

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MOTOR HONDA CAPELLA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Yuli Kesuma Astuti Siregar
160910455**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MOTOR HONDA CAPELLA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Yuli Kesuma Astutu Siregar
160910455**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuli Kesuma Astuti Siregar
NPM : 160910455
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDACAPELLA BATAM

adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan Skripsi 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, 25 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Yuli Kesuma Astuti Siregar
160910455

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MOTOR HONDA CAPELLA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

Yuli Kesuma Astuti Siregar

160910455

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

Batam, 25 Januari 2021

syaifullah

Syaifullah S.E.,M.M.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perkembangan bisnis dewasa ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Kondisi tersebut menyebabkan para pelaku bisnis semakin dituntut untuk memiliki strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Salah satu perkembangan yang semakin ketat adalah perkembangan bisnis terutama bisnis di bagian pasar sepeda motor. Persaingan saat ini sangat ketat, apalagi di Kota Batam sebagai kawasan industri dan perdagangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsume PT Capella Batam Center, baik secara parsial maupun simultan. Dimana variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang datangke PT Capella Batam Center dengan jumlah 187 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan metode analisis linear berganda dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner (angket). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis linier berganda koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji f. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini diketahui dari hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan adalah $2,509 > t_{tabel} 1,683$, nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ dan untuk variabel fasilitas adalah $4,020 > 1,683$, nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H_1 diterima) dan variabel fasilitas secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H_2 diterima). Hasil uji F dimana $f_{hitung} 147,713 > f_{tabel} 3,02$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H_3 diterima).

Kata Kunci: Fasilitas; Kualitas pelayanan; Kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Today's business development is characterized by various kinds of competition in all fields. This condition causes business people to be increasingly required to have the right strategy in meeting sales volume targets. One of the increasingly stringent developments is the development of business, especially in the motorcycle market. Competition is currently very tight, especially in Batam City as an industrial and trade area. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and facilities on consumer satisfaction of PT Capella Batam Center, either partially or simultaneously. Where the independent variables, namely the quality of service and facilities affect customer satisfaction as the dependent variable. The sample used is consumers who come to PT Capella Batam Center with a total of 187 respondents. The sampling method uses multiple linear analysis methods and the data collection technique uses a questionnaire (questionnaire). This type of research is quantitative research. Quantitative analysis includes validity, reliability, classic assumption tests, multiple linear analysis tests, the coefficient of determination (R^2), t test and f test. The research data was processed using SPSS version 25 software. The results of this study are known from the results of the t test for the service quality variable is $2.509 > t$ table 1.683 , the significance value is $0.000 < 0.05$ and for the facility variable is $4.020 > 1.683$, the significance value is $0.000 < 0.05$. Based on the research results, it can be concluded that the service quality variable partially has a positive and significant effect on customer satisfaction ($H1$ is accepted) and the facility variable partially has a positive and significant effect on customer satisfaction ($H2$ is accepted). The results of the F test where $f_{count} 147.713 > f_{table} 3.02$ and a significant value of $0.000 < 0.05$ from these results it can be concluded that the variable quality of service and facilities simultaneously has a positive and significant effect on customer satisfaction ($H3$ accepted).

Keywords: *Service Quality; Facilities; Consumer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Terimakasih Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Administrasi Negara Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda.S.Kom.,M.Si selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Hendri Herman,S.E.,M.Si.,selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Univesita Putera Batam.
3. Ibu Mauli, S.Kom.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Bapak Syaifullah, S.E.,M.M. Selaku pembimbing yang selalu meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan motivasi untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Universitas Putera Batam
6. Bapak/Ibu penguji yang bersedia menjadi penguji serta memberikan saran dan kritik yang bermanfaat bagi penulis
7. Kepada Bapak Abdi Maulana sebagai *Sales Office Head* Pt Capella Batam Centre serta seluruh staff Pt Capella Batam Centre yang telah memberikan izin penelitian dan turut membantu dalam penelitian ini.
8. Narasumber penulis dalam melakukan penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Kepada orang tua penulis banggakan Pardamean Siregar dan Ernida Rambe, atas doa yang diberikan dan menjadi penyemangat selama menyelesaikan studi, serta saudara saudara yang penulis cintai yang selalu memarahi dan memotivasi,serta dukungan, serta selalu mendoakan agar tidak putus asa dan tetap semangat dalam meraih cita-cita dan tidak lupa seluruh keluarga besar di Madura yang selalu mendukung dan memberikan doa bagi penulis.
10. Kepada Teman-teman seperjuangan Universitas Putera Batam khususnya Manajemen 2016 yang memberikan semangat motivasi, membantu penulis dalam melakukan penelitian ini dan memberikan kenangan indah selama perkuliahan dan bimbingan bersama.

Batam,25 Januari 2021

Penulis



Yuli Kesuma Astuti Siregar



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR RUMUS.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat secara teoritis.....	11
1.6.2 Manfaat Secara Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.3 Unsur Penting Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan.....	14

2.1.2	Fasilitas.....	15
2.1.2.1	Pengertian Fasilitas.....	15
2.1.2.2	Unsur-unsur Fasilitas.....	16
2.1.2.3	Faktor–faktor yang mempengaruhi fasilitas.....	17
2.1.2.4	Indikator–Indikator fasilitas	17
2.1.3	Kepuasan konsumen.....	19
2.1.3.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.3.2	Manfaat Kepuasan konsumen	19
2.1.3.3	Penilaian Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.3.4	Indikator Kepuasan Konsumen	20
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.3.2	Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	28
2.3.3	Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.4	Hipotesis.....	30
	BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1	Desain Penelitian.....	31
3.2	Operasional Variabel.....	32
3.2.1	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	32
3.2.2	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	32
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Dan Alat Pengumpulan Data	35
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	35
3.5	Metode Analisis Data.....	35
3.5.1	Analisis Deskriptif	36
	x	
3.5.2	Uji Validitas Data.....	38

3.5.3	Uji Reliabilitas Data	39
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	40
3.5.4.1	Uji Normalitas	41
3.5.4.2	Uji Multikolinearitas	41
3.5.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	42
3.5.5	Uji Hipotesis.....	42
3.5.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.5.5.2	Uji R^2 (Analisis Determinasi)	44
3.5.5.3	Uji t (uji signifikansi koefisien regresi secara parsial)	44
3.5.5.4	Uji f (Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak)	45
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	45
3.6.1	Lokasi Penelitian	45
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	45
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Profil Responden	47
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	48
4.1.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	48
4.1.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	49
4.1.5	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	50
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Analisis Deskriptif	51
4.2.1.1	Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	51
4.2.1.2	Variabel Fasilitas (X2)	54
4.2.1.3	4.2.1.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	57
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	59
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	59
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	61

4.3	Uji Asumsi Klasik	62
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	62
4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.4	Hasil Uji Pengaruh	66
4.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.4.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (..... 67R2)	
4.5	Hasil Uji Hipotesis	68
4.5.1	Hasil Uji T	68
4.5.2	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	69
4.6	Pembahasan.....	70
4.6.1	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	70
4.6.2	Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.6.3	Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen	72
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	74
	DAFTAR PUSTAKA	76
	LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan Dealer Capella Motor Honda	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Diagram Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	62
Gambar 4.2 Diagram Histogram Normalitas	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fasilitas Dealer Capella Honda Batam Centre	5
Tabel 1.2 Data Jumlah Penjualan VI (enam) Bulan Terakhir mulai dari Januari 2020 sampai dengan Juni 2020 PT Capella Batam	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Skor Penilaian Untuk Pengukuran Jawaban Responden	36
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	38
Tabel 3.4 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	40
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4.1 Responden berdasar jenis kelamin	47
Tabel 4.2 Responden berdasar usia	48
Tabel 4.3 Responden berdasar pendidikan.....	49
Tabel 4.4 Responden berdasar pekerjaan	49
Tabel 4.5 Responden berdasar pendapatan	50
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	51
Tabel 4.7 Responden terhadap kualitas pelayanan.....	52
Tabel 4.8 Responden terhadap fasilitas.....	54
Tabel 4.9 Responden terhadap kepuasan konsumen.	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X ₂).....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.16 Uji Glejser	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Untuk Persamaan Regresi.....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (..... 68R²)	
Tabel 4.19 Hasil Uji t	69
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	70

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	34
Rumus 3.2 Rentang Skala	37
Rumus 3.3 Korelasi Product Moment	39
Rumus 3.4 Conbrach Alpha	40
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	43
Rumus 3.6 Koefisien Determinan	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian.....	76
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	165
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	165

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kompetisi dunia bisnis pada masa globalisasi kini sangat ketat di Indonesia yang serta diiringi bersama naiknya keperluan rakyat pada produk dan jasa yang sungguh dapat guna mencukupi keperluan rakyat tiada menurunkan bobot produk ataupun nilai yang dipunya produk itu.

