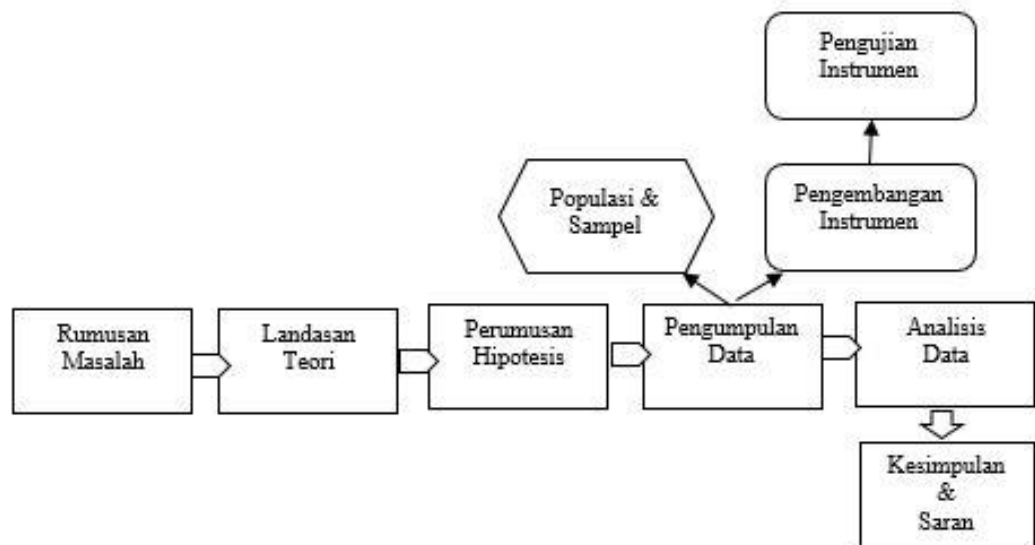
1. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di Kota Batam.
2. Diduga fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di Kota Batam.
3. Diduga kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di Kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017 :2) Desain dalam penelitian adalah penjelasan yang lebih mendalam mengenai metode atau teknik yang digunakan oleh peneliti serta langkah-langkah dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. *Method* penelitian termasuk suatu cara alamiah dalam mengumpulkan suatu data yang dapat digunakan sesuai fungsi tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Didalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk mengambil *method* kuantitatif. Metode ini memiliki artian sebagai suatu teknik atau cara dari peneliti dalam memanfaatkan sekumpulan sampel atau sebagian kecil dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun jenis penelitian yang diambil peneliti juga yaitu bersifat deskriptif yang tujuannya untuk mengetahui secara rinci seperti mean, min, maks dan standar deviasi dari variabel bebas dan variabel terikat tanpa mengkaitkan dengan satu variabel sama lain. Kesimpulan akhir dari tujuan desain yang diambil peneliti yaitu untuk memperdalam kajian objek dengan teori para ahli sebelumnya yang dijadikan referensi. Sehingga peneliti memutuskan memilih variabel independen yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas, sedangkan untuk variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Berikut adalah gambar dari rancangan penelitian yang telah peneliti rangkum dari beberapa kajian diatas, yaitu :



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

Dari gambar diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sumber data yang diperoleh menjadi sampel yaitu berasal dari hasil kuesioner yang akan dibagikan kepada tiap responden yang mewakili atau dominan terhadap variabel yang diteliti dan ini pada umumnya dinamakan dengan data primer (Sugiyono, 2017 :225). Adapun tujuan serta maksud dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mempelajari apakah variabel bebas yang diambil peneliti berupa kualitas pelayanan dan fasilitas terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat berupa kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikan atau ternyata tidak signifikan sama sekali dengan objek penelitian berupa pelanggan pengguna mobil Mazda yang menggunakan layanan bengkel Mazda di kota Batam serta teknik pengumpulan sampel yang dipakai oleh peneliti yaitu bersifat purposive atau sesuai kriteria yang telah peneliti tentukan sebelumnya.

