

**PENGARUH FASILITAS, KOMPETENSI DAN
PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT FES CONSULINDO INDONESIA**

SKRIPSI



**Oleh:
Jemmy
140910151**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2018**

**PENGARUH FASILITAS, KOMPETENSI DAN
PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT FES CONSULINDO INDONESIA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Jemmy
140910151**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Jemmy
NPM/NIP : 140910151
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH FASILITAS, KOMPETENSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT FES CONSULINDO
INDONESIA”**

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 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, 03 Februari 2018



Jemmy

140910151

**PENGARUH FASILITAS, KOMPETENSI DAN
PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT FES CONSULINDO INDONESIA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Jemmy
140910151**

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

Batam, 03 Februari 2018

Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

Fasilitas, kompetensi dan pelayanan sering menjadi masalah yang dihadapi oleh PT Fes Consulindo Indonesia. Tidak dipungkiri bahwa fasilitas, kompetensi dan pelayanan merupakan salah satu yang bisa meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menambah beberapa fasilitas, meningkatkan kompetensi setiap karyawan, dan meningkatkan pelayanan yang lebih bagus akan sangat berdampak kepada kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kompetensi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh, dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang menjadikan seluruh pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia sebagai responden. Selanjutnya data yang telah terkumpul dalam penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linear berganda dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 21. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji t, diketahui bahwa untuk variabel bebas yaitu fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kompetensi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F sebesar 47,614 lebih besar dari f tabel sebesar 2,68 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α 0,05 menunjukkan bahwa variabel fasilitas, variabel kompetensi dan variabel pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Fasilitas, Kompetensi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Facilities, competencies and services are often a problem faced by PT Fes Consulindo Indonesia. It is undeniable that facilities, competencies and services are among the ones that can increase customer satisfaction. By adding some facilities, improving the competence of each employee, and improving the better service will greatly impact on customer satisfaction. This study aims to determine the effect of facilities, competence and service to customer satisfaction PT Fes Consulindo Indonesia. The sampling technique used in this study is saturated sampling, with data collection methods through questionnaires distribution. The sample used in this study as much as 120 respondents who make all customers of PT Fes Consulindo Indonesia as respondents. Further data that have been collected in this study were analyzed by multiple linear regression analysis with the help of SPSS (Statistic Product and Service Solution) version 21. The results in this study indicate that from the results of t test, it is known that for independent variables ie facilities have a significant effect on customer satisfaction, competence significantly influence customer satisfaction and service significantly influence to customer satisfaction. The result of F test is 47,614 bigger than f table 2,68 with significance value equal to 0.000 smaller than value α 0,05 indicate that facility variable, competence variable and service variable together influence to customer satisfaction.

Key words: *Facilities, Competencies, Service Quality, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

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

1. Rektor Universitas Putera Batam;
2. Dekan Fakultas Ekonomi;
3. Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang sudah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Bapak Jony Hermanto selaku HRD PT Fes Consulindo Indonesia yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian diperusahaan;
7. Seluruh karyawan PT Fes Consulindo Indonesia yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data untuk keperluan skripsi;
8. Kedua orang tua yang sudah memberikan nasihat, doa, serta dukungan kepada penulis;
9. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penulisan skripsi;
10. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 03 Februari 2018

Jemmy

140910151

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Dasar	10
2.1.1 Fasilitas	10
2.1.1.1 Pengertian Fasilitas.....	10
2.1.1.2 Jenis-Jenis Fasilitas	12
2.1.1.3 Indikator Fasilitas	13

2.1.2	Kompetensi	15
2.1.2.1	Pengertian Kompetensi	15
2.1.2.2	Jenis-Jenis Kompetensi	17
2.1.2.3	Kategori Kompetensi	18
2.1.2.4	Indikator Kompetensi	19
2.1.3	Pelayanan	20
2.1.3.1	Pengertian Pelayanan	20
2.1.3.2	Kualitas Pelayanan	22
2.1.3.3	Indikator Pelayanan	23
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4.2	Komponen dalam Kepuasan Pelanggan	25
2.1.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	26
2.1.4.4	Indikator Kepuasan Pelanggan	27
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Berpikir	33
2.4	Hipotesis Penelitian	33
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Operasional Variabel	35
3.2.1	Variabel Bebas (Independence Variable)	36
3.2.1.1	Fasilitas (X_1)	36
3.2.1.2	Kompetensi (X_2)	38
3.2.1.3	Pelayanan (X_3)	39
3.2.2	Variabel Terikat atau Variabel Tergantung (<i>Dependent Variabel</i>)	40
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.3.1	Populasi Penelitian	41
3.3.2	Sample Penelitian	41

3.4	Sumber Data Penelitian	42
3.5	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	42
3.6	Metode Analisis Data	43
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.6.2	Uji Validatis Data.....	45
3.6.3	Uji Reliabilitas Data	46
3.6.4	Uji Asumsi Klasik	47
3.6.4.1	Multikolinearitas	47
3.6.4.2	Uji Normalitas	48
3.6.4.3	Uji Heteroskedastisitas	49
3.6.5	Uji Hipotetsis	49
3.6.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.6.5.2	Analisis Determinasi (R^2)	50
3.6.5.3	Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F).....	51
3.6.5.4	Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)	52
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	53
3.7.1	Lokasi Penelitian	53
3.7.2	Jadwal Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Profil Responden.....	54
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	56
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	56
4.2	Hasil Penelitian	57
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	57
4.2.1.1	Variabel Fasilitas (X_1)	58
4.2.1.2	Variabel Kompetensi (X_2)	61

4.2.1.3 Variabel Pelayanan (X3).....	65
4.2.1.4 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	71
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data.....	73
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Instrumen	73
4.2.2.1 Hasil Uji Realibilitas	76
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	77
4.3.1.1 Uji Normalitas	77
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas	80
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	82
4.3.2 Hasil Uji Pengaruh	83
4.3.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda	83
4.3.2.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis	86
4.3.3.1 Uji T (Pengujian Secara Parsial)	86
4.3.3.2 Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama (Uji F)	89
4.4 Pembahasan	89
4.4.1 Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia	90
4.4.2 Pengaruh Kompetensi terhadap Kepuasan Pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia	91
4.4.3 Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia	91
4.4.4 Pengaruh Fasilitas, Kompetensi, Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia.....	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Simpulan.....	94
5.2 Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA.....	96
----------------------------	-----------

