

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT TUNAS JASA MANDIRI**

SKRIPSI



**Oleh:
Hendra Gunawan
170910038**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT TUNAS JASA MANDIRI**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Hendra Gunawan
170910038**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Hendra Gunawan
NPM/NIP : 170910038
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TUNAS JASA MANDIRI

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, 29 Januari 2021



Hendra Gunawan
170910038

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT TUNAS JASA MANDIRI**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Hendra Gunawan
170910038**

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

Batam, 29 Januari 2021



**Dr. Realize, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Persaingan yang ketat dan perkembangan bisnis menuntut perusahaan memenuhi apa yang diminati konsumen dengan menyediakan layanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dampak kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah pada PT Tunas Jasa Mandiri baik secara parsial maupun simultan. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh sebanyak 102 responden. Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, serta analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi, dan juga pengujian hipotesis dalam penelitian ini memakai uji T dan uji F. Uji statistik menentukan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan berdistribusi normal, variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas atau heteroskedastisitas. Hasil determinasi 75,4%. Hasil pengujian t mendapatkan *point* kualitas pelayanan sebesar $7,033 > 1,98397$ atau *point* sig t $0,000 < 0,05$ berarti kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan *point* fasilitas $11,029 > 1,98397$ atau *point* sig t $0,000 < 0,05$ berarti fasilitas dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji f mendapatkan *point* $155,924 > 3,09$ serta sig $0,000 < 0,05$ jadi dapat dikonklusikan kualitas pelayanan dan fasilitas secara serentak berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Fasilitas; Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

The intense competition and business development require companies to fulfill what consumer wants by providing quality services and adequate facilities. The research objective was to determine the effect of service quality and facilities in customer satisfaction at PT Tunas Jasa Mandiri, either partially or simultaneously. Data collection was done by distributing questionnaires to respondents, the sampling technique used was saturated sampling of 102 respondents. The data quality tests used in this study are validity and reliability tests, as well as the multiple linear regression analysis and determination coefficient analysis, while the hypothesis testing in this study uses the T tests and the F tests. The statistical tests show that variables of service quality, facilities and customer satisfaction are normally distributed, the independent variable does not occur multicollinearity or heteroscedasticity. The result of determination is 75,4%. T test results get service quality points of $7,033 > 1,98397$ or sig t points $0,000 < 0,05$ means that service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction and facility points $11,029 > 1,98397$ or points sig t $0,000 < 0,05$ means a positive impact and significant to customer satisfaction. The f test results get $155,924 > 3,09$ points and sig $0,000 < 0,05$ so that it can be concluded that service quality and facilities simultaneously have a positive and significant impact on customer satisfaction.

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka 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 Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
5. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
7. Seluruh pimpinan dan karyawan PT Tunas Jasa Mandiri yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian;

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan mereka dan karma baik mereka dapat berbuah tepat pada waktunya, Sadhu.

Batam, 15 Januari 2021



Hendra Gunawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Masalah.....	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Teori Dasar	8
2.1.1. Kualitas Pelayanan	8
2.1.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.1.2. Prinsip Kualitas Pelayanan	9
2.1.1.3. Manfaat Kualitas Pelayanan	10
2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan	10
2.1.2. Fasilitas	11
2.1.2.1. Definisi Fasilitas	11
2.1.2.2. Faktor - Faktor Desain Fasilitas	13
2.1.2.3. Dimensi Fasilitas	13
2.1.2.4. Indikator Fasilitas	14
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3.3. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.3.4. Indikator Kepuasan Pelanggan	17
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.3.2 Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	24