3.2. Operasional Variabel

Variabel yang terdapat dalam penelitian memiliki artian sebagai suatu konstruk yang terdiri dari berbagai macam bentuk yang telah dirancang oleh peneliti yang dengan maksud akan dipelajari lebih dalam dan rinci akan informasi tersebut hingga dihasilkannya kesimpulan akhir yang bermanfaat dan berguna bagi pihak tertentu yang terkait dan memiliki hubungan dengan variabel yang diambil oleh peneliti (Sugiyono, 2017 :39).

3.2.1. Variabel Indenpeden

Variabel ini juga disebut variabel *stimulus*, *prediktor*, dan *anteseden*. Yakni, variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen atau terkait. Dalam penelitian ini, Adapun variabel independen yang telah peneliti tetapkan diawal ada 2, yaitu :

Kualitas pelayanan (X_1), yang memiliki maksud sebagai tolok ukur atau acuan terutama bagi pihak perusahaan dalam aktivitas untuk menaikkan kepuasan secara signifikan serta efektif bagi pihak pelanggan. Berikut ini terdapat 5 indikator yang diambil peneliti dari (Harfika & Abdullah, 2017) berupa:

1. Bukti fisik (*Trangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tangkap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Fasilitas (X2) yang memiliki artian sebagai sarana dan prasarana penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan selalu memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan Berikut dibawah ini indikator yang telah dibagi dua bagian peneliti pilih berdasarkan (Relitania, 2017) yaitu:

1. Bukti Fisik

- 1) Ruang *Lobby* yang nyaman, bersih dan rapi untuk dipakai
- 2) Fasilitas *Waiting room* yang nyaman.
- 3) Tersedianya tempat parkir yang memadai.
- 4) Sarana pendukung lainnya.

2. Dukungan fisik

- 1) Menata fasilitas.
- 2) Garansi.
- 3) Nilai fungsi.
- 4) Peralatan penunjang.

3.2.2. Variabel Denpeden

Variabel ini disebut variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang merupakan sebab dan akibat, karena variabel independen. Berikut dibawah ini adalah variabel sifat dependen yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu :

Variabel kepuasan pelanggan (Y), yang memiliki pengertian sebagai tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka terima dan harapan mereka. Seorang pelanggan, jika puas dengan nilai yang diberikan oleh produk

atau layanan, sangat mungkin menjadi pelanggan tetap bisnis tersebut. Adapun lima jenis indikator yang peneliti ambil menurut

1. Terpenuhinya harapan pelanggan
2. Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk
3. Merekomendasikan kepada pihak lain
4. Kualitas layanan
5. Loyalitas
6. Reputasi yang baik
7. Lokasi

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memastikan kepuasan pelanggan. Kualitas mendorong pelanggan untuk membangun hubungan bisnis yang kuat. (Harfika & Abdullah, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tangkap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>) 	Likert
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah sarana dan prasarana penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. (Relitania, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> a) Bukti Fisik <ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang <i>Lobby</i> yang nyaman, bersih dan rapi untuk dipakai 2. Fasilitas <i>Waiting room</i> yang nyaman. 3. Tersedianya tempat parkir yang memadai. 4. Sarana pendukung lainnya. b) Dukungan fisik <ol style="list-style-type: none"> 1. Desain fasilitas. 2. Nilai fungsi. 3. Garans 4. Peralatan penunjang. 	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka terima dan harapan mereka. Seorang pelanggan, jika puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan, sangat mungkin menjadi pelanggan tetap bisnis tersebut. (Setyo, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhi harapan pelanggan 2. Sikap atau keinginan ingin menggunakan produk 3. Merekomendasi kepada pihak lain 4. Kualitas pelayanan 5. Loyal 6. Reputasi yang baik 7. Lokasi c) Fasilitas yang tersedia lengkap 	Likert

Sumber : Jurnal

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi ini merupakan jumlah keseluruhan dari objek ataupun subjek umum yang akan diteliti serta memiliki gambaran kategori atau sifat tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya yang akan dipahami, diteliti dan pada hasil akhirnya akan menghasilkan suatu kesimpulan yang bermanfaat (Sugiyono, 2017 :80). Populasi penelitian ini didasarkan pada data yang diberikan oleh *Service Advisor* pengguna mobil Mazda yang menggunakan layanan bengkel Mazda di kota Batam dari Juni hingga Desember 2018, jumlah total adalah 263.