LAMPIRAN	95
-----------------------	-----------

Lampiran 1. Pendukung Penelitian Lampiran

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Histogram	78
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti terdahulu.....	31
Tabel 3.1Tingkat Validitias.....	46
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Repsonden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status	57
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskripsi.....	57
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Fasilitas (X1)	58
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kompetensi (X2).....	62
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Pelayanan (X3)	66
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	71
Tabel 4.10 Hasil Uji ValiditasVariabel Fasilitas (X1).....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi (X2)	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X3).....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	76
Tabel 4.14 Indeks Koefisien Reliabilitas	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.19 Cofficients.....	84
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	86
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	87
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F).....	89

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Skala	44
Rumus 3.3.2 Pearson Product Moment.....	45
Rumus 3.3.3 Uji Realibilitas	47
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	49
Rumus 3.5 Uji R^2	50
Rumus 3.6 Uji R^2	51
Rumus 4.1 Regresi Linear Berganda	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Meningkatnya kebutuhan masyarakat berarti juga meningkatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat tersebut dengan demikian perusahaan-perusahaan tersebut dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang ingin bertahan harus memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri yang akan menjadikan nilai plus bagi kepuasan pelanggan. Perusahaan juga harus lebih cermat dan tanggap dalam mengamati kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga mereka tahu apa yang diinginkan masyarakat dan dapat memenuhi keinginan tersebut sehingga menambah kontribusi kepuasan pelanggan dengan fasilitas, kompetensi dan pelayanan yang dimiliki.

Fasilitas kerja yang terbatas dan tidak dapat digunakan dengan baik akan menghambat penyelesaian pekerjaan, sebaliknya fasilitas kerja yang cukup dan layak pakai dapat menunjang penyelesaian pekerjaan dengan cepat dan tepat sehingga kinerja yang maksimal. Dalam jurnal Murtiningsih menyimpulkan bahwa, Fasilitas kerja terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kinerja pegawai Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kediri (Murtiningsih, 2012: 89). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui fasilitas, maka perlu

diadakan dan diciptakan suatu fasilitas yang dapat membantu dan mendorong proses kerjaan yang baik hendaknya tersedia fasilitas yang memadai.

Fasilitas yang dimaksud dalam hal ini adalah sarana dan prasarana yang tersedia di perusahaan yang mendukung proses kerjaan seperti ruang /tempat konsultasi, alat-alat kantor, penerangan yang cukup dan suasana tempat konsultasi yang tenang. Seseorang tidak cukup hanya dengan memiliki dorongan yang kuat untuk mewujudkan tujuan dan meraih kepuasan, melainkan mereka juga dituntut agar memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidang pekerjaannya. Mengkaji kompetensi-kompetensi yang dimiliki seseorang, akan dapat memprediksikan kinerja orang tersebut. Kompetensi dapat digunakan sebagai kriteria utama untuk menentukan kerja seseorang misalnya, untuk fungsi profesional, manajerial atau senior manajer. Penelitian (Untari & Wahyuanti, 2015: 1-6) menyatakan bahwa naik turunnya kinerja karyawan yang bekerja di perusahaan ditentukan oleh seberapa baik kompetensi atau kemampuan yang dimiliki karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan serta seberapa baik lingkungan mereka dalam melakukan pekerjaan. Penelitian ini diperkuat oleh (Purnomo, 2016: 76) yang menunjukkan bahwa pengaruh motivasi dan kompetensi secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Memberikan pelayanan yang unggul merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru. Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat dua faktor

utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima) (Pujawan, 2010: 97). Penelitian ini diperkuat oleh Azhari (Azhari, 2015: 35) yang mengatakan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menunjuk pada perasaan senang dan kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk/jasa terhadap ekspektasi mereka (Kotler, P. & Keller, 2009: 138). Kepuasan yang didapatkan oleh perusahaan sering juga melihat hasil kinerja karyawan yang bagus sehingga pelanggan menikmatinya dengan baik. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa melihat keinginan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika menggunakan barang atau jasa tersebut.

Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang sistem pemungutan pajak menyebabkan kalangan tertentu harus menambah pengetahuan atau menggunakan bantuan dari jasa konsultan pajak dalam menghitung pajak terhutangnya. Selain itu konsultan pajak juga dapat mencegah terjadinya kesalahan dalam penghitungan perpajakan. Peran dari konsultan pajak sangatlah penting untuk membantu wajib pajak menyelesaikan masalah-masalah perpajakan sekaligus dapat membantu peranan pemerintah dalam memberikan pengertian kepada wajib pajak dalam hal perpajakan.

Dalam memenuhi masalah-masalah perpajakan, tentu saja wajib pajak sering mengalami hambatan atau kendala. Seperti yang terdapat pada penelitian-

penelitian terdahulu dimana dalam penelitian (Wijaya, 2013: 27) terdapat faktor motivasi wajib pajak, (Suwandy, 2013: 118) terdapat faktor sanksi perpajakan, namun selain dua faktor tersebut masih ada faktor yang dapat memengaruhi penggunaan jasa konsultan pajak yaitu faktor kualitas dari konsultan pajak itu sendiri (Wijaya, 2013: 155).

PT Fes Consulindo Indonesia yang berlokasi di Komplek Inti Batam Business dan Industrial Park Blok D No. 05 Sei-Panas ini merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa konsultan perpajakan. Perusahaan ini telah berdiri selama sepuluh tahun, dimulai dari tahun 2008. Setiap karyawan PT Fes Consulindo Indonesia diberikan tanggung jawab minimal sepuluh perusahaan yang terkontrak dalam satu tahun ke depan dinamakan *person incharge*.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada pelanggan maka perlu diperhatikan faktor-faktor fasilitas, kompetensi dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dikarenakan ruang yang terbatas sehingga fasilitas seperti ruang konsultasi yang tidak ada sehingga bila pelanggan datang ingin berkonsultasi biasanya dilakukan di ruang dapur, selanjutnya ruang tunggu yang tidak ada jika ada dua pelanggan yang datang ingin bertemu *person incharge* perusahaannya maka salah satu harus menunggu di ruang kerja, dan ruang ibadah untuk umat muslim yang tidak ada bila pelanggan selesai konsultasi pada jam sholat biasanya pelanggan buru-buru mencari musholla terdekat, sehingga fasilitas pada PT Fes Consulindo Indonesia masih perlu ditingkatkan.

