

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDOMARET
PANASERA DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Debora Permata Sonya

180910332

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDOMARET
PANASERA DI BATAM**

SKRIPSI



SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana
Oleh :**

Debora Permata Sonya

180910332

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Debora Permata Sonya
NPM : 180910332
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul :

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN
PELANGGAN INDOMARET PANASERA DI BATAM**

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

Apabila ternyata di dalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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, 06 Agustus 2022



Debora Permata Sonya
180910332

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN INDOMARET
PANASERA DI BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh :

Debora Permata Sonya

180910332

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

Batam, 06 Agustus 2022



Dr. Suhardi, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan di Indomaret Panasera. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 responden dari pelanggan Indomaret Panasera. Untuk mengumpulkan data, peneliti menerapkan media kuesioner yang disebarakan melalui *google forms* dan kemudian diolah dengan aplikasi SPSS Versi 24 untuk membantu mendapatkan hasil penelitian. Untuk mengetahui apakah ada permasalahan Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret Panasera, Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera, Bagaimana pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera dan Bagaimana pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera metode yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien determinasi, Uji T dan Uji F Maka Hasil ini menunjukkan pengaruh signifikan Fasilitas $0,763 < 0,05$, Pelayanan $0,000 > 0,05$ terhadap Kepuasan Pelanggan $0,000 > 0,05$.

Kata kunci: Fasilitas, Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study is to analyze the effect of facilities and services on customer satisfaction at Indomaret Panasera. The method used for sampling in this study is the accidental sampling method. The sample used in this study was 100 respondents from customers of Indomaret Panasera. To collect data, the researchers applied a media questionnaire which was distributed through google forms and then processed with the SPSS Version 24 application to help obtain research results. To find out whether there is a problem with the influence of facilities and services on customer satisfaction at Indomaret Panasera, how is the effect of facilities on customer satisfaction at Indomaret Panasera, how is the effect of service on customer satisfaction at Indomaret Panasera and how is the influence of facilities and services on customer satisfaction at Indomaret Panasera, the method used is regression analysis. Multiple Linear, Coefficient of Determination, T-Test and F-Test So this Hasil shows a significant influence on Facilities $0.763 < 0.05$, Service $0.000 > 0.05$ on Waiter Satisfaction $0.000 > 0.05$.

Keywords: Facilities, Service and Waiter Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan judul **Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret di Batam**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Putera Batam.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Rektor Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Akademik;
5. Dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan membantu administrasi perkuliahan;
6. Pihak Indomaret Batam, Ibu Debby Widyastuti selaku kepala toko yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian;
7. Orang tau saya yang telah memberi bantuan dukungan materi dan semangat;
8. Rekan-rekan;
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, telah memberikan semangat, doa, waktu, dan membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Batam, 06 Agustus 2022



Debora Permata Sonya



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.6.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Kajian Teori	7
2.1.1. Fasilitas	8
2.1.2. Pelayanan	10
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Pemikiran.....	16
2.4. Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1. Desain Penelitian	18
3.1.1. Jenis Penelitian.....	19

3.2. Sifat Penelitian	19
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	19
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	19
3.3.2. Periode Penelitian	19
3.4. Populasi dan Sampel	20
3.4.1. Populasi.....	20
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	20
3.4.3. Teknik Sampling	20
3.5. Sumber Data.....	21
3.6. Metode Pengumpulan Data	21
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	22
3.7.1. Variabel Indenden	22
3.7.2 Variabel Dependen.....	23
3.8. Metode Analisis Data.....	24
3.8.1. Analisi Deskriptif.....	24
3.8.2. Uji Kualita Data	25
3.8.3. Uji Pengaruh	29
3.9. Uji Hipotesis	30
3.9.1. Uji T (Uji Parsial)	30
3.9.2. Uji F (Uji Simultan)	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	32
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.2.3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	34
4.3. Deskriptif Jawaban Responden	34
4.3.1. Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas (X1).....	35
4.3.2. Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan (X2).....	36
4.3.3. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	36
4.4. Analisis Data.....	37
4.4.1.Uji Validitas	37
4.4.2.Uji Reliabilitas	39