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat di Indonesia sangat meningkat dan luas serta juga diimbangi berbagai macam saingan yang ada diluar ataupun di dalam Negara Indonesia, terutama bisnis bagian pasar sepeda motor yang saat ini berkembang di seluruh Indonesia. Perkembangan pasar sepeda motor di Indonesia merupakan keuntungan terbesar yang didapatkan pihak perusahaan atas hasil produknya yang dipergunakan oleh masyarakat untuk kebutuhan transportasi. Dengan banyaknya permintaan kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor maka berbagai macam perusahaan memproduksi sepeda motor dalam berbagai bentuk sehingga perusahaan lainnya mengalami persaingan yang sangat ketat dan sulit untuk memprediksiya.

Perusahaan otomotif sepeda motor adalah alat transportasi yang sering digunakan oleh berbagai kalangan untuk berpergian menuju suatu tujuan tempat, baik berada di dalam maupun diuar kota ataupun di tempat terpencil. Statistik perkembangan kendaraan sepeda motor selalu meningkat pertumbuhannya tiap tahunnya, seiringin dengan perkembangan pengguna sepeda motor semakin

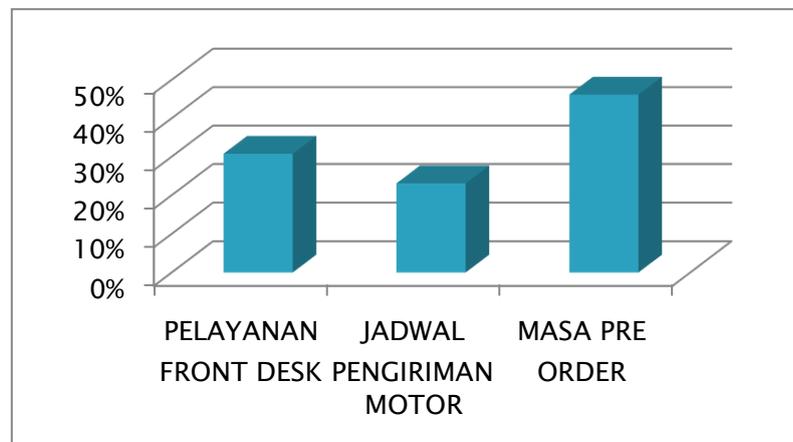
meningkat, maka semakin besar kemungkinan perkembangan industri sepeda motor dan aksesorisnya yang berda didalamnya.

Kualitas pelayanan merupakan selaku usaha guna menciptakanpencukupan keperluan serta kemauan pembeli dan ketepatan guna pengungkapannya untuk mengimbangi cita pembeli. Menurut (Harfika and Abdullah 2017:48) Ada 5 dimensi kualitas pelayanan yakni keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), serta bukti fisik (*tangible*). Ketika kualitas pelayanan yang diberi selaras bersama cita ataupun pandangan pelanggan, hingga perseroan secara tak langsung sudah memberi kepuasan untuk pelanggannya. Perihal itu pastinya amat baik untuk perseroan sebab secara tak langsung keuntungan perseroan hendak naik sebab konsumen yang merasa puas akan layanan yang diberi perseroan. Pelayanan ialah tindakan produsen guna mencukupi keperluan serta kemauan konsumen demi tergapainya kepuasan di konsumen itu sendiri.

Pola konsumsi dan gaya hidup *customer* menuntut perseroan harus dapat memberi layanan yang berkualitas. Maka, kualitas yang baik bukan sesuai pandangan penyediaan jasa, tetapi sesuai pandangan pelanggan. Kualitas pelayanan berpedoman terhadap evaluasi pelanggan tentang inti layanan, yakni pemberi pelayanan itu sendiri ataupun semua organisasi layanan. Tiap perseroan berupaya memberi layanan yang terbaik dengan fasilitas yang mencukupi untuk konsumennya supaya mereka merasa puas pada jasa yang mereka rasakan serta mereka ingin jadi pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyaikaitan yang erat bersama kepuasan pelanggan guna menjalin ikatan korelasi yang kuat bersama perseroan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan PT Capella

Batam kurang kondusif yang dimana ruangan pelayanan yang kurang bersih, pelayanan dalam pengiriman pesanan konsumen yang selalu terlambat atau tidak tepat waktu, serta permintaan konsumen untuk produk baru pihak perusahaan selalu mengulurkan waktu yang lebih lama. Dari beberapa hal yang telah terjadi tentang kualitas pelayanan yang diberi PT Capella Batam pada konsumen dapat mengakibatkan kerugian dalam perusahaan tersebut yang di sebabkan kekecewaan yang di alami para pelanggan atau konsumen. Pelayanan merupakan aktivitas yang jelas menyiapkan kepuasan konsumen dan atau pemakai industridan terikat di penjualan sebuah produk ataupun layanan lain (Agus and Ilhamsyah 2018 : 26). Adapun masalah yang terdapat di Capella Batam Centre ataupun kecenderungan masalah yang sering terjadi diantaranya yaitu berhubungan bersama kualitas pelayananserta Fasilitas. Untuk kualitas pelayanan, saya melakukan wawancara pada pertengahan Oktober pada 20 konsumen, dan hasilnya 13 konsumen mengeluh tentang kualitas pelayanan yang mampuditinjau di grafikberikut;

Gambar 1.1 Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan Dealer Capella Motor Honda



Sumber: Peneliti(2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 31% konsumen mengeluh dikarenakan karyawan di bagian *frontdesk* kurang *responsif* terhadap *customer*. Berikutnya 23% konsumen kecewa dengan lambatnya jadwal pengiriman motor, untuk pengantaran motor kerumah konsumen kadang tak selaras bersama jadwal yang sudah ditetapkan. Selain itu juga keluhan konsumen yang paling dominan sebanyak 46% adalah masa pre order yang lama. Waktu tunggu ketersediaan motor honda terbaru harus menunggu sekitar satu bulan sejak purchase order untuk ketersediaan motor terbaru .

Dari penjelasan diatas juga harus bergerak cepat untuk menyelesaikan berbagai hambatan demi kemajuan perusahaan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih strategis dan mahir untuk membujuk, memberi inovasi yang berkualitas serta jaminan yang sesuai dengan faktanya. Bukan hanya kualitas yang perlu disatu arahkan diperhatikan melainkan ditambah dengan fasilitas yang ada dalam Perusahaan PT Capella Batam untuk mendukung kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan kepada pelanggan lama dan pelanggan yang baru masuk.