Kompetensi yang berkaitan dengan keahlian *person incharge* dalam memperbaiki laporan keuangan, membuat laporan keuangan dan ketelitian

menghitung serta masalah pajak masing-masing perusahaan yang dipegang oleh *person incharge* pada PT Fes Consulindo Indonesia juga harus lebih diperhatikan. Masih terdapat beberapa perusahaan yang mengeluh kesalahan dalam penyusunan laporan keuangan dan kelambatan dalam menghitung tagihan pajak.

Pelayanan yang berkaitan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin seperti kecepatan pengantaran pajak bulanan, keamanan dalam membantu pelanggan membayar pajak dan keamanan penyimpanan data pelanggan. Keterlambatan pengantaran pajak bulanan masih sering kali terjadi setiap bulannya pada pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia. Keamanan dalam membantu pembayaran pajak dengan menggunakan uang tunai sebaiknya non tunai untuk menghindari pemakaian uang pajak untuk keperluan lainnya dan penyimpanan data pelanggan yang sering hilang.

Pelanggan dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan-pertimbangan seperti fasilitas, kompetensi dan pelayanan yang ada pada setiap konsultan. Hal ini penting sekali untuk diingat bahwa pelanggan selalu mencari kerja sama yang baik yang sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan kontrak kerja secara berulang atau tidak akan merekomendasikan kepada calon pelanggan lain, hal ini akan berdampak negatif terhadap pihak perusahaan dikarenakan fasilitas yang seharusnya ada di perusahaan konsultan tetapi tidak ada, kompetensi yang masih perlu ditingkatkan dan pelayanan yang masih perlu

diperhatikan sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul untuk skripsi **Pengaruh Fasilitas, Kompetensi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Fes Consulindo Indonesia.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas tentang fasilitas, kompetensi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia, dan oleh karena itu berdasarkan latar belakang penelitian, sehingga peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Minimnya fasilitas yang tersedia dalam hal ini bisa kita lihat pada ruang konsultasi yang tidak ada, ruang tunggu yang tidak ada dan ruang ibadah untuk umat muslim yang tidak ada.
2. Kompetensi yang dimiliki karyawan masih belum optimal, ini dapat dilihat dari masih terdapat beberapa perusahaan yang mengeluh kesalahan dalam penyusunan laporan keuangan dan tidak tepat waktunya dalam penghitungan tagihan pajak.
3. Minimnya tanggung jawab kerja dilihat dari adanya keterlambatan pengantaran pajak bulanan, keamanan dalam membantu pembayaran pajak dengan menggunakan uang tunai dan penyimpanan data pelanggan yang sering hilang.

4. Pelanggan merasa kurang puas dengan fasilitas, kompetensi dan pelayanan yang diberikan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan pembahasan penelitian ini tidak membias kemana-mana, sehingga peneliti memfokuskan dan membatasi penelitian hanya pada fasilitas, kompetensi, pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut di atas sehingga peneliti dapat merumusan masalah di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia?
2. Apakah kompetensi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia?
4. Apakah fasilitas, kompetensi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kompetensi dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Selain dari tujuan, sebuah penelitian juga mempunyai manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis yang berguna bagi semua masyarakat. Karena ketika sesuatu itu bermanfaat maka dia akan menjadi pedoman dalam mengambil sebuah keputusan maupun tindakan, berikut peneliti menulis manfaat penelitian sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, maka manfaat teoritis adalah sebagai dasar penyusunan skripsi mahasiswa-mahasiswi di masa akan yang datang terutama

mengenai fasilitas, kompetensi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan-perusahaan di Batam.

1.6.2 **Manfaat Praktis**

Kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk peneliti

Menambah wawasan peneliti karena dapat mengimplementasikan ilmu yang dipelajari selama kuliah.

2. Untuk PT Fes Consulindo Indonesia

Peneliti berharap, dengan adanya penelitian ini perusahaan memperoleh masukan yang positif dan membangun, yang dapat menambah kepuasan setiap pelanggan.

3. Untuk Peneliti Lanjutan

Bagi peneliti lanjutan, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini peneliti lanjutan dapat menambah wawasan dan menambah pemikiran yang tidak terpikirkan oleh peneliti, melalui penelitian ini peneliti berharap peneliti lanjutan dapat memahami lebih lanjut mengenai pengetahuan di bidang sumber daya khususnya tentang fasilitas, kompetensi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Fasilitas

2.1.1.1 Pengertian Fasilitas

Pada suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktifitas di perusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktifitas suatu perusahaan maka semakin lengkap pula fasilitas dan sarana pendukung dalam proses kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut (Ibrahim, 2016: 3).

Fasilitas merupakan sarana yang menyediakan perlengkapan fisik guna menunjang kebutuhan konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman dan kebutuhan konsumen terpenuhi (Faradisa, 2016: 43) sedangkan menurut (Pratiwi, 2013: 27) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam melaksanakan pekerjaan dan juga sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati dan dinikmati oleh orang pengguna.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (Yudha, 2016: 145) fasilitas adalah segala hal yang dapat mempermudah perkara (kelancaran tugas dan sebagainya) atau kemudahan. Pengertian fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang memudahkan dan melancarkan pelaksanaan sesuatu usaha yang dapat memudahkan dan melancarkan usaha ini dapat berupa benda. Fasilitas kerja yang terbatas dan tidak dapat digunakan dengan baik akan menghambat penyelesaian pekerjaan, sebaliknya fasilitas kerja yang cukup dan layak pakai dapat menunjang penyelesaian pekerjaan dengan cepat dan tepat sehingga kinerja yang maksimal (Eka, 2015: 563).

Menurut (Rohmadi, 2015: 16) fasilitas adalah seperangkat alat atau hal yang dibutuhkan untuk memperlancar suatu kegiatan. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan (Putranto, 2016: 13).

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 577) mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan, karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan kerja untuk memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan

2.1.1.2 **Jenis-Jenis Fasilitas**

Menurut (Ibrahim, 2016: 3) jenis-jenis fasilitas kerja terdiri dari:

a. **Mesin dan peralatan**

Mesin dan peralatan yang merupakan keseluruhan peralatan yang digunakan untuk mendukung proses produksi yang ada diperusahaan.

b. **Prasarana**

Fasilitas pendukung yang digunakan untuk memperlancar aktivitas perusahaan, diantaranya adalah jembatan, jalan, pagar dan lainnya.

c. **Perlengkapan kantor**

Fasilitas yang mendukung aktivitas kegiatan yang ada di perkantoran, seperti perabot kantor (meja, kursi, lemari dan lainnya. Peralatan laboratorium dan peralatan elektronik (komputer, mesin *fotocopy*, printer dan alat hitung lainnya).

d. **Peralatan inventaris**

Peralatan yang dianggap sebagai alat-alat yang digunakan dalam perusahaan seperti inventaris kendaraan, inventaris kantor, inventaris pabrik, inventaris laboratorium, inventaris gudang dan lainnya.

e. Tanah

Aset yang terhampar luas baik yang digunakan ditempat bangunan, maupun yang merupakan lahan kosong yang digunakan untuk aktivitas perusahaan.

f. Bangunan

Fasilitas yang mendukung aktivitas sentral kegiatan perusahaan utama seperti perkantoran dan pergudangan.

g. Alat transportasi

Semua jenis peralatan yang digunakan untuk membantu terlaksananya aktivitas perusahaan seperti kendaraan (truk, traktor, mobil, motor dan lainnya).