4.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	40
4.4.4. Hasil Uji Pengaruh.....	43
4.5. Pengujian Hipotesis	45
4.5.1. Uji Persial (Uji t).....	45
4.5.2. Uji Secara Simultan (Uji f)	46
4.6. Pembahasan.....	47
4.6.1. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	47
4.6.2. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	48
4.6.3. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	48
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	49
4.7.1. Implikasi Teoritis	49
4.7.2. Implikasi Praktis	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. Kesimpulan	50
5.2. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Data.....	40
Gambar 4. 2 Hasil Uji Scatterplot	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil dari peneliti yang melakukan survey singkat di toko Panasera Batam 2022 .	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	19
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel	23
Tabel 4. 1 Responden Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4. 2 Responden Usia.....	33
Tabel 4. 3 Pendidikan.....	34
Tabel 4. 4 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase	35
Tabel 4. 5 Variabel Fasilitas	35
Tabel 4. 6 variabel Pelayanan	36
Tabel 4. 7 variabel kepuasan pelanggan	37
Tabel 4. 8 Uji Validitas Data Fasilitas	38
Tabel 4. 9 Uji Validitas Data Pelayanan	38
Tabel 4. 10 Uji Validitas Data Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 12 Uji Multikoloniaritas	41
Tabel 4. 13 Regresi Berganda	43
Tabel 4. 14 Uji Koefesien Determinasi (R ²).....	44
Tabel 4. 15 Hubungan Antara Variabel.....	45
Tabel 4. 16 Uji Persial T	45
Tabel 4. 17 Uji Secara Simultan F	46

DAFTAR RUMUS

rumus 3. 1. Rumus Uji Validasi.....	25
Rumus 3. 2 Rumus Uji Multikolinearitas	28
Rumus 3. 3. Rumus Regresi Linier.....	29
Rumus 3. 4. Rumus uji T (uji Parsial).....	30
Rumus 3. 5. Rumus Uji F.....	31



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan perdagangan di dunia retail, layanan menjadi salah satu yang penting. Contohnya adalah perusahaan Alfamart, Indomaret, Cicle, Mini Market, dan lain sebagainya. Persaingan ini terjadi karena kebanyakan perusahaan retail yang menjual produk yang sama. Hal tersebut memacu para pebisnis di bidang retail untuk meningkatkan layanannya, dengan cara memberikan potongan harga. Di Indomaret khususnya cara untuk meningkatkan daya Tarik pembeli adalah memberikan harga yang berbeda dan kualitas pelayanan yang terus ditingkatkan.

Indomaret jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 250 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Indomaret didirikan pada tanggal 20 Juni 1988, PT. Indoritel Makmur Internasional Tbk dan PT. Indomarco Prismatama yang dimiliki oleh Salim Grup. Toko pertamanya dengan nama Indomart dibuka di Ancol, Jakarta Utara pada tanggal 20 Juni 1988 yang dikelola PT. Indomarco Prismatama. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah memiliki gerai lebih dari 230 gerai. Jumlah gerai hingga tahun 2020 adalah 18.271 gerai menurut laporan *United States Departement of Agriculture* (USDA) dengan rincian 60% gerai

adalah milik sendiri dan sisanya waralaba milik masyarakat.

Indomaret merupakan usaha retail yang saat ini sedang berkembang pesat, menjual barang kebutuhan sehari-hari dan memberikan kemudahan karena letak atau letak yang strategis yang dapat dijangkau oleh konsumen dan mengutamakan utilitas dan kecepatan, yang ditunjang oleh ukuran toko atau store, bukan ukuran besar memungkinkan konsumen untuk berbelanja dengan percaya diri. Tidak butuh waktu lama. Keunggulan lain berbelanja di Indomaret adalah lingkungan belanja aman dan nyaman, tidak ada kesulitan dalam memilih barang yang dibutuhkan, kualitas barang lebih terjamin daripada berbelanja di pasar tradisional, harga barang mutlak ada, jadi tidak perlu menawar, anda bisa membeli segala macam kebutuhan di satu tempat, sehingga menghemat waktu dan tenaga serta ketersediaan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan dan di Indomaret juga menyediakan layanan pesan antar, sehingga tidak perlu untuk pergi lagi, cukup pilih barang apa yang ingin kita beli, lalu pesan kemudian pihak Indomaret akan mengantarkan sampai ke depan pintu.