2.3.3	Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.4.	Kerangka Pemikiran	24
2.5.	Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1.	Desain Penelitian.....	27
3.2.	Operasional Variabel.....	27
3.2.1.	Variabel independen.....	28
3.2.1.1.	Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	28
3.2.1.2.	Variabel Fasilitas (X_2)	28
3.2.2.	Variabel Dependen.....	29
3.2.2.1.	Variabel Kepuasan Pelanggan	29
3.3.	Populasi Dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2.	Sampel	31
3.4.	Teknik Dan Alat Pengumpulan Data	32
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data.....	32
3.5.	Metode Analisis Data	33
3.5.1.	Analisis Deskriptif	33
3.5.2.	Uji Kualitas Instrumen	33
3.5.2.1.	Uji Validitas	33
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	35
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	35
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	35
3.5.3.2.	Uji Multikolinieritas	35
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	36
3.5.4.	Uji Pengaruh	36
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	37
3.5.4.3.	Uji T	38
3.5.4.4.	Uji F.....	38
3.6	Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1.	Hasil Penelitian	41
4.1.1.	Profil Responden.....	41
4.1.1.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.1.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.1.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Bangunan yang Ditempati ..	42
4.1.1.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Lama menempati	43
4.1.2.	Analisis Deskriptif	44
4.1.2.1.	Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	44
4.1.2.2.	Persepsi Responden Terhadap Variabel Fasilitas	45

4.1.2.3. Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	46
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data.....	48
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas Instrumen	48
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	50
4.1.4. Hasil Uji Asumsi.....	52
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	52
4.1.4.2. Uji Kolmogorov-Smirnov.....	53
4.1.4.3. Uji Multikolinearitas	54
4.1.4.4. Uji Heteroskedastitas	55
4.1.5. Uji Pengaruh	55
4.1.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.1.5.2. Analisis Determinasi (R^2).....	57
4.1.6. Uji Hipotesis	57
4.1.6.1. Uji Partial (Uji T).....	57
4.1.6.2. Uji Secara Simultan (Uji F)	58
4.2. Pembahasan	59
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
4.2.2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
Lampiran 1. Pendukung Penelitian.....	67
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	109
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan dan Jumlah Keluhan Periode 3 Tahun Terakhir	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional	30
Tabel 3.2 Jumlah Pelanggan	33
Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 3.4 Interpretasi koefisien korelasi nilai r	34
Tabel 3.5 Jadwal penelitian	40
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Bangunan Yang Ditempati	43
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menempati.....	43
Tabel 4.5 Distribusi Penilaian Responden Untuk Variabel Kualitas Pelayanan ..	44
Tabel 4.6 Distribusi Penilaian Responden Untuk Variabel Fasilitas	45
Tabel 4.7 Distribusi Penilaian Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas X ₁ Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas X ₂ Fasilitas	49
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Y ₁ Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas X ₁ Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas X ₂ Fasilitas	51
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas Y ₁ Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>kolmogorov-Smirnov</i>	54
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Multikolinearitas	54
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Regresi	56
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi (R ²)	57
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Partial (uji t)	58
Tabel 4.19 Hasil Uji F	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas (Histogram)	52
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Normalitas (P-Plot).....	53
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Normalitas (Scatterplot).....	55

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Interval Skor.....	34
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan akan investasi menjadi sentral bagi Indonesia guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Negara berkembang seperti yang ada di Indonesia yaitu dengan mendirikan gedung pabrik untuk menjalankan aktivitas industri, Investasi langsung yang dilakukan oleh para investor. *Point* lebih dari tempat pabrik kawasan tunas dibanding dengan tempat pabrik di luar sana meliputi bagai lahan yang bersiap untuk dibangun, garansi mendapatkan hak atas tanah, terbebas dari kerharusan membayar pendirian infrastruktur, dikarenakan pengusaha tempat pabrik telah menyediakan sarana dan prasarana, kenyamanan dan keamanan juga kebersihan kawasan dikarenakan adanya pengelolaan dari pabrik-pabrik area perindustrian.

Kelebihan-kelebihan dari area perindustrian membuat semakin mudahnya bagi para investor menjalankan operasional aktivitas perindustrian sehingga diperlukan asosiasi dari kualitas pelayanan dan fasilitas bagi kepuasan pelanggan yang memiliki signifikansi tinggi yang menimbulkan ketertarikan diantara investor dalam menginvestasikan modal pada are perindustrian tersebut, dengan demikian area perindustrian mampu dijadikan sumber atraksi terhadap aktivitas perinvestasian terutama pada tempat berdirinya area perindustrian.