Fasilitas merupakan segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan pelanggan yang disiapkan atau disediakan oleh perusahaan. Yang dimana perusahaan menyediakan seperti meja, kursi, kipas angin di setiap ruangan, parkir, kantin, ruang konsultan dan lain-lain. Fasilitas perusahaan sangat pendukung bagi sebuah perusahaan sehingga para pengunjung tidak merasakan kewanalan atau kekhawatiran untuk mengunjungi tempat perusahaan tersebut. Fasilitas ialah segalanya baik benda ataupun jasa yang mengiringi layanan yang diberi perseroan baik perseroan jasa, dagang ataupun perseroan industri (Sismiyati, 2017) . Fasilitas yang disediakan di Dealer Capella mampu ditinjau di tabel berikut;

Tabel 1.1Fasilitas Dealer Capella Honda Batam Centre

No	Fasilitas	Keterangan
1	Tempat Parkir	Tempat Parkir sempit
2	Kipas Angin	Jumlah kipas Angin yang dipasang hanya 2 unit
3	Ruangan display, <i>Office</i> , ruang konsultasi dan ruang tunggu service	Tatanan Ruangan yang kurang rapi sehingga membuat ruangan nampak sempit
4	<i>WIFI</i>	Jaringan <i>Wifi</i> lambat

Sumber : Capella Honda Batam Centre (2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masalah fasilitas diantaranya, yaitu parkir dikarenakan parkirannya kurang luas membuat customer parkir di depan ruko lain di samping *dealer*. Seterusnya kipas angin yang hanya terpasang dua unit sehingga membuat udara diruangan menjadi gerah memicu konsumen tidak betah menunggu lama lama di dealer tersebut. Kemudian ruangan yang terlalu sempit membuat ruangan display motor menyatu dengan ruang office dan ruang konsultasi, serta ruang tunggu service. Setelah itu juga wifi yang lambat sehingga

customer tidak dapat menggunakannya. Maka dari situ perusahaan Capella Batam meninjau ulang tata fasilitas yang baik agar nilai pandangan konsumen terhadap perusahaan baik dan juga berpengaruh dengan kepuasan konsumen yang diharapkan sebuah perusahaan. Dan juga fasilitas perusahaan di sertai dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sangat berpengaruh terhadap kepuasankonsumen.

Kepuasan konsumen ialah sebuah perihal yang amat bernilai untuk perseroan. Sebab saat konsumen merasa telah puas baik pada produk maupun jasa yang di berikan padanya dampak yang timbul yakni mampu mewujudkan loyalitas untuk perseroan, menciptakan citra perseroan baik dimata konsumen. Apabila ketidakpuasan konsumen maka akan terjadi konsumen tersebut berpindah merek atau langganan yang mempengaruhi kinerja perusahaan berdampak buruk atau kurang baik. Kepuasan konsumen tak hadir secara *instant*, hingga dibutuhkan kerjasama perseroan otomotif bersamapihak yang terkait bersama industri otomotif sepada motor misalnya Agen Tunggal Motor Honda Capella Batam serta lainnya guna mewujudkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas yang disediakan secara praktis.

Kepuasan ialah perasaan suka ataupun kecewa individu yang muncul sebab membandingkan performa yang dipandangbersama produk pada cita pelanggan. Kepuasan Pelanggan tergolong jadi 2 yakni kepuasan fungsional, yang ialah kepuasan yang didapat dari kegunaan ataupun penggunaansebuah produk, lalu kepuasan psikologikal, yang ialah kepuasan yang didapat dari atribut yang sifatnya tak berwujud. Kepuasan pelanggan ialah perihal yang

mampumemberikan berlimpah kegunaan spesifik untuk perseroan, kegunaan yang diperoleh yakniefek positif pada loyalitas pelanggan, potensi sumber penghasilan masa mendatang utamanya untuk pembelian ulang, meminimalisir biaya komunikasi pemasaran, serta penjualan, dan pelayanan pelanggan, menumbuhkansaran positif *word of mouth* dan mampu menaikkan jaringan pemasok, mitra bisnis serta saluran distribusi. Atas menurunnya kepuasan konsumen sangat berakibat bagi perusahaan, maka terjadi penurunan penjualan sehingga perusahaan mengalami resiko yang sangat besar. Satu diantara perihal yang buuth difokuskan perseroan guna menggapai kepuasan konsumen ialahbersama menyadari utamanya kualitas pelayanan untuk konsumen (Nadianingrum, 2020).

Berikut beberapa data penjualan yang tertera dalam perusahaan PT Capella Batam.

Tabel 1.2Data Jumlah Penjualan VI (enam) Bulan Terakhir mulai dari Januari 2020 sampai dengan Juni 2020 PT Capella Batam

Bulan	Jumlah Penjualan
January	88
February	74
March	74
April	26
May	32
June	55

Sumber: PT Capella Batam

Berdasarkan tabel 1.2 diatas tentang jumlah penjualan yang didapatkan oleh PT Capella Batam dari Januari hingga Juni tahun 2020 mengalami penurunan

yang sangat drastis diawali Januari 2020 dengan jumlah 88 penjualan hingga April 2020 dengan jumlah penjualan 26. Sehingga perusahaan PT Capella Batam mengalami masalah yang sangat besar karena jumlah penjualan yang didapatkan sangat menurun ditambah dengan adanya saingan dari berbagai kalangan yang sama yang membuat PT Capella Batam mengalami hambatan untuk menjalankan misi perusahaan. Pada bulan Mei 2020 jumlah penjualan sedikit meningkat dengan jumlah 32 penjualan dan pada bulan Juni 2020 ikut juga meningkat sedikit dengan jumlah 55 penjualan. Maka dari sini perusahaan PT Capella Batam harus koreksi kesalahan dalam pemberian kualitas pelayanan yang membuat para konsumen tidak merasakan berbagai macam hambatan atau kendala yang dialami PT Capella Batam agar penjualan yang diharapkan oleh perusahaan bisa semaksimal mungkin.

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui signifikan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas pada kepuasan konsumen karena dari hasil penelitian sebelumnya yang masih saling berbeda. Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang di atas, hingga peneliti terdorong guna melaksanakan studi berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Capella Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang yang diuraikan diatas maka mampu diidentifikasi bahwa adanya persoalan yang ada di studi ini antara lain:

1. Pelayanan karyawan yang kurang nyaman dan tak responsif
2. Jadwal pengiriman motor tidak sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, waktu tunggu ketersediaan motor honda terbaru harus menunggu selama satu bulan sejak *purchasing order*.
3. Parkiran yang tersedia terlalu sempit, Kipas angin yang terpasang diruangan hanya tersedia dua kipas angin Kurangnya mutu fasilitas yang diberikan perusahaan.
4. Ruangan display motor menyatu dengan ruang office dan ruang konsultasi, dan jaringan.
5. Kepuasan konsumen yang menurun yang mengakibatkan hasil penjualan ikut menurun.

1.3 Batasan Masalah

Batas masalah yang dimaksud untuk memudahkan guna penuntasan persoalan. Cakupan studi ini butuh dibatasi supaya mampu lebih terarah serta mudah dimengertiselaras bersama tujuan studi, maka ruang lingkup penelitian hanya menganalisis:

1. Variabel yang diteliti di batasi pada Kualitas Pelayanan X1 dan Fasilitas X2, yang merupaka variabel independen. Sedangkan Kepuasan Konsumen Y yang meupakan Variabel dependen.

2. Objek penelitian adalah perusahaan PT Capella Batam yang berada di Batam Center Komplek Mahkota Niaga Blok C no 1-3 Batam Kota.
3. Periode Penelitian ini mulai dari bulan Januari 2020 sampai Juni 2020 yang berpusat pada departemen pemasaran dan konsultan.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang, identifikasi persoalan serta pembatas persoalan hingga penulis dapat menemukan persoalan ini antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Capella Batam?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Capella Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Capella Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian tujuan persoalan ini dilaksanakan guna mengetahui ataupun menjabarkan perumusan persoalan yakni :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Batam.
3. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap Kepuasan konsumen pada PT Capella Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam studi dicitakan mampu memberi manfaat studi guna seluruh bidang yang berkaitan bersama objek studi yakni:

1.6.1 Manfaat secara teoritis

Capaian dari studi ini dicitakan mampu jadiacuan ataupun rekomendasi untuk perkembangan ilmu manajemen serta menambah kajian ilmu manajemen utamanya guna mengetahui Pengaruh Kualitas serta Fasilitas terhadap Kepuasan pelanggan pada PT Capella Batam ataupun guna perseroan lainnya.

1.6.2 Manfaat Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Manfaat dari studi ini untuk peneliti dapat menambah wawasan mengetahui bagaimana kualitas pelayanan serta Fasilitas mempengaruhi Kepuasan dalam memilih jasa ataupun untuk kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang ditelitinya.