Menurut Kotler (2017) kepuasan pelanggan adalah memiliki rasa senang atau kecewa yang terjadi bila kinerja dari produk yang dikembangkan memiliki hasil kinerja yang sesuai harapan. Memenuhi keinginan pelanggan ialah harapan setiap perusahaan. Memberikan harapan konsumen bukan saja merupakan sisi penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, tetapi meningkatkan faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, tetapi juga meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Konsumen yang puas terhadap kualitas produk dan layanan cenderung akan kembali dan loyal terhadap layanan ketika kebutuhan yang sama muncul kembali dimasa

depan. Berarti kepuasan adalah factor pembelian Kembali konsumen utama yang menyumbangkan Sebagian besar volume penjualan perusahaan.

Faktor paling penting bagi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan adalah untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik yang akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang meningkat, retensi pelanggan dan profitabilitas. Oleh sebab itu untuk dapat memaksimalkan kepuasan konsumen harus memahami dan analisis pelayanan, harga dan ketersediaan produk yang diinginkan konsumen.

Menurut Nasution, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kondisi saat ini hingga di masa mendatang, Indomaret akan terus mengupayakan peningkatan minat beli masyarakat. Berbagai upaya terus dilakukan termasuk pada aspek pelayanan dan aspek distribusi barang dagangan, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dan sampai saat ini Indomaret masih terdapat keluhan-keluhan masyarakat. Berikut adalah tabel daftar keluhan konsumen kepuasan dan ketidak puasan terhadap dalam pelayanan Indomaret Panasera Batamindo:

Tabel 1. 1 Hasil dari peneliti melakukan survey singkat di toko Panasera Batam 2022

No	Masalah	Presentase
1	Perubahan harga rak dengan komputer membuat pelanggan kurang nyaman.	55 %
2	Pelayanan transaksi yang sering terjadi pengantrian yang lama.	25%
3	Penyediaan fasilitas mesin ATM di toko Panasera	35%
4	Meja diluar yang tersedia sering terlihat kotor atau berantakan	25%

Sumber: wawancara awal 2022.

Berdasarkan Tabel 1.1 masih banyaknya keluhan dari para konsumen, dan peneliti tertarik sejauh mana yang menjadi kepuasan konsumen Indomaret. Untuk itu penulis tertarik untuk mengkaji dalam melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Di Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang masalah terkait dengan kepuasan pelanggan, sehingga rumusan masalah yang di dapat adalah :

1. Perubahan harga yang menjadikan pelanggan kurang puas terhadap pelayanan.
2. Indomaret tidak memiliki fasilitas ATM di dalam toko.
3. Pelayanan kasir yang masih kurang cepat melayani membuat pelanggan mengantri lama ketika dalam proses pembayaran.
4. Meja di luar yang disediakan sering terlihat banyak bekas puntung rokok yang mengakibatkan pelanggan merasa kurang nyaman.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti membatasi masalah untuk memecahkan masalah, yang membuat masalah lebih terkonsentrasi, sehingga ruang lingkup penelitian hanya menganalisis:

1. Variabel dalam penelitian ini hanya mengenai Fasilitas (X1), Pelayanan (X2) yang merupakan variabel bebas dari Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

2. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi agar tidak memperluas sumber Indomaret Panasera Batam.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian terhadap masalah di atas, peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah, antara lain:

1. Apakah fasilitas ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Indomaret Panasera Batam?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Panasera Batam?
3. Apakah fasilitas dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Panasera Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan yang akan diuraikan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui fasilitas Indomaret Panasera Batamindo untuk membuat pelanggan senang.
2. Mengetahui dampak pelayanan Indomaret Panasera Batamindo terhadap kepuasan pelanggan.
3. Mengidentifikasi fasilitas dan pelayanan yang secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan Indomaret Panasera.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, ilmu pengetahuan, dan wawasan khusus terhadap bidang ilmu pemasaran yang menyajikan penelitian pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

1.6.2. Manfaat Praktis

Pendasaran penelitian yang sebelumnya maka dapat di tarik kesimpulan manfaat praktis bagi penelitian yakni:

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dari penelitian pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dan dapat menentukan fasilitas dan pelayanan yang baik kedepannya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penelitian Lanjut

Agar dapat dijadikan refensi yang baru terhadap penelitian variabel yang tersedia dan mendapatkan penambahan pengetahuan yang lebih luas.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

Pemasaran (*marketing*) memiliki definisi secara sosial maupun secara manajerial secara sosial, pemasaran merupakan proses sosial yang melibatkan individu maupun kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan dari sudut pandang manajerial pemasaran sering digambarkan sebagai jenis menjual produk, tetapi penjualan bukan bagian penting dari pemasaran. Manajemen pemasaran terjadi bilamana setidaknya salah satu pihak dalam pertukaran potensial mempertimbangkan sasaran dan sarana untuk memperoleh tanggapan yang diinginkan dari pihak lain.