PT Tunas Jasa Mandiri merupakan anak perusahaan dari PT Tritunas Bangun Perkasa yang mengelola kawasan industri tunas. PT Tunas Jasa Mandiri berdiri pada tahun 2008 yang beralamat di Jl. Raja Isa - Kawasan Industri Tunas Ruko blok 1A No. 10 Batam Centre. perusahaan ini bergerak pada pemberian

layanan atas pengelolaan lingkungan, mencakup merawat sarana di lingkungan industri, aktivitas pembersihan area perindustrian, proses mengangkut limbah kering atau sampah dari para pemakai area perindustrian, tersedianya sumber daya manusia untuk berjaga-jaga mengamankan area perindustrian 1 hari penuh, penerang untuk jalan-jalan yang dilalui pada area perindustrian, juga adanya aktivitas menyampaikan dan menangani masing-masing keluhan pengguna area perindustrian atas perusahaan air bersih, perusahaan telekomunikasi karena adanya gangguan layanan, dan kepada instansi lainnya.

Kepuasan pelanggan dari PT Tunas Jasa Mandiri belum mencapai level yang optimal. Gejala tersebut dapat diketahui pada sejumlah keluhan yang diterima dari sejumlah pelanggan. Untuk mengetahui data perihal jumlah keluhan yang diterima, dilampirkan data seperti dibawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan dan Jumlah Keluhan Periode 3 Tahun Terakhir

No	Tahun	Jumlah Pelanggan	Perbandingan Jumlah pelanggan	Jumlah Keluhan	Perbandingan Jumlah Keluhan
1	2017	155	0	55	0
2	2018	141	14	56	1
3	2019	118	23	58	2

Sumber: Manajemen PT. Tunas Jasa Mandiri (2020)

Pada tabulasi yang dilampirkan, diketahui yakni menurunnya jumlah pelanggan dan kenaikan jumlah keluhan setiap tahunnya pada PT Tunas Jasa Mandiri. Data diatas menunjukkan bahwa adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap jasa atau pelayanan yg diberikan oleh PT Tunas Jasa Mandiri. Pada tahun 2017 terdapat keluhan dari total seluruh pelanggan sebesar 55 keluhan. Selanjutnya pada tahun 2018 jumlah pelanggan mengalami penurunan yang

signifikan sebesar 14 pelanggan menjadi 141 pelanggan dan diikuti kenaikan jumlah keluhan sebesar 1 menjadi 56. Kemudian pada tahun 2019 dapat dilihat bahwa perbandingan jumlah pelanggan dan jumlah keluhan mengalami perubahan yang signifikan yaitu jumlah pelanggan menurun sebesar 23 pelanggan sehingga total pelanggan menjadi 118, bukan hanya jumlah pelanggan berubah tetapi pada jumlah keluhan pun mengalami kenaikan yang cukup banyak yaitu ada 2 keluhan sehingga total keluhan menjadi 58 keluhan dari 118 pelanggan. Total keluhan yang setiap tahunnya terus meningkat menyebabkan jumlah pelanggan semakin menurun dikarenakan keluhan yang para pelanggan lakukan menjadi penyebab utama para pelanggan tidak lagi menggunakan ataupun menyewa jasa yang perusahaan sediakan. Gejala tersebut disebabkan karena para pelanggan merasakan ketidakpuasan dari fasilitas yang disediakan dan juga pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Tingkat kepuasan pelanggan mendapat pengaruh dari beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, fasilitas yang diberikan, citra merek, kualitas produk dan lain-lain. Gejala tersebut terlihat pada penelitian terdahulu yakni hal-hal yang disebutkan memberikan pengaruh atas derajat kepuasan pelanggan sehingga PT Tunas Jasa Mandiri terus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan juga fasilitasnya sehingga fokus yang diambil oleh peneliti adalah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai elemen esensial guna meningkatkan kualitas perusahaan. Sebuah entitas usaha yang memiliki kualitas

baik akan dengan mudah memikat investor-investor guna menanamkan modalnya pada sebuah entitas usaha. Fenomena tersebut dikuatkan oleh hasil penelitian yang berjudul “*The effect of service quality and promotion to customer satisfaction and implication of customer loyalty in vehicle financing company in Jakarta Indonesia*” yang menunjukkan, kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan memiliki signifikansi terhadap kepuasan pelanggan (Rasmansyah, 2017: 22). Penelitian lainnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Horasindo Wisatanusa Medan” menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh positif dan memiliki signifikansi terhadap kepuasan pelanggan apabila dilakukan pengukuran secara parsial juga simultan (Jamaludin et al., 2019: 45).