2. Bagi Pembaca

Capaian dari studi ini dicitakan mampu memberi pertimbangan guna pihak yang mau membeli sebuah bidang jasa pelayanan, utamanyaditahapan menentukan prosedurpenetapan keputusan yang baik serta tepat.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan hendak menentukan apakah penyampaian layanan yang dirasakan dapat memenuhi, melampaui atau tidak berhasil memenuhi harapan konsumen (Pasharibu, Paramita, & Febrianto, 2018)

Kualitas pelayanan adalah cara penyampaian jasa yang akan melebihi harapan dari pelanggan. Kualitas pelayanan ialah seberapa jauh perbedaan antara faktaserta cita konsumen terhadap layanan yang mereka dapat (Atmanegara 2019 : 78-89).

Kualitas layanan ialah keadaan yang dinamis yang berhubungan dengan layanan, produk, orang, proses serta lingkungan yang dapat mencukupi ataupun melampaui harapan konsumen (Laura 2016: 158).

Berdasarkan defenisi tentang kualitas pelayanan yang tetera diatas mampu dikonklusikan kualitas pelayanan ialah sebuah proses evaluasi persepsi seseorang tentang bagaimana membandingkan kesempurnaan kinerja pelayanan dengan harapan dan sifat dinamis.

2.1.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Guna mewujudkan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan dan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu

memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan. Enam prinsip pokok tersebut meliputi:

1. Kepemimpinan

Strategis kualitas pelayanan perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Suatu personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas, meliputi strategis bisnis, alat dan teknik implementasi strategis kualitas dan peranan esekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategis harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan untuk mencapai visinya.

4. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi.

5. Komunikasi

Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan *stake holder* perusahaan lainnya seperti pemasok, pemegang saham dan masyarakat umum lainnya.

6. Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas pelayanan.

Prinsip-prinsip kualitas pelayanan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat enam prinsip yang harus dimiliki oleh perusahaan penyelenggaraan jasa dalam usaha untuk menciptakan suatu lingkungan yang kondusif.

2.1.1.3 Unsur Penting Kualitas Pelayanan

Ada beberapa unsur penting yang dapat dilakukan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik (Rokhman 2016) yaitu:

1. Layanan yang cepat, kualitas layanan akan dapat terwujud jika mampu memberikan layanan yang cepat dan responsive terhadap konsumen.
2. Ketepatan, disamping ketepatan waktu pelayanan maka ketepatan mesti dapat dilakukan karena hal ini berkaitan dengan terwujudnya harapan konsumen.
3. Keramahan, keramahan ini terkait dengan sikap karyawan dalam menangani konsumen. Karyawan yang sopan, ramah, dan rapi akan memberikan kepuasan pada konsumen.
4. Kenyamanan, hal ini berkaitan dengan keamanan, dari tempat dan fasilitas yang diberikan pada konsumen.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan harus mengukurnya agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan konsumennya. Untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator (Masrifani, Budiati, and Maulida 2017 : 103) yaitu :

1. Bukti Langsung (*tangibles*) yaitu penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan melaksanakan pelayanan yang disajikan secara meyakinkan dan akurat.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati (*empathy*) yaitu kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal (Iskandarsyah and Utami 2017 : 132) . Menurut (Hartini 2017 : 408) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Menurut (Saputra, 2018) Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk barang-barang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik . fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Kusuma, Suroija, and Supaya 2018 : 38).

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Moha and Loindong 2016 : 577) . Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas

Berdasarkan pemahaman diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan perlengkapan-perlekapan phisik yang dimiliki perusahaan untuk menunjang kebutuhan konsumen serta dapat meningkatkan daya tarik dari penyedia jasa tersebut.

2.1.2.2 Unsur-unsur Fasilitas

Menurut (Saputra 2018 : 76) unsur – unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas sebagai berikut:

Pertimbangan yaitu aspek- aspek seerti perbandingan, tekstur warna serta lainnya dipertimbangkan, dipadukan serta diperluas guna memancing emosional si pelaku ataupun yang melihat.

Perencanaan ruang yakni meliputi rancangan interior serta arsitektur, misalnya penentuan perlengkapan di ruangan dan desain aliran sirkulasi.

Perlengkapan yakni berguna selaku rekomendasi perlindungan barang berharga selaku pajangan serta selaku tanda penyambutan untuk pelanggan.

Tata cahaya yakni yang dibutuhkan di ruangan dan keadaan yang dikehendaki.

Warna yakni yang dipakai guna menaikkan efisiensi, memunculkan kesan rileks, dan menurunkan taraf kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior fasilitas perludikaitkan bersama efek emosional dari warna yang

tetapan. Perishability yakni jasa ialah komoditas tak tahan lama serta tak mampu disimpan.

2.1.2.3 Faktor–faktor yang mempengaruhi fasilitas

Menurut (Suyitno, 2018:136) faktor-faktor yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain ,yaitu:

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
3. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
4. Kelengkapan alat yang digunakan

2.1.2.4 Indikator–Indikator fasilitas

Adapun Indikator – indikator guna mengukur fasilitas menurut (Munawir, 2018) ialah sebagai berikut:

1. Perencanaan ruang

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

2. Perencanaan spasial

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

3. Perlengkapan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi

penggunaan barang para pelanggan. Yang di maksud dengan perlengkapan dalam pelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain. 4.

4. Tata Cahaya dan warna

Tata cahaya yang di maksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai aktifitas yang di lakukan dalam ruangan serta suasana yang di inginkan. Warna dapat di manfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang di gunakan untuk interior fasilitas jas perlu di kaitkan dengan efek emosional dari warna yang di pilih.

5. Pesan yang di sampaikan secara grafis.

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemelihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemelihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk mksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, atau papan informasi (yang di tempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

6. Unsur pendukung.

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: toilet, tempat parkir, tempet makan dan minum, mendengarkan musik, internet area yang luas yang selalu di perhatikan tingkat keamananya. Pelayanan dapat di gambarkan sebagai tindakan atau perilaku seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tidak dapat di pungkiri bahwa hampir semua produk yang di

perlukan dan dihasilkan itu semua memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang di tujukan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung.

2.1.3 Kepuasan konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah perbandingan antara persepsi konsumen terhadap produk atau jasa dalam kaitannya dengan harapan mereka masing-masing Menurut (Harfika and Abdullah 2017 : 46).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja produk jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan Menurut (Marliana 2017 : 50).

Kepuasan konsumen yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan- haapannya Menurut (Febriana 2016 : 152).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan puas yang didapatkan oleh konsumen setelah menggunakan barang atau jasa, dikarenakan terwujudnya keselarasan antara apa yang di butuhkan dan diinginkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen tersebut meskipun harus melakukan usaha dan pengorbanan.

2.1.3.2 Manfaat Kepuasan konsumen

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat menurut (Adib, 2018) Yaitu:

- 1) Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.

- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- 4) Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan.
- 5) Laba yang diperoleh meningkat.

2.1.3.3 Penilaian Kepuasan Konsumen

Penilaian kepuasan konsumen mempunyai tiga bentuk (Ahror 2017 :

5), yaitu:

- a) *Positivedisconfirmation*, dimana kinerja lebih baik dari harapan.
- b) *Simpleconfirmation*, dimana kinerja sama dengan harapan.
- c) *Negativedisconfirmation*, dimana kinerja lebih buruk dari harapan.