Stanton mengutarakan pandangannya tentang konsep pemasaran yang merupakan bagian dari sistem kegiatan pemasaran barang dan jasa, serta memiliki rencana baik dalam penetapan harga yang bertujuan membuat konsumen strategi promosi dan distribusi barang dan jasa yang memuaskan. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah bagian penting dari pengalaman pelanggan atas produk yang dikonsumsi. Jika perusahaan memberikan produk atau jasa yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan kompetitor yang ada diharapkan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan dan pada akhirnya memberikan nilai yang maksimal

untuk kepuasan pelanggan.

2.1.1. Fasilitas

2.1.1.1. Pengertian Fasilitas

Fasilitas yaitu segala sesuatu yang memberikan kemudahan dalam melancarkan proses suatu pekerjaan dengan tujuan. Menurut Tjipoto dalam Sri Utari, (2021), fasilitas ialah sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum memberikan layanan kepada pelanggan. Pelanggan akan puas jika fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Kata fasilitas yaitu segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan konsumen yang ditawarkan agar konsumen merasa puas dan merasa kebutuhannya disiapkan. Fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan.

Menurut Saputra dalam Siregar (2021) fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk barang-barang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik. Menurut Philip dalam Paramitha (2018) Fasilitas adalah segala hal yang dapat memudahkan suatu produk untuk dipasarkan. Berdasarkan pemahaman di atas maka disimpulkan bahwa fasilitas merupakan perlengkapan fisik yang dimiliki perusahaan untuk menunjang kebutuhan konsumen sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk memiliki kesan baik terhadap suatu perusahaan.

Menurut Tjiptono dalam Paramitha (2018) Fasilitas adalah keseluruhan dari

sesuatu yang dapat memberikan kemudahan pelanggan, kemudahan tersebut dapat berupa kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kelengkapan dan kebersihan fasilitas. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang membantu konsumen dalam mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan.

2.1.1.2. Indikator Fasilitas

Indikator fasilitas pada penelitian ini diambil menurut penelitian Munawir dalam Gunawan (2021) indikator yang mengukur fasilitas sebagai berikut :

1. Perancangan ruang

Unsur ini mencakup tentang interior desain ruangan dan perabotan yang memadai.

2. Perancangan spasial

Aspek ini mencakup tentang pemilihan warna dan lain-lain pertimbangan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

3. Perlengkapan

Peralatan atau perabotan yang berfungsi sebagai sarana untuk memberikan kenyamanan, sebagai infrastruktur untuk mendukung penggunaan barang bagi pelanggan.

4. Tata Cahaya dan Warna

Yang di maksud dari tata cahaya adalah pemilihan jenis warna ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai aktifitas yang dilakukan dan suasana yang diinginkan. Pemilihan warna juga dapat membantu menimbulkan rileks terhadap ruangan dan mengkaitkan emosional dari warna.

5. Pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemeliharaan bentuk fisik, warna, pencahayaan, dan pemeliharaan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, dan papan informasi (digunakan untuk informasi kepada konsumen ketika adanya diskon).

6. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung seperti toilet, tempat parkir, tempat makan dan minum. Pelayanan dapat digambarkan sebagai tindakan atau perlakuan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.1.2. Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan (*service*) adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang atau orang lain, terhadap kita yang membentuk suatu keterikatan hak dan kewajiban masing-masing pihak (Azizah, 2019). Oleh karena itu, definisi kualitas pelayanan dapat diartikan dalam upaya

memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga tepat dalam memberikan layanan. Kualitas pelayanan adalah cara penyampaian jasa yang akan melebihi harapan dari pelanggan.