Kualitas pelayanan pada PT Tunas Jasa Mandiri dinilai kurang memuaskan, karena karyawan PT Tunas Jasa Mandiri lambat dalam merespon keluhan yang diterima dari para pelanggan atau tenant. Meskipun para pelanggan atau tenant sudah berulang kali mengeluh dengan layanan yang dilakukan oleh karyawan PT Tunas Jasa Mandiri.

Selain kualitas pelayanan terdapat variabel lainnya yang memberikan pengaruh atas kepuasan pelanggan, salah satunya adalah fasilitas. Konsumen merasakan kepuasan jika fasilitas yang disediakan menyesuaikan kebutuhan pelanggannya. Hal ini didukung oleh penelitian dari “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bendito Kawasan Megamas Manado” dimana penelitian ini menunjukkan hasil

analisis dari variabel fasilitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Pantilu et al., 2018: 3731).

Permasalahan fasilitas yang masih terjadi di PT. Tunas Jasa Mandiri yaitu, jalanan pada kawasan yang masih banyak berlobang dan juga selokan yang terlalu kecil sehingga dinilai kurang efisien karena pada saat terjadi hujan deras air pada selokan akan keluar dan membanjiri sebagian ruas jalan yang mengakibatkan aktivitas para pelanggan menjadi terhambat.

Oleh karena itu, PT Tunas Jasa Mandiri dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas agar kepuasan pelanggan tercapai. PT Tunas Jasa Mandiri selalu memprioritaskan kualitas dengan memberikan layanan terbaik serta fasilitas-fasilitas yang memadai. Tetapi masih ada pelanggan yang mengeluh pada pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh PT Tunas Jasa Mandiri. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti memiliki ketertarikan menjalani studi kasus yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tunas Jasa Mandiri.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penyusunan proposal pada PT Tunas Jasa Mandiri meliputi:

1. Lambat dalam merespon keluhan yang diterima dari para pelanggan.
2. Jalanan pada kawasan yang masih banyak berlobang
3. Selokan yang terlalu kecil

1.3 Batasan Masalah

Berlandaskan permasalahan yang telah diidentifikasi pada bagian sebelumnya yang terlalu luas, peneliti membatasi permasalahan pada:

1. Variabel Independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2)
2. Variabel Dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)
3. Ruang lingkup penelitian yaitu para pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri

1.4. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang mampu dirumuskan oleh peneliti, adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri?

1.5. Tujuan Masalah

Berlandaskan masalah-masalah yang telah dirumuskan diatas, adapun studi yang dijalankan memiliki tujuan-tujuan berikut, yakni:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri.
2. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Pengamatan dan pengujian yang telah dilakukan peneliti bermanfaat sebagai bahan keilmuan studi manajemen secara spesifik manajemen pemasaran dan juga mampu dijadikan sumber pustaka acuan bagi pihak-pihak yang membaca maupun pihak-pihak yang akan meneliti di kemudian hari serta mengimplementasikan bahan-bahan teoritis untuk dipraktikkan di dunia bisnis nya.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Pengamatan dan pengujian yang telah dilakukan peneliti bermanfaat untuk membantu PT Tunas Jasa Mandiri guna memberikan peningkatan pada kualitas pelayanan dan fasilitas sehingga terpenuhinya kepuasan pelanggan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti bermanfaat untuk menjadi tambahan sumber pustaka acuan lanjutan bagi kampus serta mampu dijadikan preferensi bagi mahasiswa/i Universitas Putera Batam pada proses penyusunan proposal serta sumber bibliografi untuk bidang manajemen pemasaran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai suatu hasil menilai derajat pelayanan yang diterimanya dari sebuah entitas usaha. Masing-masing entitas usaha wajib menunjukkan upaya-upayanya mengasosiasikan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumennya terhadap barang atau layanan yang akan diterimanya dari sebuah entitas usaha (Anggelina & Rastini, 2019: 5307). Kualitas pelayanan menjadi parameter derajat kemampuan sebuah pelayanan mencapai atau bahkan melebihi harapan dari konsumen (Syaiful Aswad et al., 2018: 79). Kualitas pelayanan itu sendiri juga mampu didefinisikan sebagai kadar unggul yang diekspektasikan yang mampu dikendalikan sehingga mampu memberikan pemenuhan kehendak atas konsumen-konsumennya (Dewa, 2018: 2). Kualitas pelayanan mampu dipadankan dengan berbagai usaha untuk melakukan pemenuhan atas kepentingan serta keperluan pelanggan-pelanggannya juga keakurasian menyampaikannya sehingga mencapai keseimbangan dengan ekspektasi konsumen (Rasmansyah, 2017: 22). Kualitas pelayanan ialah seluruh atribut juga individualitas atas sebuah barang atau layanan disertai kapabilitasnya melakukan pemenuhan keperluan yang ditetapkan juga memiliki sifat potensial (Rizky et al., 2019: 56).