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menurut (Nadianingrum 2020 :534) adalah :

- 1) Kinerja yaitu bila kemampuan memenuhi keinginan, konsumen akan puas.
- 2) Harga ialah ketika perusahaan meninggikan kepuasan konsumen dengan mengurangi harga atau meningkatkan layanan, laba bias jadi turun.
- 3) Ekspektasi adalah harapan yang bermula dari pengetahuan pembelian sebelumnya, saran dari kerabat dan kolega, dan keterangan dan komitmen dari pemasar.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Netty Laura (2016) yang berjudul *The Effect Of Trust And Service Quality Toward Patient Satisfaction With Customer Value As Intervening Variable*, ditemukan metode dalam penelitian ini yaitu teknik purposive sampling

dan analisis data menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0 dan capaian penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang berdampak ke kepuasan pelanggan secara positif namun tak secara signifikan berdampak ke kepuasan pelanggan, kepercayaan yang berdampak ke kepuasan pelanggan secara negatif namun secara signifikan berdampak ke nilai pelanggan, kualitas layanan yang berdampak ke kepuasan pelanggan secara positif serta signifikan, kualitas layanan yang berdampak nilai pelanggan secara positif serta signifikan, nilai pelanggan yang berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan, intervensi nilai pelanggan di kepercayaan pada kepuasan pelanggan yang berdampak negatif serta signifikan, serta intervensi nilai pelanggan di kualitas layanan pada kepuasan pelanggan yang berpengaruh positif namun tak signifikan (Laura, 2016).

Riset Wahibur Rokhman (2016) bertitel Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus, dalam riset ini menggunakan teknik purposive sampling dan olah data dilaksanakan memakai *software* SPSS 18.00. Capaian riset ini memperlihatkan angsuran serta kualitas pelayanan dampak positif signifikan pada kepuasan nasabah pembiayaan. Sedangkan biaya pinjaman tak berdampak pada kepuasan nasabah pembiayaan (Rokhman, 2016: 326).

Penelitian Harun Al Rasyid (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek, dalam penelitian ini memakai teknik purposive sampling dan olah data dilaksanakan memakai *software* Structural Equation Model (SEM)

menggunakan AMOS versi 19.00. Capaian riset ini memperlihatkan kualitas layanan serta pemanfaatan teknologi informasi dijumpai berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan. Diciptakan pula kepuasan pelanggan berdampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan. Kemudian dari capaian riset akhir pula ada dampak yang signifikan di hubungan kausal kualitas layanan serta pemanfaatan teknologi informasi pada loyalitas lewat kepuasan pelanggan. Selain kualitas layanan diperolehnya pula dampak positif terhadap pemanfaatan teknologi informasi pada kepuasan serta loyalitas pelanggan (Rasyid, 2017).

Penelitian Zulfikri Charis Darmawan (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah, dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* data diolah menggunakan metode regresi sederhana. Capaian riset ini memperlihatkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan pada Kepuasan Nasabah (Darmawan & Ridlwan, 2018).

Penelitian Mutmainnah (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah, dalam penelitian ini menganalisis data menggunakan pemodelan persamaan structural, dan olah data dilaksanakan memakai bantuan perangkat lunak SEM. Capaian riset ini menunjukkan kualitas layanan serta citra perusahaan berdampak positif serta signifikan baik pada kepuasan ataupun loyalitas nasabah tabungan. Sedangkan kepuasan ternyata tak berdampak pada loyalitas nasabah (Mutmainnah, 2017).

Penelitian Teresia Purnomo Salim (2018) yang berjudul *Effect Of The Service Quality On Tutoring Customer's Word Of Mouth And Satisfaction In Malang City*, ditemukan metode di riset ini guna mengolah data memakai teknik purposive sampling dan teknik analisis data memakai Parsial Least Square (PLS). Capaian riset ini memperlihatkan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan serta mempengaruhi dari mulut ke mulut pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan tidak terbukti memediasi pengaruh kualitas layanan dari mulut ke mulut karena kepuasan pelanggan tak mempunyaidampak signifikan pada dari mulut ke mulut (Salim, 2018: 522).

Penelitian Irma Nur Hudda (2017) yang berjudul *The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta*, ditemukan metode dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dan teknik analisis menggunakan analisis jalur. Capaian riset ini menunjukkan fasilitas, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan berdampak signifikan pada loyalitas pelanggan secara simultan atau parsial. Selain itu, variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Nurchahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017).

Penelitian Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad (2018) yang berjudul *Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa*, ditemukan metode di riset memakai teknik analisis data deskriptif dan uji regresi linier berganda dan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Capaian riset ini memperlihatkan fasilitas memilikidampakpada kepuasan pengunjung serta pelayanan tak memiliki dampak pada kepuasan pengunjung,

sementara capaian secara simultan fasilitas serta pelayanan memiliki dampak yang positif serta signifikan pada kepuasan pengunjung (Arianto & Muhammad, 2018).

Penelitian Yenny Maya Dora (2017) yang berjudul *Analysis Effect of Service Quality, Educational Facilities, and Method of Learning, Student Satisfaction and Loyalty to Students - Studies in the University of Widyatama Bandung*, ditemukan di riset ini menggunakan metode survei dan data dianalisis menggunakan perangkat lunak SEM memakai AMOS. Capaian riset ini memperlihatkan terdapat dampak yang signifikan serta positif kualitas layanan pada kepuasan, kemudian terdapat dampak yang signifikan serta positif fasilitas pendidikan pada kepuasan, dan ada pengaruh yang signifikan dan positif metode pembelajaran pada kepuasan, serta terdapat dampak yang signifikan serta positif terhadap kepuasan pada loyalitas (Dora, 2017).

Riset Syaiful Aswad (2018) bertitel *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center*, ditemukan metode dalam riset ini yaitu teknik non probability sampling dan analisis teknis menggunakan analisis regresi linier berganda. Capaian riset ini memperlihatkan harga berdampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen serta kualitas pelayanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan konsumen lalu harga serta kualitas pelayanan berdampak secara simultan pada kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center (Aswad, 2018: 84).

Penelitian Nuridin, SE. MM (2018) yang berjudul *Effect of Service Quality and Quality of Products to Customer loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable in PT. Nano Coating Indonesia*, ditemukan metode di riset ini memakai teknik sampel jenuh (sensus) dan di riset ini data diolah memakai software SPSS ver.22.0. Capaian riset ini memperlihatkan kualitas layanan berpengaruh langsung positif serta tak signifikan pada loyalitas pelanggan PT. Nano Coating Indonesia dan kualitas produk mempunyai dampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan PT. Nano Coating Indonesia. Kualitas layanan serta kualitas produk secara tidak langsung mempunyai dampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan lewat kepuasan pelanggan PT. Nano Coating Indonesia (Nuridin, 2018).

Riset Tamara Adriana Kusuma (2018) *Analysis The Influence Of Document Service Quality, Facility, And The Use Of Acceptance Online Module Technology Toward Service User Satisfaction (Case Study At Kppbc Tmp-A Semarang)*, ditemukan metode di studi ini teknik analisis regresi linier berganda. Capaian studi ini memperlihatkan kualitas layanan dokumen, fasilitas, serta penggunaan teknologi penerimaan modul online secara parsial berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pengguna jasa di KPPBC TMP-A Semarang. Berdasarkan adjusted R², pengaruh 75,1% dalam kepuasan pengguna jasa di KPPBC TMP-A Semarang dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dokumen, fasilitas, dan penggunaan teknologi penerimaan modul online, sedang selebihnya 24,9% dijabarkan variabel lainnya di luar model (Kusuma, 2018: 33).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Netty Laura (2016) DOAJ	<i>The Effect Of Trust And Service Quality Toward Patient Satisfaction With Customer Value As Intervening Variable</i>	Regresi linear berganda	Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.	Wahibur Rokhman (2016) ISSN :2502-3993	Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus	Regresi linear berganda	Variabel kualitas pelayanan pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan
3.	Harun Al Rasyid (2017) Sinta	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek	Regresi linear berganda	Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan Gojek
4.	Zulfikri Charis Darmawan (2018) Sinta	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	Regresi linear berganda	Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
5.	Mutmainnah (2017) ISSN 2442 – 9732	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah	Regresi linear berganda	kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah tabungan
6.	Teresia Purnomo Salim (2018) Doaj	<i>Effect Of The Service Quality On Tutoring Customer's Word Of Mouth And Satisfaction In Malang City</i>	Regresi linear berganda	kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan mempengaruhi

				dari mulut ke mulut pelanggan
7.	Irma Nur Hudda (2017) ISSN: 2476-9053	<i>The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta</i>	Regresi linear berganda	variabel fasilitas dan kualitas layanan berdampak signifikan pada variabel kepuasan pelanggan
8.	Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad (2018) Google scholar	Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa	Regresi linear berganda	secara simultan fasilitas dan pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung
9.	Yenny Maya Dora (2017) Internasional	<i>Analysis Effect of Service Quality, Educational Facilities, and Method of Learning, Student Satisfaction and Loyalty to Students - Studies in the University of Widyatama Bandung</i>	Regresi linear berganda	pengaruh yang signifikan dan positif kualitas layanan terhadap kepuasan, kemudian ada pengaruh yang signifikan dan positif fasilitas pendidikan terhadap kepuasan
10.	Syaiful Aswad (2018) Goole Scholar	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	Regresi linear berganda	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
11.	Nuridin, SE. MM (2018) Internasional	<i>Effect of Service Quality and Quality of Products to Customer loyalty with</i>	Regresi linear berganda	Kualitas layanan dan kualitas produk secara tidak