2.1.1.3 **Indikator Fasilitas**

Menurut (Putranto, 2016: 11) indikator fasilitas ada enam, yaitu:

1. Pertimbangan

Aspek–aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain–lain yang dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain–lain, seperti penempatan ruang tunggu perlu

diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

3. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan atau perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan.

4. Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks dan mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

6. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir dan tempat konsultasi.

2.1.2 **Kompetensi**

2.1.2.1 **Pengertian Kompetensi**

Pengertian kompetensi adalah sesuatu yang melekat dalam dirinya yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kinerjanya (Amri, 2015: 43). Kompetensi pada umumnya diartikan sebagai kecakapan, keterampilan, kemampuan. Kata dasar kompeten, berarti cakap, mampu atau terampil.

Menurut (Purnomo, 2016: 4) definisi kompetensi sebagai berikut, “*An underlying characteristics of an individual which is causally related to criterion-referenced effective and or superior performance in a job or situation*”. *Underlying Characteristics* mengandung makna kompetensi adalah bagian dari kepribadian yang mendalam dan melekat kepada seseorang serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. *Causally Related* memiliki arti kompetensi adalah sesuatu yang menyebabkan atau memprediksi perilaku dan kinerja. *Criterion Referenced* mengandung makna bahwa kompetensi sebenarnya memprediksi siapa yang berkinerja baik, diukur dari kriteria atau standar yang digunakan.

Menurut (Manik, 2014: 4) kompetensi adalah sebagai karakteristik dasar yang dimiliki oleh seorang individu yang berhubungan secara kausal dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam menduduki suatu jabatan. Kompetensi terdiri dari 5 (lima) tipe karakteristik, yaitu motif (kemauan konsisten sekaligus menjadi sebab dari tindakan), faktor bawaan (karakter dan respon yang konsisten), konsep diri (gambaran diri), pengetahuan (informasi dalam bidang tertentu) dan

keterampilan (kemampuan untuk melaksanakan tugas). UU No. 13/2003 tentang Ketenagakerjaan: pasal 1 (10) menyatakan bahwa: “Kompetensi adalah kemampuan kerja setiap individu yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan”.

Kompetensi menurut (Hanafi, 2017: 146) adalah kemampuan intelektual dan kemampuan fisik. Kemampuan intelektual diperlukan untuk melakukan kegiatan mental yang terjelma dalam keterampilan, yaitu kecakapan khusus yang berkaitan dengan tugas yang dimiliki dan dipergunakan pada waktu yang tepat. Menurut (Supiyanto, 2015: 120) mengatakan bahwa kompetensi dibutuhkan untuk melaksanakan peran tertentu untuk menghasilkan kinerja berupa prestasi kerja yang memuaskan.

Kompetensi dapat didefinisikan sebagai karakteristik dasar seseorang yang memiliki hubungan kausal dengan kriteria referensi efektivitas atau keunggulan dalam pekerjaan atau situasi tertentu (Putranto, 2016: 7).

Menurut (Untari & Wahyuanti, 2015: 3) menyatakan bahwa secara etimologi, kompetensi diartikan sebagai dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin atau staf mempunyai keterampilan, pengetahuan dan perilaku yang baik. Secara harfiah, kompetensi berasal dari kata *competence* yang artinya kecakapan, kemampuan dan wewenang. Adapun secara etimologi, kompetensi diartikan sebagai dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin atau staf mempunyai ketrampilan, pengetahuan dan perilaku yang baik (Suradi, 2016: 3).

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa kompetensi adalah pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam suatu pekerjaan.

2.1.2.2 **Jenis-Jenis Kompetensi**

Jenis-jenis kompetensi menurut (Amin, 2015: 8) adalah:

1. Kompetensi inti

Kompetensi ini berada pada *level* organisasi. Kita mengikuti definisi yang diberikan oleh Hamel dan Prahalad.

2. Kompetensi fungsional

Kompetensi yang mendeskripsikan kegiatan kerja *output*, seperti pengetahuan dan keahlian yang diperlukan untuk melakukan sebuah pekerjaan. Kompetensi ini berhubungan dengan *level* posisi.

3. Kompetensi perilaku

Kompetensi perilaku adalah karakteristik dasar yang diperlukan untuk melakukan sebuah pekerjaan.

4. Kompetensi peran

Kompetensi peran berkaitan dengan *level* posisi. Kompetensi peran merujuk pada peran yang harus dijalankan oleh seseorang di dalam sebuah tim.

2.1.2.3 **Kategori Kompetensi**

Dalam (Amin, 2015: 8) memberikan lima kategori kompetensi yang terdiri dari:

1. *Task achievement*

Task achievement merupakan kategori kompetensi yang berhubungan dengan kinerja baik kompetensi yang berkaitan dengan *task achievement* ditunjukkan oleh orientasi pada hasil, mengelola kinerja, memengaruhi, inisiatif, inovasi dan keahlian teknis.

2. *Relationship*

Relationship merupakan kategori kompetensi yang berhubungan dengan komunikasi dan bekerja baik dengan orang lain dan memuaskan kebutuhannya. Kompetensi yang berhubungan dengan *relationship* meliputi kerjasama, orientasi pada pelayanan, kepedulian antar pribadi, penyelesaian konflik.

3. *Personal attribute*

Personal attribute merupakan kompetensi instrinsik individu dan menghubungkan bagaimana orang berpikir, merasa, belajar dan berkembang. *Personal attribute* merupakan kompetensi yang meliputi integritas dan kejujuran, pengembangan diri, ketegasan, kualitas keputusan, berpikir analitis dan berpikir konseptual.