Pelayanan menurut Mahmoedin dalam Dylan Trotsek (2018) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Pelayanan menurut Kasmir dalam Azizah (2019) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Memiliki pelayanan yang baik membuat konsumen merasa puas, sehingga pelayanan sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Arianto dalam Andi Riyanto (2018) Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan sangat berpengaruh terhadap harapan pelanggan. Harapan pelanggan dapat bervariasi dari pelanggan satu dengan pelanggan lain walaupun pelayanan yang tidak konsisten. Kualitas pelayanan mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau pelanggan mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik.

2.1.2.2. Indikator Pelayanan

Indikator pelayanan pada penelitian ini diambil menurut pandangan Kotler dalam Jayanti (2019), dalam kualitas pelayanan terdapat empat dimensi yakni :

1. *Intangibility* (tak berwujud): tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli.
2. *Inseparability* (tak terpisahkan): sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan dikonsumsi kemudian, jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.
3. *Variability* (bervariasi): kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan di mana, dan kepada siapa, jasa sangat bervariasi.
4. *Perishability* (dapat musnah): jasa tidak dapat disimpan, jadi dapat musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang di alami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. Menurut Tjiptono dalam Kasinem (2020) Kepuasan atau Ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian / diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaiannya. Pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan

puas, apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan puas (Sapranı & Hasbi, 2021).

Kepuasan pelanggan ialah asumsi seseorang yang senang akan dilanjutkan pembelian ulang serta rela membeli barang maupun jasa lain yang ditawarkan, maka seseorang tersebut akan menolong teknik pemasaran melalui word of mouth (Salim et al., 2019). Kepuasan pelanggan adalah perasaan atau membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya, yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Jika kinerja berada di harapan, maka konsumen menjadi tidak puas.
2. Jika kinerja sama dengan harapan, maka konsumen akan puas.
3. Jika kinerja melampaui harapan, maka konsumen akan sangat puas atau sangat senang.

Oleh karena itu, tingkat kepuasan bergantung pada perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Kepuasan pelanggan terletak pada kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga produk (barang dan jasa) yang memberikan perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Selain faktor-faktor tersebut, dimensi waktu juga mempengaruhi respon pelanggan terhadap kualitas produk (barang dan jasa).

Menurut Fatihudin (2019) kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap apa yang dirasakan setelah menggunakan produk tersebut. Tingkat kepuasan konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak akan puas, apabila

kinerja melampaui harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Terciptanya kepuasan konsumen mampu memberikan beberapa manfaat yaitu, pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suara rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijabarkan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan perasaan puas yang didapatkan oleh konsumen setelah menggunakan barang atau jasa, dikarenakan terwujudnya keselarasan antara apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen tersebut meskipun harus melakukan usaha dan pengorbanan.

2.1.3.2. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini diambil menurut pandangan Setyo dalam Zamrodah (2019) yaitu :

1. Terpenuhinya harapan pelanggan sehingga konsumen akan puas.
2. Selalu menggunakan produk, pelanggan akan selalu membeli produk yang diminati atau yang dianggap sesuai dengan harapan. Meningkatkan mutu kualitas terhadap pelayanan dan fasilitas dapat membuat pelanggan akan loyal terhadap perusahaan.
3. Merekomendasikan ke orang lain, Ketika konsumen sudah merasa puas berbelanja di suatu tempat dan merasakan fasilitas dan pelayanan yang baik, pelanggan akan

dengan sangat mudah merekomendasikan kepada orang lain yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

4. Kualitas layanan, peningkatan kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Loyalitas yang diberikan pelanggan terhadap tempat berbelanja atau penggunaan produk dan jasa sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan peningkatan laba terhadap perusahaan.
6. Reputasi yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan.
7. Lokasi yang strategi adalah salah satu peningkatan untuk mendapatkan pelanggan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian yang relevan berfungsi sebagai bahan referensi dan pembandingan di dalam penelitian ini, yang mana peneliti terdahulu di peroleh dari jurnal yang telah dipublikasikan, rangkuman penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