3.3.2. Sampel

Sampel memiliki pengertian sebagai hasil dari sebagian kecil populasi yang telah di kerucutkan karena sampel yang dipilih ini lebih mendominasi dan telah sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti (Sugiyono, 2017 :81). Adapun teknik sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan *sampling* bersifat *purposive* dan dibantu dengan menggunakan rumus slovin seperti berikut ini :

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

dimana:

n	=	Jumlah Sampel
N	=	Populasi
E	=	Tingkat ketepatan (<i>presisi</i>) 5%

N adalah populasi, n adalah jumlah sampel dan e adalah persentase kesalahan yang dapat ditoleransi, di dalam penelitian digunakan sebesar 0,05. Maka

berdasarkan data yang terkumpulkan dari bengkel Mazda di kota Batam sebanyak 263 pelanggan dan digunakan *margin of error* sebesar 5,

maka jumlah sampel yang didapatkan yaitu :

$$n = \frac{263}{1 + (263 \times 0,05^2)} = \frac{263}{1 + (263 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{263}{1 + 0,66} = \frac{263}{1,66} = 158,433 = 158 \text{ sampel}$$

Sampel yang digunakan adalah 158 orang.

3.4. Teknik Pengumpul Data

3.4.1. Teknik Pengumpul Data

Menurut (Sugiyono, 2017 :137), Pengumpulan data dapat dilakukan dalam konteks yang berbeda, dalam sumber yang berbeda dan dengan cara yang berbeda. Jika dapat melihat parameternya, data dapat dikumpulkan dalam pengaturan alami, di laboratorium dengan metode eksperimental, di rumah dengan berbagai responden, selama seminar, diskusi, di jalan , dll.

Teknik dalam mengumpulkan data ini tergolong hal yang penting dalam memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi selama penelitian dan juga untuk menguji hasil hipotesis yang telah dikaji dan dtentukan oleh peneliti di bab sebelumnya. Adapun berbagai teknik yang dilakukan dengan cara

wawancara, kuesioner (kuesioner), observasi (observasi) dan kombinasi ketiganya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner (angket).

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik Kuesioner, teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapat jawaban. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang efektif jika peneliti mengetahui variabel yang diukur dengan keyakinan dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner ini digunakan untuk menentukan sejauh mana kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di Kota Batam.

3.4.2. Sumber Data

Bentuk sumber dari data penelitian yang digunakan yaitu kuesioner. Di dalam kuesioner ini terdapat beberapa macam pertanyaan sesuai dengan indikator yang telah peneliti tentukan diawal kemudian akan dibagi kepada responden yang lebih mendominasi atau representasi terhadap variabel yang diteliti dengan mengisi jawaban sesuai dengan pendapat pada responden dan bersifat angket tertutup yang berarti hanya untuk kepentingan karya tulis ilmiah bukan untuk kepentingan umum. Responden hanya cukup memberikan tanda \surd atau ceklis sesuai kolom pertanyaan yang dijawab. Kemudian peneliti akan mengukurnya dengan skala likert, yang terdiri dari 5 tahap bobot nilai yaitu angka 1 hingga 5, dan untuk lebih detailnya peneliti telah merangkumnya menjadi tabel skala likert dibawah ini:

Berikut adalah contoh tabel, jawabannya bisa misalnya menerima skor.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2017 :94)

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis berbentuk statistik deksriptif ini lebih fokus kedalam gambaran umum secara deskripsi mengenai suatu hasil data yang dilihat dari berapa besar nilai mean yang dihasilkan oleh output,nilai minimal dan maksimal yang dihasilkan dari output serta berapa nilai standar deviasi error yang dihasilkan juga dari output program spss yang peneliti gunakan dan didalam statistik ini tidak terjadi perbandingan antar variabel ataupun tidak adanya kaitan dari variabel bebas terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018: 19).

Rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala adalah :

$$RS = \frac{N(m-1)}{M} \quad \text{Rumus 3. 2 Pengukuran Skala}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif tiap jawaban

Untuk mencari rentang skala, terlebih dahulu ditentukan skor terendah dan skor tertingginya. Sampel yang digunakan berjumlah 158 responden dan banyaknya alternatif jawaban berjumlah 5. Berdasarkan rumus tentang skala tersebut, maka diperoleh rentang skala tiap kriteria, adalah :

$$RS = \frac{158(5-1)}{5}$$

$$RS = 126$$

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3. 3 Rentang Skala

No.	Interval Skala	Kategori
1	158-284	STS
2	284,1-410	TS
3	410,1-536	N
4	536,1-662	S
5	662,1-788	SS

Sumber : Peneliti (2020)

3.5.2. Uji kualitas data

Ada dua persyaratan penting yang berlaku untuk menguji kualitas data dalam kuesioner yang harus valid dan dapat diandalkan (Sugiyono, 2017 :267). Sebuah kuesioner dianggap valid (valid / akurat) jika elemen-elemen kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Seolah-olah kepuasan pelanggan akan diukur, maka jika pelanggan menerima serangkaian pertanyaan,

pertanyaan tersebut harus dapat secara akurat mengungkapkan tingkat kepuasan pelanggan.

Sedangkan item pertanyaan dianggap dapat reliabel (konsisten) jika respons seseorang terhadap item pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika tanda tanya valid dan dapat diandalkan, artinya elemen sudah dapat mengukur faktor, yang kemudian menguji apakah faktor tersebut valid untuk mengukur konstruksi yang ada. Analisis dimulai dengan terlebih dahulu menguji validitas dan uji reliabilitas diikuti.

Berikut adalah uji kualitas data sebagai berikut:

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Uji validitas ini sering digunakan oleh peneliti sebagai alat untuk mengukur keabsahan atau kevalidan dari hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden. Kuesioner dapat dikatakan valid atau absah jika jawaban dari hasil kuesioner dapat merepresentasikan ungkapan yang benar dan dapat diukur (Suwarjeni, 2015: 193). Di dalam penelitian ini memiliki beberapa skor yang telah dicantumkan menjadi item pertanyaan dalam kuesioner. Maka cara untuk mengukur kevalidan ini harus dilakukan korelasi antara hasil bobot nilai yang didapatkan dengan total skor nilai dalam variabel yang diteliti. Uji ini harus dilakukan perbandingan antara nilai r hitung terhadap nilai r tabel yang peneliti gunakan yaitu sebesar 5% dan dengan rumus *degre of freedom* berupa jumlah sampel dikurangi 2. Selanjutnya jika hasil r hitung ternyata lebih besar dari r tabel maka indikator yang peneliti ambil dikatakan telah valid, begitu sebaliknya jika ternyata

r tabel yang lebih besar dari r hitung maka sudah dapat dipastikan indikator yang peneliti ini tidak valid. Berikut dibawah ini adalah tabel tingkat validitas :

Tabel 3. 4 Tingkat Interval Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber : (Wibowo, 2012)

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini juga sering digunakan oleh peneliti sebagai alat tolok ukur mengenai hubungan antara hasil jawaban kuesioner terhadap variabel yang diteliti. Reliabel ini dapat dikaitkan dengan kata handal atau tidaknya pertanyaan yang dimasukkan kedalam kuesioner akan bersifat konstan dari masa ke masa. Adapun cara pengukuran reliabel yang dapat peneliti gunakan yaitu melalui *one shot* yang dibantu dengan program SPSS uji *cronbach alpha*. Dimana suatu variabel dapat dikatakan memenuhi syarat reliabel pada umumnya adalah jika nilai (α) output yang dihasilkan lebih besar dari 0,60, sedangkan jika lebih rendah ini akan mendominasi lebih rendah atau kurang baik (Suwarjeni, 2015).