4. *Managerial*

Managerial merupakan kompetensi yang secara spesifik berkaitan dengan pengelolaan, pengawasan dan mengembangkan orang lain. Kompetensi

manajerial berupa memotivasi, memberdayakan dan mengembangkan orang lain.

5. *Leadership*

Leadership merupakan kompetensi yang berhubungan dengan memimpin organisasi dan orang untuk mencapai maksud, visi dan tujuan organisasi. Kompetensi berkenaan dengan *leadership* meliputi kepemimpinan visioner, berpikir strategis dan membangun komitmen organisasional.

2.1.2.4 **Indikator Kompetensi**

Untuk indikator kompetensi menurut (Ningsih, 2008: 10) mengungkapkan bahwa ada tiga komponen utama indikator pembentukan kompetensi yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan (*Knowledge*)

Informasi yang dimiliki seseorang karyawan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai bidang yang digelutinya (tertentu), misalnya bahasa komputer. Pengetahuan karyawan turut menentukan berhasil tidaknya pelaksanaan tugas yang dibebankan kepadanya, karyawan yang mempunyai pengetahuan yang cukup meningkatkan efesiensi perusahaan.

2. Keterampilan (*Skill*)

Suatu upaya untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada seseorang karyawan dengan baik dan maksimal, misalnya seorang *programmer* komputer. Disamping pengetahuan dan

kemampuan karyawan, hal yang paling perlu diperhatikan adalah sikap perilaku karyawan.

3. Sikap (*Attitude*)

Pola tingkah laku seseorang karyawan di dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan peraturan perusahaan. Apabila karyawan mempunyai sifat mendukung pencapaian organisasi, maka secara otomatis segala tugas yang dibebankan kepadanya akan dilaksanakan sebaik-baiknya. Kompetensi *knowledge*, *skill* dan *attitude* cenderung lebih nyata (*visible*) dan relatif berada di permukaan (ujung) sebagai karakteristik yang dimiliki manusia, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kompetensi adalah kemampuan dan kemauan untuk melakukan sebuah tugas dengan kinerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.1.3 **Pelayanan**

2.1.3.1 **Pengertian Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah sebuah keharusan yang harus dijaga dan ditingkatkan bila sebuah perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan dunia bisnis (Chandra, 2015: 961). Bukan hanya karena konsumen adalah raja namun saat ini konsumen sudah semakin cerdas dalam menentukan pilihan produk atau jasa mana yang akan dibeli. Kualitas pelayanan dapat menjadi tolak ukur bagaimana suatu perusahaan tetap menjadi unggul dalam menyediakan fasilitas pelayanan yang baik bagi para pelanggannya secara konsisten.

Menurut (Gulla, Oroh, & Roring, 2015: 1315) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Moha & Loindong, 2016: 577).

Kualitas pelayanan menurut (Minarsih, 2015: 116) merupakan perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa *transfer*. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina loyalitas pelanggan dan membina hubungan pelanggan dengan sukses. Ini berarti kualitas jasa (*service quality*) merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi.

Menurut (Fathoni, 2016: 3) pelayanan adalah kegiatan-kegiatan yang tidak jelas, namun menyediakan kepuasan konsumen atau pemakai industri serta tidak terikat pada penjualan suatu produk atau pelayanan lainnya sedangkan menurut (Mirna, Bode Lumanauw, & Irvan Trang, 2014: 591) mendefinisikan kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang

dilakukan oleh perusahaan yang harus terus dijaga dan ditingkatkan untuk memenuhi keinginan dan harapan kepuasan pelanggan.

2.1.3.2 **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan atau jasa menurut (Tokan, Tumbel, & Roring, 2016: 113) terdiri dari:

1. **Kehandalan**

Kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.

2. **Daya tanggap**

Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

3. **Jaminan**

Pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.

4. **Empati**

Kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

5. **Benda berwujud**

Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan bahan komunikasi.

2.1.3.3 **Indikator Pelayanan**

Menurut (Zulfikar, 2015: 13-14) terdapat lima indikator pokok untuk mengukur pelayanan pokok tersebut antara lain:

1. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan.

2. *Responsiveness* (daya tanggap)

Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

3. *Assurance* (jaminan)

Dimensi ini meliputi suatu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam melayani konsumen.

4. *Emphaty* (empati)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

5. *Tangibles* (bukti langsung)

Meliputi penampilan fisik dan perlengkapan.

2.1.4 **Kepuasan Pelanggan**

2.1.4.1 **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini lebih atau

kurang (Budi Harijanto, 2014: 44). Berdasarkan pendapat (Gultom, 2014: 3) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

Kepuasan pelanggan (Lisnasari, 2016: 34) adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Diasari, 2016: 4).

Menurut (Fathoni, 2016: 7) kepuasan konsumen adalah keadaan emosional atau reaksi setelah menerima penyerahan jasa, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Menurut (Mirna et al., 2014: 589) kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk sesuai ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.

Menurut (Gulla et al., 2015: 1314) kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian sedangkan menurut (Tokan et al., 2016: 303) kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seorang tentang kinerja (hasil) produk anggapannya dalam kaitannya dengan ekspektasi.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipikirkan terhadap hasil kepada pelanggan.

2.1.4.2 **Komponen dalam Kepuasan Pelanggan**

Komponen dalam kepuasan menurut (Bambang, 2016: 19-20) mengatakan bahwa ada banyak definisi kepuasan konsumen, namun tetap mengacu kepada tiga komponen umum yang dapat mengidentifikasi kepuasan pelanggan, yakni:

a. Respon tipe dan intensitas

Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari yang sangat puas dan menyukai produk tersebut sampai sikap yang apatis terhadap suatu produk.

b. Fokus

Fokus pada performansi objek disesuaikan dengan beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

c. Waktu respon

Respon terjadi pada waktu tertentu setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, sebagai

tambahannya durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

2.1.4.3 **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Bambang, 2016: 18-19) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada empat, yaitu:

a. **Kualitas produk**

Pelanggan akan puas apabila produk yang digunakan kualitasnya bagus.

b. **Harga**

Pelanggan sangat sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

c. *Service quality*

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *service equal*.

d. **Biaya dan kemudahan**

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

e. *Emotional factor*

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional *value* yang diberikan oleh brand dari produk.

Menurut (Diasari, 2016: 5) mengungkapkan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan yaitu:

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila setelah mengkonsumsi produk tersebut terbukti berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang berkualitas serta sesuai dengan harapan konsumen.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, rasa bangga tadi akan membuat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi anggapan masyarakat (sosial) karena konsumen menggunakan produk tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- e. Biaya dan kemudahan, yaitu konsumen akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan dari produk tertentu.