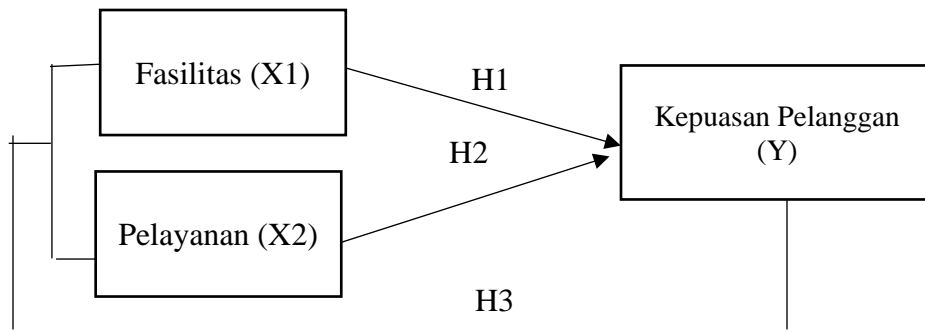
No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Farid Tiza & Susanti, 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang	responsiveness (daya tanggap) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Ulak Karang Padang, dimana jika petugas mampu memberikan respon yang baik terhadap pelanggan maka pelanggan akan merasa diperhatikan sehingga akan meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan.
2	(Darmawan & Ridlwan, 2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Nasabah

3	(Salim et al., 2019) <i>Effect Of The Service Quality On Tutoring Customer's Word Of Mouth And Satisfacation In Malang City</i>	Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan mempengaruhi dari mulut ke mulut pelanggan
4	(Arianto & Muhammad, 2018) Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharmawangsa	Secara simultan fasilitas dan pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung
5	(Aswad et al., 2018) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kemudian harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center
6	(Di et al., 2019) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan memperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$
7	(Rikky, 2020) Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Batam	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel fasilitas dan kualitas

Sumber : jurnal penelitian.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel independen dalam hal ini adalah pengaruh pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) kerangka pemikiran dapat di lihat pada gambar dibawah ini .



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang memiliki sifat sementara dan kebenarannya dilanjutkan pada pembuktian secara empiris. Berikut hipotesis pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

H1 : Di duga Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Panasera Batam.

H2 : Di duga Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Panasera Batam.

H3 : Di duga Fasilitas dan Pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan indomaret batam.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Menurut Sekaran (2017) Desain Penelitian (*research design*) adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosialogi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Peneliti menggunakan desain penelitian berupa deskriptif kuantitatif. Variabel yang digunakan adalah fasilitas dan pelayanan yaitu variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat pada Indomaret Panasera. Deskripsi kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan secara objektif, sistematis, dan akurat tentang fenomena, peristiwa, gejala, dan peristiwa yang terjadi. Penelitian kuantitatif menilai sifat dari fenomena yang terlihat.

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian replikasi atau penelitian lanjutan yang melanjutkan dari penelitian sebelumnya dengan variabel, indikator, dan analisis yang sama.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Tempat peneliti melakukan riset penelitian guna memperoleh data yang dibutuhkan untuk menyusun skripsi disebut lokasi penelitian. Peneliti melakukan penelitian di Indomaret Panasera yang beralamat di Kabil, kecamatan Nongsa, Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2. Periode Penelitian

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penentuan Judul																				
Kajian Pustaka / Literatur																				
Pembuatan Kuesioner																				
Penyebaran Kuesioner																				
Pengolahan Data																				
Hasil Akhir																				

Sumber : Peneliti (2022)

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Sugiono (2018). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui (Sugiyono & Priyatno, 2018). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Indomaret Panasera di Batam.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Hardani (2020) sampel ialah hanya Sebagian kecil dari populasi dan karakteristiknya. Berdasarkan pada Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan Teknik *non-probability sampling*. Teknik dimana setiap anggota populasi dinyatakan memiliki peluang nol. Sehingga Teknik ini digunakan pengambilan sampel dengan beberapa metode yang didasarkan oleh kriteria..

3.4.3. Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Sugiono (2019). Yang dilakukan peneliti adalah menggunakan teknologi sampel yang diperoleh dari populasi tersebut sesuai standar yang digunakan dalam penelitian. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *Acidental sampling*.

Teknik accidental random sampling adalah teknik pengambilan sampel secara

kebetulan dimana semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel. *Accidental sampling* yaitu suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.