Berdasarkan definisi kualitas pelayanan yang telah dipaparkan, mampu disimpulkan, yakni kualitas pelayanan ialah seluruh motif pemberian layanan dari individu maupun kelompok sebagai penyedia jasa yang dilakukan dengan optimal diikuti keunggulan-keunggulan dengan maksud melakukan pemenuhan segala keperluan serta ekspektasi dari para konsumen.

2.1.1.2. Prinsip Kualitas Pelayanan

Adapun prinsip layanan berkualitas sebagai berikut adalah (Berthanila, 2017: 9):

1. Aktivitas menentukan sistem serta prosedural dilakukan terlebih dahulu sebagai awalan dari permulaan proses-proses pemberian layanan.
2. Pemahaman dari seluruh pihak-pihak yang bersinggungan dengan pemberian layanan atas sistem juga prosedural yang telah ditentukan menjadi sangat sentral peranannya. Dengan demikian, sistem juga prosedural tersebut wajib mudah dipahami dan tidak membuat bingung serta tidak ambigu.
3. Pihak-pihak yang melakukan pekerjaannya sesuai dengan sistem yang telah disusun memunculkan kualitas tersebut dan membentuk sebuah mata rantai sehingga memberikan hasil.
4. Pihak-pihak manajerial terus meninjau dalam jangka waktu yang tetap dan berkala atas kualitas yang telah diberikan yang berarti tidak menutup kemungkinan adanya aktivitas menyempurnakan setiap sistem juga prosedural yang sekiranya diperlukan adanya perubahan dan adaptasi lanjutan atas keinginan pelanggan.

5. Hal yang bersinggungan langsung dengan kualitas pelayanan ialah suasana, adat, atau kebiasaan dari sebuah entitas usaha yang memberikan fokus terhadap atensi dengan konsistensi yang tinggi sehingga mampu meningkatkan kualitas tersebut dan dibuatnya penyempurnaan-penyempurnaan akannya secara periodik.
6. Kualitas dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan guna melakukan pemenuhan atas kehendak, keperluan, juga minat para pelanggan. Oleh sebab itu adanya kerja sama yang baik diantara pihak-pihak pada sebuah entitas usaha membantu tercapainya keberhasilan dari sebuah tanggung jawab.

2.1.1.3. Manfaat Kualitas Pelayanan

Beberapa manfaat kualitas pelayanan, (Dharma, 2017: 351) yaitu:

1. Pelayanan yang istimewa
2. Menciptakan loyalitas pelanggan
3. Pelanggan yang terpuaskan.

2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan

Sehubungan dengan pernyataan dari (Handoko, 2017: 64-72), yakni kualitas pelayanan berindikator, meliputi:

1. *Tangibles* atau bukti fisik adalah yakni sebuah entitas menyediakan sarana-prasarana yang mampu dimanfaatkan secara fisik, barang-barang pelengkap juga media untuk berkomunikasi, dan perangkat lainnya yang mampu menunjang rangkaian menghasilkan layanan.