2.1.4.4 **Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Zulfikar, 2015: 25) ada beberapa indikator dalam kepuasan pelanggan diantara lain:

1. *Before-sales satistication*

Kepuasan pelanggan terhadap proses pencarian informasi, proses berbelanja dan ketersediaan alternatif.

2. *Product and price satisfication*

Kepuasan terhadap kinerja produk, dikaitkan dengan harganya.

3. *After-sales satisfication*

Kepuasan terhadap layanan dan pengalaman pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa.

4. *Marketplace struccture/performance satisfication*

Kepuasan pelanggan terhadap sistem kinerjanya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian (Moha & Loindong, 2016) mengenai analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota manado menggunakan metode penelitian asosiatif dengan alat analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian (Indianto & Khasanah, 2015) penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Ocean Auto Wheels di Semarang dengan menggunakan alat analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian (Purnomo, 2016) mengenai pengaruh motivasi dan kompetensi terhadap kepuasan kerja dan dampaknya pada kinerja karyawan Politeknik LP3I Bandung dengan menggunakan alat analisis teknik *Cluster Sampling Proposional Random Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari motivasi dan kompetensi terhadap kepuasan kerja yang kemudian berdampak terhadap kinerja karyawan Politeknik LP3I Bandung.

Penelitian (Gulla et al., 2015) mengenai analisis harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado Grace Inn dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian (Sharma, 2014) mengenai *A Service Quality Model Applied on Indian Hotel Industry to Measure the Level of Customer Satisfication* dengan menggunakan alat analisis dasar rata-rata aritmetik. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan hotel pemerintah kualitasnya lebih baik dari hotel swasta. Secara keseluruhan Kesenjangan kualitas pelayanan di Hotel Pemerintah adalah -0.167 dan hotel swasta -0.288.

Penelitian (Dhurup & Surujlal, 2014) mengenai *customer perceptions of online banking service quality and its relationship with customer and loyalty*

dengan menggunakan alat analisis korelasi dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan adanya bukti bahwa tujuh dimensi layanan berbasis teknologi kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa pengukuran periodik tingkat kualitas layanan perbankan *online* harus menjadi bagian intergrasional dari upaya dan strategi bank dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian (Bolang, 2015) mengenai peran pelayanan *teller* dan *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado dengan menggunakan alat analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik dan sangat baik melalui keramahan, cara berbicara dan kesiapan pada *teller* dan *customer service* untuk melayani nasabah sehingga menciptakan suasana yang nyaman dalam proses transaksi di bank BRI Unit Karombasan.

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai variabel fasilitas, kompetensi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan:

Tabel 2.1 Peneliti terdahulu

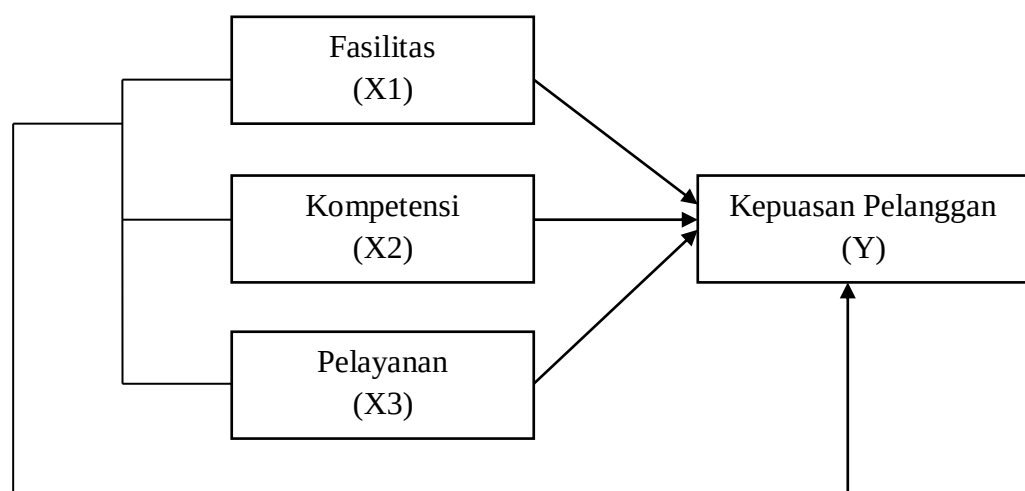
No	Nama (tahun)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian terdahulu
1	(Moha & Loindong, 2016)	Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Mandado	Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2	(Indianto & Khasanah, 2015)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel “Ocean Auto Wheels” di Semarang	Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	(Purnomo, 2016)	Pengaruh Motivasi dan Kompetensi terhadap Kepuasan Kerja dan Dampaknya pada Kinerja Karyawan Politeknik LP3I Bandung	Teknik <i>Cluster Sampling Proposional Random Sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari motivasi dan kompetensi terhadap kepuasan kerja yang kemudian berdampak terhadap kinerja karyawan Politeknik LP3I Bandung.
4	(Gulla et al., 2015)	Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5	(Sharma, 2014)	<i>A Service Quality Model Applied on Indian Hotel Industry to</i>	Dasar Rata-Rata Aritmetik	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan hotel pemerintah kualitasnya lebih baik dari hotel swasta. Secara

		<i>Measure the Level of Customer Satisfaction</i>		keseluruhan Kesenjangan kualitas pelayanan di Hotel Pemerintah adalah -0.167 dan hotel swasta -0.288.
6	(Dhurup & Surujlal, 2014)	<i>Customer Perceptions of Online Banking Service Quality and Its Relationship with Customer and Loyalty</i>	Analisis Korelasi dan Analisis Regresi	Hasil penelitian menunjukkan adanya bukti bahwa tujuh dimensi layanan berbasis teknologi kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa pengukuran periodik tingkat kualitas layanan perbankan online harus menjadi bagian integral dari upaya dan strategi bank dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
7	(Bolang, 2015)	Peran Pelayanan <i>Teller</i> dan <i>Customer Service</i> terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik dan sangat baik melalui keramahan, cara berbicara dan kesiapan pada <i>teller</i> dan <i>customer service</i> untuk melayani nasabah sehingga menciptakan suasana yang nyaman dalam proses transaksi di bank BRI Unit Karombasan.