		<i>Customer Satisfaction as Intervening Variable in PT. Nano Coating Indonesia</i>		langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan lewat kepuasan pelanggan PT. Nano Coating Indonesia
12.	Tamara Adriana Kusuma (2018) ISSN: 2467-8790	<i>Analysis The Influence Of Document Service Quality, Facility, And The Use Of Acceptance Online Module Technology Toward Service User Satisfaction (Case Study At Kppbc Tmp-A Semarang)</i>	Regresi linear berganda	kualitas layanan dokumen, fasilitas, dan penggunaan teknologi penerimaan modul online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa di KPPBC TMP-A Semarang

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran studi mendeskripsikan korelasi dari *independent variable*, perihal ini yakni Kualitas Pelayanan sebagai (X1), Fasilitas sebagai (X2) pada *dependent variable* Kepuasan Konsumen sebagai (Y).

2.3.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Baik buruknya kualitas pelayanan yang ditentukan oleh sebagaimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi yang dirasakan oleh konsumen. Dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen. Dari uraian ini di peroleh hipotesis sebagai berikut:

H1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.3.2 Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas disediakan untuk di pergunakan dan dinikmati oleh para konsumen selama menggunakan jasa pelayanan sehingga membuat para konsumen puas dan nyaman diberlakukan oleh perusahaan. Semakin baik fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dan sebaliknya semakin buruk fasilitas yang di berikan oleh perusahaan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen. Dari uraian ini di peroleh hipotesisi sebagai berikut:

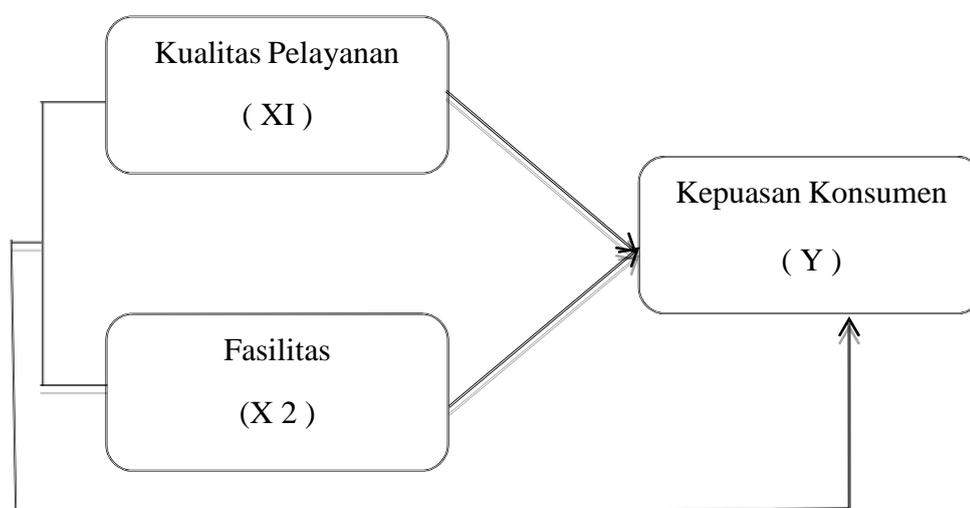
H2 = Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

2.3.3 Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan dan fasilitas akan selalu berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Dari uraian ini di peroleh hipotesisi sebagai berikut:

H3 = Kualitas pelayanan dan fasilitas bersamaan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.

Adapun kerangka konseptual ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

2.4 Hipotesis

Dari rumusan masalah dapat dilihat, tinjauan pustaka serta landasan teori terhadap penelitian terdahulu , maka hipotesis yang diangkat di studi ini , yaitu:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

H2: Fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen

H3: Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen



Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ialah pedoman ataupun langkah dan teknik di penyusunan studi yang bermaksud guna menciptakan strategi yang menciptakan model studi. Menurut (Moleong, 2014:71).

Desain studi yang dipakai dalam studi ini yakni desain penelitian kuantitatif kausalitas. Desain penelitian kuantitatif kausalitas, desain studi yang dirancang guna meneliti kemungkinan terdapatnya korelasi sebab akibat antara variabel menurut (Sanusi, 2011:14). Prosedur penelitian di penelitian kausalitas antara lain :

- 1) Menentukan persoalan studi.
- 2) Merancang maksud studi secara spesifik
- 3) Merancang hipotesis studi
- 4) Mengklasifikasi serta mendefinisikan (secara konseptual serta operasional) variabel studi
- 5) Merancang alat studi bersama berpedomani variabel yang telah dimaknai sekaligus melaksanakan uji validitas serta reabilitas instrument
- 6) Menetapkan metode pengumpulan data
- 7) Melaksanakan uji hipotesis

- 8) Menarik konklusi sesuai capaian analisis atas pengujian hipotesis, sekaligus melaksanakan verifikasi atas teori yang melatarbelakangi studi yang dimaksud.

Desain studi ini didesain untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas pada kepuasan konsumen pada Motor Honda Capella Batam Centre.

3.2 Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) ialah variabel yang dipengaruhi ataupun yang jadi akibat sebab terdapatnya *independent variable* (Sugiyono, 2012:59). Pada studi ini *dependent variable* ialah kepuasan konsumen (Y). Kepuasan konsumen (Y) ialah capaian kerja secara kualitas pelayanan serta fasilitas yang digapaiperusahaan guna melakukan kewajibannyaselaras tanggung jawab yang diberi. Parameter kepuasan konsumen adalah kinerja, harga dan ekspektasi.

3.2.2 Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas (*Independent Variable*) ialah variabel yang mempengaruhi ataupun yang jadi alasan transformasinya ataupun muncul *dependent variable* (Sugiyono, 2012:59). Kualitas pelayanan (X1) adalah cara penyampaian jasa yang akan melebihi harapan dari pelanggan. Parameter kualitas pelayanan yakni bukti langsung, keandalan, kemampuan tangkap dan jaminan serta empati. Fasilitas (X2) yakni segalanya yang sengaja disiapkan penyedia jasa guna digunakan dinikmati oleh konsumen yang bermaksud memberitaraf kepuasan yang maksimal.

Indikator fasilitas yaitu perencanaan ruang, perencanaan spesial, perlengkapan serta tata cahaya dan warna.

Berpedomen dipersoalan yang diteliti serta maksud dari penelitian ini, hingga data yang diperluas ialah data mengenai faktor yang mempengaruhi, di studi ini yang termasuk dalam *independent variable* adalah kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah kewajiban bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan mendapatkan kepercayaan konsumen untuk memenuhi harapan konsumen (Jumawan 2018: 389-390).	Bukti langsung Keandalan Daya tanggap Jaminan Empati	Likert
2	Fasilitas (X2)	Fasilitas ialah segalanya yang sengaja disediakan penyedia jasa guna digunakan dinikmati oleh konsumen yang bermaksud guna taraf kepuasan yang maksimal (Iskandarsyah and Utami 2017 : 132)	Perencanaan ruangan Perencanaan spesial Perlengkapan Tata cahaya dan Warna	Likert
3	Kepuasan Konsumen (Y)	kepuasan konsumen ialah taraf perasaan yakni individu menganggap pencapaian perbandingan performa produk jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan (Marliana 2017 : 50)	Kinerja Harga Ekspektasi	Likert

Sumber: (Jumawan 2018: 389-390), (Iskandarsyah and Utami 2017 : 132), (Marliana 2017 : 50).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah daerah generalisasi yang mencakup objek &subyek penelitian yang memiliki bobotserta ciri tertentu yang ditentukan peneliti guna didalami serta laludibuat konklusinya(Sugiyono, 2012). Populasi di studi ini adalah konsumen pada Capella Honda Batam Centre. Sesuai data yang didapat dari manajemen jumlah konsumen pada Capella Honda Batam Centre adalah 349 orang. Data populasi ini diambil pada bulan januari 2020 - juni tahun 2020.