2. *Reability* atau andalan yakni kapabilitas guna menyediakan layanan dengan keakurasian tinggi disertai kapabilitas yang mampu menghasilkan kepercayaan yang berfokus pada pemberian layanan dengan *ontime* diikuti meminimalisir kelalaian kerja.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yakni tingkah laku dari pegawai guna memberikan bantuan serta menyediakan layanan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Persepsi yang buruk bisa timbul ketika membuat pelanggan menunggu terlalu lama dengan dasar yang tidak jelas. Namun jika ditimpali dengan kesigapan dalam memperbaiki kelalaian ini, malah akan menimbulkan persepsi yang baik terhadap entitas usaha tersebut.
4. *Assurance* atau keyakinan dan kepastian yakni kapabilitas, sikap ramah, sopan santun, kepenuhan informasi, dan karakteristik yang mampu menciptakan kepercayaan dengan cara berkontak secara pribadi guna meminimalisir keraguan dari pelanggan serta terhindari dari berbagai ancaman-ancaman yang mungkin terjadi.
5. *Empathy* yakni karakteristik dari personal juga entitas usaha guna membuat pemahaman atas keinginan dan kesukaran dari para pelanggan, menyampaikan informasi dengan komunikatif, menimbulkan atensi personal ke personal, rasa mudah untuk menciptakan sebuah kolerasi bisnis.

2.1.2. Fasilitas

2.1.2.1. Definisi Fasilitas

Fasilitas merupakan kausa kapabilitas fisik yang sudah tersedia sebelumnya dan dilakukan sebelum promosi dilakukan untuk menawarkan jasa perusahaan kepada konsumen-konsumennya. Fasilitas sendiri berguna untuk memberikan

kemudahan kepada pelanggan untuk menikmati jasa yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan dan biasanya dalam bentuk fisik untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam hal pemakaian fasilitas tersebut (Maydiana, 2019: 446). Seluruh media yang berfungsi memberikan kemudahan guna memperoleh layanan dari sebuah entitas usaha dinamakan sebagai fasilitas dari hasil menawarkan barang atau jasa kepada para pelanggan (Mandataris et al., 2017: 39).

Fasilitas merupakan seluruh peralatan berbentuk fisik guna meningkatkan rasa nyaman diantara pelanggan-pelanggannya yang disediakan oleh pemberi jasa saat bertransaksi pada perusahaan dan juga bertujuan mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan (Ali, 2017: 4). Berbagai prasarana dan sarana yang disediakan oleh penyedia jasa mendahului sebuah pemberian jasa atas apa yang dipromosikan dari sebuah entitas usaha dinamakan fasilitas. Sarana dan prasarana yang mampu memberikan kemudahan bagi para pelanggan merasakan dan menciptakan rasa puas juga disebut sebagai fasilitas (Munawir, 2018: 208). Fasilitas adalah seluruh aset berbentuk fisik yang bisa digunakan oleh para konsumen untuk melakukan aktivitas dan kegiatan selama berada dalam perusahaan guna memenuhi segala kebutuhan yang diinginkan konsumen, apa yang dibutuhkan para konsumen harus di sediakan terlebih dahulu (Pantilu et al., 2018: 3725).

Dari penjabaran definisi fasilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan keseluruhan sarana, prasarana, media, ataupun lainnya yang memiliki peranan menciptakan kelancaran sebuah proses kerja ataupun upaya guna menunaikan segala tujuan sebuah entitas usaha.

2.1.2.2. Faktor - Faktor Desain Fasilitas

Adapun desain fasilitas berdasarkan teori (Taan et al., 2020: 55), yakni:

1. Sifat dan tujuan organisasi yang paling sering menjadi penentu atas banyaknya penentuan desain fasilitas.
2. Tersedianya lahan ataupun ruang yang mampu terisi dan menjadi media untuk mampu membuat serta mendukung fasilitas-fasilitas yang berhubungan dengan jasa yang akan diberikan.
3. Kefleksibilitas dari desainnya menjadi hal yang cukup esensial dikarenakan makin fleksibel sebuah desain ruang maka mampu menekan risiko usangnya fasilitas seiring dengan jumlah permintaan yang relatif berdinamika.
4. Fasilitas-fasilitas yang diletakkan secara teratur, proporsional serta memiliki daya tarik mampu membuat peningkatan aktivitas-aktivitas positif dari para konsumennya.
5. Entitas yang berada di sekitar entitas usaha memiliki peranan sentral juga memberikan pengaruh yang cukup kapital atas entitas usaha tersebut.
6. Beban-beban untuk berkonstruksi juga beroperasi diberikan pengaruhnya dari banyaknya dan varian material yang dipakai untuk membangunnya.