Berikut ini disajikan tabel indeks nilai reliabilitas :

Tabel 3. 5 Tingkat Interval Reliabilitas

No.	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Wibowo, 2012)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji didalam asumsi klasik menjadi suatu kumpulan uji yang terpenting sebelum masuk kedalam uji hipotesis dan regresi linier berganda, karena jika di uji ini tidak memenuhi syarat maka nilai untuk uji berikutnya dapat bersifat bias atau kurang tepat dan tidak benar. Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 model uji asumsi klasik , sebagai berikut :

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji pertama dalam asumsi klasik adalah uji normalitas, yang fungsinya adalah sebagai tolok ukur untuk menguji apakah di dalam model regresi penelitian ini terdapat hubungan distribusi yang menyebar secara tidak normal atau kata lainnya memiliki data yang jarak interval sangat jauh antar satu sama lain atau bernilai ekstrem. Kemudian jika uji ini dilanggar maka akan berisiko hasil uji statistik berikutnya menjadi tidak atau kurang tepat untuk di representasikan. Didalam uji ini peneliti mengambil 3 model uji normalitas yaitu yang pertama berupa gambar *histogram* yang berartikan jika memenuhi syarat normal maka bentuk dari grafik

dalam output ini harus berbentuk lonceng dibagian tengah grafik batang dan garis tidak melewati dari grafik batang atau tepatnya semua grafik batang berada didalam garsi grafik, sedangkan yang kedua adalah gambar *normal probability P-Plot* yang berartikan jika data berdistribusi normal maka garis bulat-bulat dalam gambar harus melintang melewati garis diagonal dari sumbu x ke y secara bergantian dan tidak jauh dari garis diagonal, dan yang terakhir atau ketiga yaitu *one sample kolmogorv smirnov unstandardized residuals* yang dapat dikatakan berdata normal apabila nilai *asymp.sig* dari tabel uji ini lebih dari 0,05 karena tingkat signifikan dan *margin of error* yang digunakan peneliti yaitu 5%, namun sebaliknya jika nilai ini dibawah atau lebih kecil dari 0,05 maka sudah pasti dapat disimpulkan data tidak menyebar secara normal (Ghozali, 2018)

3.5.3.2. Uji Multikolonieritas

Uji kedua dalam asumsi klasik yang peneliti ambil yaitu uji multikolinearitas yang fungsinya adalah untuk mendeteksi atau menguji adanya hubungan korelasi dari variabel x atau independen di dalam regresi. Hasil uji ini dikatakan baik jika tidak terjadi gejala dengan patokan memperhatikan nilai VIF (*variance inflaton factors*) dan *tolerance* dari output yang dihasilkan dalam program SPSS, apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka sudah dapat dipastikan terjadi gejala dan *tolerance* lebih kecil dari 0,1, namun jika tidak terjadi maka nilai VIF harus dibawah atau lebih kecil dari 10 serta nilai *tolerance* harus lebih besar dari 0,1. Kemudian di dalam penelitian hanya menggunakan 2 variabel bebas, maka nilai VIF dan *tolerance* yang dihasilkan output nantinya akan bernilai sama antar satu variabel bebas (Ghozali, 2018).

3.5.3.3. Uji Heteroskedastitas

Berikut ini adalah uji ketiga didalam asumsi klasik yaitu uji heteroskedastisitas yang berguna untuk menguji dan mengecek apakah di dalam model penelitian ini terjadi perbedaan *variance* dari nilai *residuals* data yang dihasilkan. Uji ini dikatakan baik jika tidak mengalami gejala , dengan cara deteksi yang dilakukan adalah melalui gambar uji *scatterplot* yang dihasilkan dari output SPSS 21 yang digunakan oleh peneliti melalui rumus memasukkan kata kunci *Zpred* ke dalam kolom dependen dan *keyword Sresid* ke dalam kolom independen. Jika titik-titik bulat yang dihasilkan menyebar secara jauh antar satu sama lain dari titik sumbu X dan Y dan tidak dekat dari angka nol maka dikatakan tidak terjadi gejala, begitu sebaliknya jika titik-titik bulat yang dihasilkan ternyata menyempit atau berupa gambar pola yang sangat teratur antar satu sama lain maka sudah dapat dipastikan dalam penelitian terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Derganda