Sumber: (Moha & Loindong, 2016), (Indianto & Khasanah, 2015), (Purnomo, 2016), (Gulla et al., 2015), (Sharma, 2014), (Dhurup & Surujlal, 2014), (Bolang, 2015)

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Fasilitas (X1), Kompetensi (X2) dan Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Ada pun kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara suatu penelitian yang perlu dibuktikan kebenarannya (Dewi, 2016: 3). Hipotesis ilmiah adalah ketika mencoba untuk mengungkapkan jawaban untuk masalah yang diselidiki. Hipotesis ini dikonfirmasi ketika semua gejala yang tidak bertentangan dengan hipotesis. Dalam upaya untuk membuktikan hipotesis, peneliti dapat dengan sengaja menyebabkan atau membuat gejala. Musyawarah ini disebut percobaan atau eksperimen. Hipotesis yang telah diverifikasi disebut teori.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. H1 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.
2. H2 : Kompetensi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.
3. H3 : Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes Consulindo Indonesia.
4. H4 : Fasilitas, kompetensi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fes consulindo Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian atau sering disebut instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau yang digunakan untuk mengumpulkan data (Afrizal, 2016: 134). Desain penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian asosiatif. Menurut (Moha & Loindong, 2016: 578) penelitian pendekatan asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, memprediksikan dan mengontrol suatu gejala. Pada penelitian ini terdapat empat variabel penelitian yang berhubungan, yaitu variabel X_1 (Fasilitas), X_2 (Kompetensi), X_3 (Pelayanan) dan Variabel Y (Kepuasan pelanggan).

3.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian (Achmadi, 2016: 118). Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, antara lain variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

3.2.1 Variabel Bebas (Independence Variable)

Variabel bebas atau *Independence variable* adalah kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi (Achmadi, 2016: 119). Variabel bebas menurut (Iriana, 2017: 67) adalah himpunan sejumlah gejala yang memiliki pula berbagai aspek atau unsur, yang berfungsi mempengaruhi atau menentukan munculnya variabel lain yang disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

3.2.1.1 Fasilitas (X_1)

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan kerja untuk memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan. Pada dasarnya banyak indikator yang mempengaruhi fasilitas menurut (Putranto, 2016: 11) diantaranya:

1. Pertimbangan

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain yang dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran

sirkulasi dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

3. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan atau perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan.

4. Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks dan mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

6. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir dan tempat konsultasi.

3.2.1.2 **Kompetensi (X₂)**

Kompetensi adalah pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam suatu pekerjaan. Untuk indikator variabel kompetensi menurut (Ningsih, 2008: 10) mengungkapkan bahwa ada tiga komponen utama indikator pembentukan kompetensi yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan (*Knowledge*)

Informasi yang dimiliki seseorang karyawan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai bidang yang digelutinya (tertentu), misalnya bahasa komputer. Pengetahuan karyawan turut menentukan berhasil tidaknya pelaksanaan tugas yang dibebankan kepadanya, karyawan yang mempunyai pengetahuan yang cukup meningkatkan efisiensi perusahaan.

2. Keterampilan (*Skill*)

Suatu upaya untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada seseorang karyawan dengan baik dan maksimal, misalnya seorang programmer komputer. Disamping pengetahuan dan kemampuan karyawan, hal yang paling perlu diperhatikan adalah sikap perilaku karyawan.

3. Sikap (*Attitude*)

Pola tingkah laku seseorang karyawan di dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan peraturan perusahaan. Apabila karyawan mempunyai sifat mendukung pencapaian organisasi, maka

secara otomatis segala tugas yang dibebankan kepadanya akan dilaksanakan sebaik-baiknya. Kompetensi *knowledge*, *skill*, dan *attitude* cenderung lebih nyata (*visible*) dan relatif berada di permukaan (ujung) sebagai karakteristik yang dimiliki manusia. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kompetensi adalah kemampuan dan kemauan untuk melakukan sebuah tugas dengan kinerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

3.2.1.3 **Pelayanan (X₃)**

Pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan yang harus terus dijaga dan ditingkatkan untuk memenuhi keinginan dan harapan kepuasan pelanggan. Adanya indikator pelayanan menurut (Zulfikar, 2015: 13-14) terdapat lima indikator pokok untuk mengukur pelayanan pokok tersebut antara lain:

4. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan.

5. *Responsiveness* (daya tanggap)

Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

6. *Assurance* (jaminan)

Dimensi ini meliputi suatu pengetahuan dan keterampilan yang memiliki petugas dalam melayani konsumen.

7. *Emphaty* (empati)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

8. *Tangibles* (bukti langsung)

Meliputi penampilan fisik dan perlengkapan.

3.2.2 **Variabel Terikat atau Variabel Tergantung (*Dependent Variabel*)**

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian mengintroduksi, pengubah atau mengganti variabel bebas (Achmadi, 2016: 119). Variabel terikat menurut (Iriana, 2017: 69-70) adalah himpunan sejumlah gejala yang memiliki pula sejumlah aspek atau unsur di dalamnya yang berfungsi menerima atau menyesuaikan diri dengan kondisi variabel lain, yang disebut variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* adalah kepuasan pelanggan (Y).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipikirkan terhadap hasil kepada pelanggan. Menurut (Zulfikar, 2015: 25) ada beberapa indikator dalam kepuasan pelanggan diantara lain:

9. *Before-sales satistication*

Kepuasan pelanggan terhadap proses pencarian informasi, proses berbelanja dan ketersediaan alternatif.

10. *Product and price satisfaction*

Kepuasan terhadap kinerja produk, dikaitkan dengan harganya.

11. *After-sales satisfaction*

Kepuasan terhadap layanan dan pengalaman pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa.

12. *Marketplace structure/performance satisfaction*

Kepuasan pelanggan terhadap sistem kerjanya.

3.3 **Populasi dan Sampel Penelitian**

3.3.1 **Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 80). Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna jasa PT Fes Consulindo Indonesia baik karyawan dalam perusahaan ataupun wajib pajak pribadi yang secara keseluruhan berjumlah 120 orang.

3.3.2 **Sample Penelitian**

Menurut (Sukestiyarno, 2014: 142) sampel adalah bagian dari populasi yang sengaja dipilih secara representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian adalah teknik pengambilan sampel total (*total sampling*) atau biasa disebut dengan sampel jenuh. Sampel jenuh yaitu penentuan

sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015: 85) penggunaan ini berlaku jika anggota populasi relatif kecil (mudah dijangkau). Jadi sampel dalam penelitian ini menggunakan semua populasi menjadi sampel yaitu sebanyak 120 responden.