2.1.2.3. Dimensi Fasilitas

Dimensi fasilitas dibedakan menjadi 2 bagian, (Annishia & Prastiyo, 2019:

22) antara lain:

1. Fasilitas fisik ialah keseluruhan dari barang-barang yang memiliki perbedaan tertentu diikuti dengan peranan guna memberikan kemudahan dan kelancaran operasional sebuah entitas.

2. Fasilitas uang ialah keseluruhan barang-barang yang mampu memudahkan setiap aktivitas-aktivitas dari proses pemakaian sumber daya keuangan.

2.1.2.4. Indikator Fasilitas

Indikator fasilitas ada enam (Munawir, 2018: 208) yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial

Berbagai perspektif untuk merangsang tingkat tanggapan intelektual dan tanggapan emosional dengan memikirkan keseimbangan, keselarasan, komposisi, dan warna yang dengan sengaja direncanakan dan dikonsolidasikan.

2. Perencanaan ruang

Aspek yang mencakup kemampuan perusahaan untuk merancang desain bagian dalam maupun luar perusahaan seperti pengaturan tata ruang terhadap perabot yang ada, ruang untuk keluar masuk barang, dan sebagainya.

3. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan berfungsi untuk menjaga setiap barang berukuran kecil yang berharga yang digunakan sebagai perlengkapan untuk menyambut pelanggan guna menunjukkan status kepemilikan seperti barang pajangan.

4. Tata cahaya dan warna

Perusahaan harus memperhatikan pencahayaan yang masuk pada saat aktivitas perusahaan terutama di dalam ruangan, kebutuhan cahaya akan pelaksanaan tugas, warna untuk meningkatkan penerangan, kemampuan penglihatan, dan terbentuknya suasana yang diharapkan. Pandangan orang tentang warna sangat menarik karena diantara mereka mengklaim bahwa

warna mempunyai kekuatan untuk mampu merangsang perasaaan dan emosi khusus.

5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Faktor kunci nan selalu mempengaruhi indikator ini ialah peletakkan tata ruang, pemvisualan, pembentukan fisik, pewarnaan, pencahayaan, dan perlambangan atau pertandaan guna menunjukkan arah atau tempat, menerangkan atau menginformasikan suatu maksud, dan lain-lain.

6. Unsur pendukung

Fasilitas-fasilitas pendukung menjadi kunci guna melengkapi setiap fasilitas utama yang dimiliki, contohnya *water closet*, lahan parkir, restoran yang mampu membeli makanan serta minuman, speaker yang memutar lagu-lagu, adanya fasilitas internet yang mampu dipakai disegala sisi perusahaan namun dengan keamanan yang terjamin.

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1. Definisi Kepuasan Pelanggan

“Satisfaction reflects a person’s judgements of a product’s perceived performance (or outcome) in relationship to expectation” yang artinya kepuasan refleksi dari kesenangan atau kekecewaan atas aktivitas membandingkan hasil kerja dari barang atau layanan atas harapan konsumennya. Apabila hasil kerja tidak mencapai harapan, menyebabkan timbulnya ketidakpuasan. Apabila hasil kerja mencapai harapan, menyebabkan timbulnya kepuasan. Apabila hasil kerja mampu melampaui harapan, menyebabkan timbulnya kepuasan yang sangat tinggi (Syahsudarmi, 2017: 7). Rasa puas yang timbul tersebut dapat dikatakan sebagai peran ekspektasi konsumen yang menggunakan barang atau layanan yang tersedia

berdasarkan *performance* yang sesungguhnya diterima (Listyawati, 2019: 38). Kepuasan pelanggan mampu di definisikan sebagai penilaian karena adanya proses pembelian diikuti pilihan-pilihan yang minimal setara dengan ekspektasi pelanggan bahkan jika mampu, melampaui ekspektasi tersebut. (Berthanila, 2017: 10).