3.5. Sumber Data

Data tergolong menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer didapat dari jawaban kuesioner oleh responden yaitu konsumen Indomaret Panasera di Batam.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari pihak lain baik yang sudah diolah maupun yang belum diolah. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal perusahaan, jurnal, dan sejumlah buku yang dijadikan sumber referensi.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Agar peneliti mendapatkan data yang relevan dan valid terhadap persoalan yang diteliti, maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data angket atau kusioner. Menurut Sugiyono (2018) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi

(pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Angket atau kusioner digunakan untuk penunjang informasi yang terhubung dengan respon atau tanggapan konsumen Indomaret Panasera Batam. Menurut Sugiono (2018), kusioner ialah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan Bersama dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden guna dijawab.

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1. Variabel Indenpenden

Variabel independent umumnya mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel independent (X) yaitu :

Fasilitas

Menurut penelitian Munawir dalam Gunawan (2021) indikator yang mengukur fasilitas :

1. Perancangan ruang
2. Perancangan spasial
3. Perlengkapan
4. Tata cahaya dan warna
5. Pesan yang disampaikan secara grafis
6. Unsur pendukung

Pelayanan

Indikator pelayanan pada penelitian ini menurut Kotler dalam Jayanti (2019),

dalam kualitas pelayanan terdapat empat dimensi yakni :

1. Intangibility
2. Inseparability
3. Variability
4. Perishability

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu :

Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini diambil menurut pandangan

Setyo dalam Zamrodah (2019) yaitu :

1. Terpenuhiannya harapan pelanggan
2. Selalu menggunakan produk
3. Merekomendasikan ke orang lain
4. Kualitas layanan
5. Loyalitas
6. Reputasi
7. Lokasi yang strategi

Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Fasilitas (X1)	Fasilitas yaitu segala sesuatu yang memberikan kemudahan dalam melancarkan proses suatu pekerjaan dengan tujuan Tjipto (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perancangan ruang 2. Perancangan spasial 3. Perlengkapan 4. Tata cahaya dan warna 5. Pesan yang disampaikan 	Likert

			secara grafis	
2	Pelayanan (X2)	Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Kamsir (2017)	6. Unsur pendukung 1. Intangibility 2. Inseparability 3. Variability 4. Perishability	Likert
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan puas. Riyanto (2018)	1. Terpenuhinya harapan pelanggan 2. Selalu menggunakan produk 3. Merekomendasikan ke orang lain 4. Kualitas layanan 5. Loyalitas 6. Reputasi yang baik 7. Lokasi yang strategi	Likert

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisa Deskriptif

Menurut Nasir dalam Dr. Ajat Rukarajat (2018) metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis.

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan didasarkan pada penyajian tanggapan responden yang hasilnya di olah dengan statistik deskriptif untuk validasi data. Pengelolaan data dengan program SPSS versi 24.

3.8.2. Uji Kualiatata Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ke validitas atau kestabilan suatu instrumen. Vailiditas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Uji validasi dilakukan untuk memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklarifikasi varibel-varibel yang telah ditentukan.

Validitas Menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh melalui alat ukur tersebut mencerminkan perbedaan yang sebenarnya antara responden dalam penelitian. Saat menentukan kelayakan atau pengaruh item yang digunakan, uji koefisien korelasi yang signifikan biasanya dilakukan pada tingkat 0,05. Artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki kolerasi signifikan terhadap skor total item. Dibawah ini adalah rumus uji validitas.

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

rumus 3. 1. Rumus Uji Validasi

Keterangan :

r = koevisiensi kolerasi

x = skor item

y = skor total dari y

n = jumlah banyaknya subjek

Nilai uji ditunjukkan dengan menggunakan uji dua arah dengan tingkat signifikan 0,05. Kriteria data yang valid, jika;

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka item-item pada pertanyaan ditanyakan berkolerasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan paling valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.8.2.2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Uji realibilitas juga merupakan cara untuk melihat apakah alternatif ukur kuisioner yang digunakan konsisten atau tidak.

3.8.2.3. Uji Asumsi Klasik

Setelah menguji kualitas data, langkah selanjutnya adalah menguji asumsi tradisional untuk memenuhi persyaratan data dan menjalankan uji regresi untuk menguji keefektifan data. Uji hipotesis klasik menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk menguji data.