3.3.2 Sampel

Sampel ialah bagian dari total serta ciri yang dipunya populasi itu(Sugiyono, 2012). Teknik Pengambilan sampel pada studi ini ialah *Probability Sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2012:84) *Probability Sampling* ialah suatu teknik pengambilan sampel dimana semua elemen mempunyai peluang gunaditentukan jadi sampel. Metode pemilihan sampel memakai Simple random sampling yakni pengambilan anggota sampel dari populasi dilaksanakan secara acak tanpa memfokuskan strata yang terdapat di populasi studi.

Berdasarkan pedoman diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dapat dihitung memakai rumus slovin.

Berdasarkan pedoman diatas, sampel yang dimanfaatkan pada riset dapat dihitung melalui rumus slovin:

Rumus 3.1Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah element atau anggota sampel
- N = jumlah element atau anggota populasi
- e = error element (tingkatkesalahan)

Pengkalkulasiannya ialah:

$$\begin{aligned}n &= \frac{349}{1 + 349(0.05)^2} \\ &= 186,63 \text{ (di bulatkan menjadi 187)}\end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel pada riset sejumlah 187 responden.

3.4 Teknik Dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang peneliti perlukan sehingga dianggap relevan bersama persoalan yang peneliti teliti, hingga peneliti memakai teknik pengumpulan data angket atau kuesioner.

Angket juga di kenal sebagai kuesioner yang menjadi penunjang guna menghimpun informasi berhubunganbersama respon ataupunanggapan konsumen PT Capella Batam. Menurut (Sugiyono, 2018:142) menjabarkan kuesioner ialah teknik penghimpunan data yang dilaksanakanbersama cara memberi seperangkat pernyataan ataupun pernyataan tertulis pada responden guna di jawab.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang dipakai di studi ini ialah wujud kuesioner. Kuesioner tersebut disebarakan kepada responden dan langsung dikumpulkan kembali setelah responden selesai mengisi semua kuesioner, kemudian proses selanjutnya di olah menggunakan SPSS 25.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data ialah kegiatan menggolongkan data sesuai variabel dan macam responden, metode analisis yang hendak dipakai guna mendapatpenjelasan mengenai besarnya *independent variable* pada perubahan *dependent variable* ialah memakai metode regresi berganda.

Sebelum melakukan analisis data, hingga butuhdilaksanakan tahapan pengolahan data yakni :

- 1) **Editing** ialah proses memeriksa kembali data yang sudah terhimpung guna mengetahui apa data yang terhimpun cukup baik serta mampu mempermudah proses pemberian kode dalam teknik statistik.
- 2) **Coding** ialah aktivitas pemberian tanda berwujud angka di jawaban serta kuesioner guna lalu di kelompokkan di kategori yang sepadan, maksudnya ialah menyederhanakan jawaban.
- 3) **Scoring** yakni mengubah data yang sifatnya kualitatif ke wujud kuantitatif. Pada penelitian ini digunakan skala likert bersama 5 (lima) kategori penelitian, yaitu :

Tabel 3.2 Skor Penilaian Untuk Pengukuran Jawaban Responden

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

- 4) **Tabulating** adalah proses menyajikan data yang didapat di tabel, hingga dengan harapan pembaca mampu meninjau pencapaian studi dengan jelas. Selepas proses tabulating tuntas dilaksanakan, lalu dilakukan pengolahan data menggunakan SPSS 25.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah data statistik yang dipakai guna mengkaji data bersama menafsirkan ataupun mendeskripsikan data yang dikumpulkan, karena mereka tidak dimaksudkan untuk membuat kesimpulan umum atau umum

Menurut Sanusi (2017:125). Statistik ini mampu dipakai jika peneliti cuma mau menggambarkan data sampel serta mau menarik konklusi tentang populasi yang cocok guna mengumpulkan sampel.

Pada studi ini, analisis data dipakai sesuai deskripsi capaian jawaban kuesioner yang dibagikan padakonsumen PT Capella Batam, hasilnya akan diproses menggunakan statistik deskriptif untuk mengekstraksi data dari responden. Adapun rumus untuk menghitung rentang skala ialah:

$$R_s = \frac{N(M-1)}{M}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber:(Umar, 2011:164)

Dimana:

n = total sampel

m = total alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

Dalam mendapatkan rentang skala, sebelumnya menentukan *minimum score* dan *maximum score*. Jumlah sampel yaitu 187 responden dan berbagai *alternative* jawaban bernilai 5. Ditinjau dari formula rentang skala ini, dapat dinilai rentang skala setiap bobotyaitu:

$$RS = \frac{187(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{187(4)}{5}$$

$$RS = 149,6$$

Perolehan kalkulasi nilai rentang skala yaitu 149,6, sehingga nilai tersebut dibulatkan menjadi 150. Oleh karena itu hasil yangdidapatkankemudian dijabarkanantara lain, yaitu:

Tabel 3.3 Rentang Skala

No	Pertanyaan	Skort Positif
1	187-296	Sangat Tidak Setuju
2	269-445	Tidak Setuju
3	445-549	Kurang Setuju
4	549-698	Setuju
5	698-847	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti 2020

3.5.2 Uji Validitas Data

Uji validitas dimaksudkan guna melihat sejauh mana instrument pengukur yang digunakan dapat mengukur apa yang ingin diukur, dari pengujian tersebut mampu dilihat item pertanyaan yang diajukan di kousioner mampu dipakai guna mengukur kondisi responden yang sesungguhnya serta mampu menyempurnakan kuesioner (Wibowo, 2012: 35).

Dalam membuktikan uji valid dan tidaknya item dari kuesioner mampu dilaksanakan bersama meninjau jumlah koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Analisis ini dilaksanakan dengan menghubungkan skor dari tiap item bersama jumlah skor. Nilai total semua item memiliki skor total item. Item yang mempunyai korelasi signifikan bersama skor total mampu dimaknai item itu mempunyai makna serta memberi dukungan gunamengungkap apa yang mau diteliti peneliti (Wibowo, 2012: 35-36).

Berdasarkan angka koefisien korelasi product moment mampu didapat bersama rumus yakni:

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

Rumus 3.3 Korelasi Product Moment

Keterangan:

Sumber: (Wibowo, 2012: 35-36)

r_{xy} = Koefesien dari korelasi

i = Skor item

x = Skor total dari x

n = Jumlah dari banyaknya subjek

Untuk memuktikan pengujiannya bisa memakai pengujian dua sisi ditingkat signifikansi 0,05. Untuk diterima atau tidaknya sebuah data ataupun data tersebut dapat dikatakan valid atau tidak kriterianya yakni(Wibowo, 2012: 37)

Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, hingga item pertanyaan tersebut dinyatakan mempunyai hubungan yang signifikan, maka item itu dianggap valid,

Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, hingga item pertanyaan tersebut dinyatakan tak mempunyai hubungan yang signifikan, maka item itu dianggap tak valid.