Didalam penelitian ini ,peneliti memakai analisis regresi linier secara berganda karena variabel yang diteliti > 2 variabel. Dimana peneliti menggunakan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Berikut ini adalah persamaan untuk bentuk regresi yang akan diteliti yaitu :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2... + b_nX_n$$

Rumus 3. 3 Regresi Berganda

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Angka konstanta

b = Angka koefisien regresi

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Fasilitas

x_n = Variabel bebas ke – n

3.5.4.2. Koefisien Determinasi (R²)

Uji bagian terakhir dari penelitian ini adalah uji koefisien determinasi atau lebih dikenal pada umumnya sebagai uji *r square*, yang tujuannya adalah bagi peneliti untuk mengetahui berapa persentase yang dapat dihasilkan dari variabel bebas yang peneliti gunakan. Semakin banyak variabel X yang digunakan maka ini akan berdampak baik, karena nilai *r square* yang dihasilkan akan semakin tinggi. Adapun patokan *r square* yang digunakan dalam penelitian ini adalah R² bukan nilai *adjusted R²*, karena peneliti mengambil variabel X hanya sebanyak 2 tidak lebih dari 2. Nilai koefisien determinasi ini dapat dilihat dari *output* SPSS yang dihasilkan berupa tabel *model summary* (Ghozali, 2018).

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji F (Simultan)

Bagian kedua dalam uji hipotesis adalah uji simultan atau lebih dikenal pada umumnya sebagai uji anova (uji F), yang digunakan peneliti untuk merepresentasikan apakah secara keseluruhan semua variabel X dalam penelitian yang digunakan mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Ghozali, 2018).

Adapun tingkat keputusan pengambilan yang harus terpenuhi dalam uji ini adalah :

1. Jika didalam tabel anova output spss nilai dari keseluruhan variabel X memiliki nilai $>$ dari 0,05 maka ini berartikan hipotesis nol diterima namun hipotesis alternatif ditolak.
2. Jika didalam model tabel anova output spss untuk nilai keseluruhan variabel X mempunyai nilai $<$ 0,05 maka ini menyimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak namun hipotesis alternatif diterima.

3.5.5.2. Uji T (Parsial)

Bagian pertama dari uji hipotesis ini adalah uji t, adapun fungsi dari uji ini adalah melihat hasil signifikansi dari ada tidaknya pengaruh dari variabel X secara personal atau individu terhadap variabel Y, dengan anggapan variabel X lainnya harus bersifat konstan atau tetap (Ghozali, 2018).

Adapun tingkat keputusan pengambilan yang harus terpenuhi dalam uji ini adalah :

1. Jika tingkat hasil output signifikan dari variabel independen tertentu dalam SPSS memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka berkesimpulan hipotesis nol diterima sedangkan hipotesis alternatif ditolak.
2. Jika tingkat hasil output signifikan dari variabel bebas tertentu dalam SPSS mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05 maka memiliki kesimpulan bahwa hipotesis nol ditolak sedangkan hipotesis alternatif diterima.

3.5.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.5.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah pada bengkel Mazda yang terletak di JL. Yos Sudarso NO 01 Sei Panas-Batu Ampar Batam, Kota Batam.

3.5.6.2. Jadwal Penelitian

Peneliti telah merancang jadwal bimbingan skripsi dari bulan september 2019 hingga bulan februari 2020. Demi kemudahan dan kelancaran dari aktivitas bimbingan ini, maka peneliti akan menyusun jadwal tersebut kedalam bentuk gambar dibawah ini:

Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		Sep 2019	Okt 2019	Nov 2019	Des 2019	Jan 2020	Feb 2020
1	Penentuan Objek	■					
2	Penentuan Topik	■					
3	Penentuan Judul		■				
4	Pengajuan Proposal		■				
5	Penelitian Lapangan			■			
6	Pengolahan Data			■			
7	Pembuatan Laporan Penelitian				■	■	
8	Pemeriksaan Laporan Penelitian					■	■
9	Pengumpulan Hasil Penelitian						■

Sumber : Peneliti (2020)