3.8.2.4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karna untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lain dengan mengasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika

asumsi dilanggar maka uji statistik tidak valid dan parametrik tidak bisa digunakan. Pengujian model nama lain yang sering disebut guna menguji signifikansi semua koefisien regresi secara bersamaan. Nilai F_{hitung} yang dipakai guna melaksanakan pengujian srempak. Angka F_{hitung} berkaitan erat bersama angka koefisien determinasi (R^2) ketika melaksanakan pengujian f , sebenarnya menguji signifikan R^2 . Pengujian F memperlihatkan berapa persen dependen variable dijelaskan seluruh independent variable secara bersamaan, dijawab R^2 , sedang signifikan atau tidaknya dijawab uji f sesuai pengertian diatas, angka R^2 serta pengujian f untuk menetapkan baik tidaknya model yang dipakai. Makin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) serta signifikansi hingga kian baik model tersebut. Apabila: $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat diterima, $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tidak diterima. Kondisi yang berlaku untuk data yang diuji adalah data harus berdistribusi normal. Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah variabel independent, variabel turunan, atau keduanya dalam model regresi memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

3.8.2.5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengikuti apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat tolerance value atau dengan variance inflation factors VIF dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Nilai dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

Rumus 3. 2 Rumus Uji Multikolinearitas

Keterangan :

VIF = *Variance Inflation Factor*

R_j^2 = koefisien determinasi antara X_j dengan variable bebas lainnya pada persamaan/model dugaan

j = 1, 2, ..., p

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat tolerance value dan variance inflation factors VIF. Multikolinearitas terjadi bila nilai VIF diatas nilai 10 atau tolerance value 0,10.

3.8.2.6. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas atau terjadi heterokedastisitas. Dalam analisis memiliki dasar yaitu:

1. Jika ada data yang berbentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedstisitas.
2. Jika tidak pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.8.3. Uji Pengaruh

3.8.3.1. Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk meramal suatu variabel dependen (Y) berdasarkan dua variabel (independen) dalam suatu persamaan liner. Model regresi disini memasukan dua variabel bebas (independen) yaitu fasilitas dan pelayanan, persamaan regresi yang digunakan adalah:

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

Rumus 3. 3. Rumus Regresi Linier

Keterangan:

$Y = \text{independent variable}$

$a = \text{angka konstanta}$

$b = \text{angka koefisien regresi}$

$x_1 = \text{independent variable ke-1}$

$x_2 = \text{independent variable ke-2}$

$x_3 = \text{independent variable ke-3}$

$X_n = \text{variabel ke } n$

3.8.3.2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu (Ghozali, 2018). Jika koefisien dterminasi = 1, artinya varibel-varibel independen memberikan semua infomasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varibel independen. Jika koefisien determinan = 0,

artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi-variasi dependen.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji T (Uji Parsial)

Uji T untuk mengetahui apakah setiap variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Sugiyono, (2021:250) merumuskan uji T sebagai berikut:

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

Rumus 3. 4. Rumus uji T (uji Parsial)

Keterangan :

T= Distribusi T

N= Jumlah data

R= Koefisien determinan T

Uji T bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut, berdasarkan nilai t hitung dan t tabel sebagai berikut:

1. Apabila T hitung > tabel atau T statistik <0,05 berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Apabila T hitung > T atau T statistik >0,05, maka tidak terdapat pengaruh dari variabel terikat.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9.2. Uji F (Uji Simultan)

Menguji nama model lain yang biasa disebutkan adalah menguji signifikansi semua koefisien regresi secara bersamaan. Nilai R^2 digunakan untuk melakukan pengujian bersamaan. F_{hitung} berkaitan erat dengan koefisien determinasi (R^2) saat melakukan uji-f, sebenarnya menguji tingkat signifikansi R^2 . Uji-F menunjukkan persentase variabel terikat yang dijelaskan oleh semua variabel bebas secara simultan, yang dijawab oleh R^2 , signifikan atau tidak dijawab oleh uji-f menurut interpretasi di atas, R^2 dan uji-f untuk menentukan apakah model yang digunakan baik atau tidak. Makin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) serta signifikan Sehingga kian baik model tersebut.

$$F = \frac{R^2 / (n - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)} \quad \text{Rumus 3. 5. Rumus Uji F}$$

$f_{tabel} = k - 1; n - 1$

Apabila:

$F_{hitung} < f_{tabel}$ maka hipotesis diterima

$F_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesis ditolak