3.5.3 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah guna memperlihatkan sejauh mana capaian pengukuran relatif konsisten jika pengukuran diulangi 2 kali ataupun lebih. Fungsi dari uji reliabilitas guna melihat dan mengukur taraf konsistensi alat ukur. Guna menemukan jumlah angka reliabilitas memakai metode *Conbrach Alpha*(Wibowo, 2012: 52) dengan rumus:

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

Rumus 3.4 Conbrach Alpha
Sumber: Wibowo (2012:52)

Keterangan:

r_{11} = Reabilitas instrumennya

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

$\sigma^2 t$ = Varian totalnya

k = Jumlah butiran pertanyaan

Dalam membuktikan angka pengujian memakai pengujian dua sisi pada taraf signifikan 0.05. Diterima dan tidaknya sebuah data reliabel apabila, nilai $\alpha \geq$ angka kritis *product moment* ataupun angka r tabel. Bisa diketahui memakai angka batas penentuan contohnya 0.6 angka yang dibawah dari 0.6 dinyatakan mempunyai reliabilitasnya kurang sedang angka 0.7 diterima serta angka diatas 0.8 dinyatakan baik (Wibowo, 2012 : 53). Adapun indeks koefisien reliabilitas memiliki kriteria yakni:

Tabel 3.4 Kriteria Indeks Koefisien Reliabelitas

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

Sumber:(Wibowo, 2012 : 53)

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Dalam menguji regresi serta korelasi ialah data wajib mencukupi prinsip BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Suatu model regresi yang mampu memberi angka estimasi ataupun prakiraan linier yang paling baik diperoleh dari

metode kuadrat terkecil yang umum, ataupun *Ordinary Least Square*. Untuk mendapatkan BLUE persyaratan minimal yang wajib terdapat di data itu familiar bersama uji asumsi klasik, adapun ujinya (Wibowo, 2012: 87).

3.5.4.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data bermaksud guna menguji apa di model regresi, *independent variable* mempunyai distribusi normal. Uji normalitas bermaksud guna melihat apa *dependent variable*, *independent* ataupun keduanya berdistribusi normal ataupun tak normal (Wibowo, 2012: 61). Sebuah data yang berdistribusi normal hendak menciptakan sebuah kurva yang jika divisualisasikan hendak berwujud lonceng (*bell shaped curve*). Sebuah data dianggap tak normal apabila mempunyai angka data yang ekstrim, ataupun lazimnya total data amat sedikit.

Uji ini mampu ditinjau di diagram Normal *P-Plot Regression Standarize* yakni keberadaan titik bersumber disekeliling garis. Tetapi guna lebih meyakinkan lagi data sungguh mempunyai distribusi normal diuji memakai uji *Kolmogorov-Smirnov*. Bersama persyaratan kurva angka residual terstandarisasi mempunyai sebaran data normal apabila: (Wibowo, 2012: 72).

Angka Kolmogorv-Smirnov $Z < Z_{\text{tabel}}$;

Angka Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha$

3.5.4.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan guna mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Didalam persamaan regresi tak diperkenankan berlangsung multikolinieritas, artinya tak diperkenankan terdapat hubungan yang sempurna ataupun mendekati sempurna antara *independent variable* yang

menciptakan persamaan itu. Apabila di model persamaan itu berlangsung gejala multikolinearitas itu bermakna sesama *independent variable* berlangsung korelasi. Pendeteksian multikolinearitas mampu dilihat lewat angka Variance Inflation Factors (VIF). Kriteria ujinya yakni jika angka VIF < 10 hingga tak berlangsung multikolinearitas diantara *independent variable*, serta sebaliknya, apabila angka VIF > 10, hingga anggapan model itu memuat multikolinearitas. (Basuki & Prawoto, 2016).

3.5.4.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilaksanakan guna menguji apa di suatu model regresi, berlangsung ketidaksamaan varians residul dari satu observasi ke observasi yang lainnya. Apabila varians serta residual dari satu observasi ke observasi lainnya konstan, hingga dinamai homoskedastisitas. Serta apabila varians itu berbeda, hingga berlangsung heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik ialah tak berlangsung heteroskedastisitas. Serta apabila capaian angka signifikan > angka alpha-nya (0,05), hingga model tak berlangsung heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

3.5.5 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan tentang sebuah perihal yang wajib diuji kebenarannya. Hipotesis mampu ditimbulkan guna memperkirakan sebuah peristiwa tertentu di sebuah wujud permasalahan yang dikaji menggunakan analisis regresi tujuannya mengarahkan peneliti kepada rumusan masalah yang akan dicari jawabannya. Pengujian hipotesis mampu dilaksanakan memakai 2 cara, yakni memakai taraf signifikansi ataupun kesalahan tipe I, jika menggunakan

tingkat signifikansi, penelitian menggunakan 0,05 yang kekeliruan menolak hipotesis saat hipotesisnya ialah benar dan menggunakan taraf kepercayaan lazimnya ialah 95%, ini berarti nilai 95% angka sampel hendak merepresentasikan angka populasinya, yakni sampel itu dipilih(Wibowo, 2012: 123-124).

3.5.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda memiliki pola teknis serta substansi yang sepadan bersama analisis regresi linear sederhana bedannya ada di total *independent variable* yang ialah variabel penjabar totalnya lebih dari 1 yang lalu hendak dikaji selaku variabel yang mempunyai korelasi, dampak, bersama, sertapada variabel yang dijabarkan ataupun *dependent variable*.

Pemakaian model regresi selaku instrument pengujian hendak memberi capaian yang baik apabila di model itu data mempunyai syarat tertentu. Diantara persyaratan itu data yang dipakai memakai tipe data bersekala interval ataupun rasio data mempunyai distribusi normal mencukupi uji asumsi klasik.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Wibowo, 2012: 127)

Dimana:

Y = *independent variable*

a = angka konstanta

b = angka koefisien regresi

x_1 = *independent variable* ke-1

x_2 = *independent variable* ke-2

x_3 = *independent variable* ke-3

X_n = variabel ke n

3.5.5.2 Uji R^2 (Analisis Determinasi)

Analisis Determinasi berguna guna melihat total ataupun presentase dari dampak *independent variable* di model regresi yang bersamaan memberi dampak pada *dependent variable*. Maka koefisien angka yang ditunjukkan sejauh mana model yang tercipta mampu menjabarkan keadaan yang sesungguhnya. Koefisien angka berguna untuk mengukur sumbangan dari variabel X (bebas) pada keragaman variabel Y (terikat) (Wibowo, 2012: 135).

Rumus mencari Koefisien Determinasi secara umum ialah :

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

Rumus 3.6 Koefisien Determinan

Sumber: (Wibowo, 2012 : 136)

Dimana:

R^2 = koefisien determinasi

SSR = Sum of squares regression

SST = Sum of squares Total

3.5.5.3 Uji t (uji signifikansi koefisien regresi secara parsial)

Pengujian signifikansi setiap koefisien regresi dibutuhkan guna menentukan signifikansi tidaknya dampak dari *independent variable*(X) pada *dependent variable*(Y). Pengujian signifikansi secara parsial berguna menguji hipotesis di studi. Angka yang bias dipakai guna pengujian ialah angka t_{hitung} .

Apabila:

$-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ hingga H_0 diterima

$t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ hingga H_0 ditolak

(Sanusi, 2012: 138)

3.5.5.4 Uji f (Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak)

Pengujian model nama lain yang sering disebut guna menguji signifikansi semua koefisien regresi secara bersamaan. Nilai f_{hitung} yang dipakai guna melaksanakan pengujian serempak. Angka f_{hitung} berkaitan erat bersama angka koefisien determinasi (R^2) ketika melaksanakan pengujian f, sebenarnya menguji signifikansi R^2 . Pengujian F memperlihatkan berapa persen *dependent 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:

$F_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

(Sanusi, 2012: 137-138)

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dealer Capella Honda Batam center yang bertempat di Jl. Raja Isa Komplek Mahkota Niaga blok C no 1 – 3 Batam Center, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Jadwal guna melaksanakan studi ini mampu ditinjau di tabel di bawah ini, studi ialah waktu yang dipakai peneliti dari awal ini dijabarkan di tabel:

Tabel 3.5 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan (2020)					
	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Menentukan Judul						
Bimbingan Skripsi						
Perumusan Penelitian						
Studi Kasus						
Metodoogi Penelitian						
Rancangan Koesioner						
Penyebaran koesioner						
Pengumpulan Data						
Penyusunan Laporan Akhir						