3.4 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu mendapatkan data secara langsung dari lapangan dengan menggunakan metode pembagian kuesioner untuk mengetahui tanggapan mengenai pengaruh fasilitas, kompetensi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia. Data primer menurut (Himawati, 2017: 18) adalah data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara.

3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara survei, cara observasi, dan cara dokumentasi (Sanusi, 2013: 158). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuesioner atau angket. Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti (Achmadi, 2016: 76). Kuesioner berisi pertanyaan mengenai data responden, data penelitian pengaruh fasilitas, kompetensi dan pelayanan terhadap pelanggan PT Fes Consulindo Indonesia.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2013: 92). Skala *likert* lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Dalam penelitian ini untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat di beri skor misalnya:

- | | | |
|------------------------|---|---|
| 1. Sangat setuju | = | 5 |
| 2. Setuju | = | 4 |
| 3. Ragu-ragu | = | 3 |
| 4. Tidak setuju | = | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | = | 1 |

3.6 Metode Analisis Data

Menurut (Sanusi, 2013: 178) Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Data yang berhasil dikumpul akan diproses dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 23 untuk menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun beberapa pengujian yang akan di lakukan untuk mengetahui penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Himawati, 2017: 88). Pada bagian ini akan dibahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden tersebut, selanjutnya akan diperoleh sebuah kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel.

Teknik analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan skor komponen variabel penelitian dan kemudian mengambil suatu kesimpulan. Cara menghitung skor dalam tiap komponen adalah dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobotnya.

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

Rumus 3.1 Rumus Skala

Sumber: (Umar, 2008: 163-164)

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

3.6.2 Uji Validatis Data

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2013: 117). Menurut (Sanusi, 2013b: 120) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat mempresentasikan atau mengukur apa yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen yang ditetapkan. Rumus yang digunakan adalah:

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

Rumus 3. 2 *Pearson Product Moment*

Sumber: (Sanusi, 2013: 198)

Keterangan:

- r = Angka korelasi
- X = Skor *item*
- Y = Skor total dari x
- N = Jumlah banyaknya subjek (sampel)

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05, perhitungan validitas alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21 *for windows*. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka *item-item* pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total *item* tersebut, maka *item* dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka *item-item* pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total *item* tersebut, maka *item* dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.1Tingkat Validitias

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: 53)

3.6.3 Uji Reliabilitas Data

Menurut (Sanusi, 2013b: 178) reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya.

Suatu alat pengukur dikatakan *reliable* bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang *reliable* secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama (Nasution, 2016).

Uji reliabilitas yang digunakan merupakan tes uraian, maka rumus untuk menghitung reliabilitas soal menggunakan *Conbrach Alppha* yaitu:

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

Rumus 3.3 Uji Realibilitas

Sumber: (Zulkifli, Suwarno, & Yuliani, 2016)

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum \sigma b^2$ = Varians skor tiap item pertanyaan.

$\sigma^2 t$ = Varians total.

k = Jumlah *item* pertanyaan

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah parameter yang dihasilkan bersifat *BLUE* (*best linier unbiased estimation*), artinya koefisien regresi pada persamaan tersebut tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang berarti (Azwar, 2016: 10). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji multikolinearitas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

3.6.4.1 Multikolinearitas

Menurut (Sari, 2016: 16) multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara

variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* sama dengan nilai VIF tinggi karena $VIF = 1/tolerance$. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikorelasi adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

3.6.4.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak (Putranto, 2016: 34). Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitasnya adalah:

1. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas suatu model dikatakan memiliki *problem* heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi > nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

3.6.5 Uji Hipotesis

Menurut Sanusi (Sanusi, 2013: 189) uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian.

3.6.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sanusi, 2013: 190) regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sanusi, 2013: 190)

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X₁ = Fasilitas

X₂ = Kompetensi

X₃ = Pelayanan

e = Variabel pengganggu

3.6.5.2 Analisis Determinasi (R²)

Koefisien determinasi sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r². R juga hampir serupa dengan r, tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana). R² menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: X_i; i= 1,2,3,4,...,k) secara Bersama-sama. Sementara r² mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variabel total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X)(Sanusi, 2013: 213).

Rumus mencari Koefisien Determinasi (KD) secara umum adalah sebagai

berikut :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST} \quad \text{Rumus 3.5 Uji } R^2$$

Sumber: (Sarwono, 2017: 177)

Keterangan:

SSR = nilai *sum of square* dari model regresi

SST = nilai *sum of square* total

Berikut diberikan contoh penerapan koefisien determinasi dengan menggunakan dua variabel independen, maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{(n - 1)}{(n - k)} \quad \text{Rumus 3.6 Uji } R^2$$

Sumber:(Sarwono, 2017: 177)

Keterangan:

R^2 = Koefiseien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel

3.6.5.3 Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F)

Menurut Sanusi (Sanusi, 2013: 138) Uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai F_{hitung} . Nilai F_{hitung} berhubungan erat dengan

nilai koefisien determinasi (R^2) maka pada saat melakukan uji F , sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi (R^2). Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata bukan terjadi karena kebetulan. Dengan kata lain, berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara serempak (bersama-sama), dijawab oleh koefisien determinasi (R^2), sedangkan signifikan atau tidak yang sekian persen itu, dijawab oleh uji F .

Jika $F_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 diterima

$F_{hitung} < t_{tabel}$; maka H_0 ditolak (Sanusi, 2013: 138)

3.6.5.4 Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Menurut (Sanusi, 2013: 138) Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikansi tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian adalah nilai t_{hitung} .

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 diterima

$t_{hitung} < t_{tabel}$; maka H_0 ditolak (Sanusi, 2013: 138)

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian di PT Fes Consulindo Indonesia yang berlokasi di Batam. Perusahaan ini bergerak dibidang konsultan pajak. Rencana penelitian akan dilakukan pada bulan 14 September 2017 s/d 14 Januari 2018.

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke/ Bulan													
	2017-2018													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Sep	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Nov	Des	Des	Des	Jan	Jan	Jan	Jan
Perancang														
Studi Pustaka														

3.7.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini disesuaikan dengan jadwal dengan mengumpulkan data dari bulan September 2017 sampai dengan bulan Januari 2018.

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

Penentuan model Penelitian														
Penyusunan Kuesioner														
Penyerahan Kuesioner														
Analisis Hasil Kuesioner														
Kesimpulan														

Sumber: Panduan Skripsi Universitas Putera Batam