Kepuasan pelanggan ialah hasil membandingkan kualitas layanan yang dialami konsumennya, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan merasakan kepuasan, juga jika kualitas pelayanan melebihi dari harapan, kepuasan tinggi akan tercipta sangat tinggi (William & Purba, 2020: 1989). Kepuasan pelanggan ialah kesenangan atau kekecewaan yang timbul karna aktivitas perbandingan dari barang atau jasa yang dihasilkan terhadap ekspektasinya (Syaifullah & Mira, 2018: 87).

Berdasarkan definisi - definisi kepuasan pelanggan yang dimuat di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan taraf perasaan pelanggan karena adanya hasil perbandingan dari yang sesungguhnya diterima dengan ekspektasi yang telah terbentuk sebelumnya.

2.1.3.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur (Syaifullah & Mira, 2018: 87) dengan parameter sebagai berikut:

1. Perasaan puas
2. Selalu membeli produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah memberli produk

2.1.3.3. Strategi Kepuasan Pelanggan

Berikut strategi-strategi guna membuat peningkatan atas rasa puas konsumen-konsumennya (Priansa, 2017: 210), meliputi:

1. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Yakni membangun kolerasi yang terus berlanjut dari podusen kepada konsumennya, tidak sebatas pada proses pertukaran pertama. Dapat dikatakan, terjalinnya sebuah hubungan baik dalam jangka waktu yang tidak sebentar dengan harapan adanya proses pertukaran yang terus menurut terulang (*repeat business*).

2. Strategi *Superior Customer Service*

Sebuah entitas usaha berupaya memberikan penawaran dengan memberikan keunggulan dibagian pemberian layanan dibanding kompetitor. Namun hal ini juga tidak mudah karna membutuhkan sumber daya pendaaan yang tidak kecil, kapabilitas sumber daya manusia yang tinggi, disertai upaya yang pantang menyerah.

3. Strategi *Unconditional Service Guarantees*

Unconditional Service Guarantees berfokus pada keyakinan yang terus menerus guna menciptakan rasa puas konsumennya dan dikemudian hari dijadikan panggal perbaikan atas kualitas jasa dan hasil kerja sebuah entitas usaha.

2.1.3.4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Beberapa hal yang mampu dijadikan sebagai indikator dari kepuasan pelanggan yang akan dijabarkan (Priansa, 2017: 210) sebagai berikut:

1. Harapan (*Expectations*)

Setiap kali pelanggan melakukan proses pembelian pasti menciptakan sebuah intensi awal yang diharapkan atas produk atau layanan yang akan dikonsumsi. Terjadi pembentukan ekspektasi yakni produk atau layanan yang dikonsumsi mencapai intensi, keperluan, bahkan kehendak yang pelanggan tersebut. Apabila hasil mengonsumsi produk atau layanan tersebut mencapai bahkan melampaui intensitasnya, kepuasan akan tercipta dengan sendirinya.

2. Kinerja (*Performance*)

Kinerja yang dimaksud di sini ialah hal-hal yang sebenarnya dialami dalam proses pembelian atau pengonsumsi produk atau layanan yang tidak dicampur aduk dengan intensi awal. Ketika hasil dari pengalaman tersebut dinilai baik, dengan sendirinya kepuasan tersebut akan tercipta.

3. Perbandingan (*Comparison*)

Proses ini sering terjadi karena proses penilaian tidak terlepas dari perbandingan satu objek dengan objek lainnya, satu fenomena dengan fenomena lainnya, dan sebagainya. Secara spesifik hal yang dibandingkan di sini ialah intensi dan realisasi aktual dari produk dan layanan. Ketika kinerja aktual bertemu dengan ekspektasi konsumen, dengan sendirinya kepuasan tersebut akan tercipta.

4. Pengalaman (*Experience*)

Terbentuknya intensi besar dari akan adanya hal positif yang dialami ketika menggunakan sebuah produk atau layanan dibandingkan kompetitornya.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Fenomena diindikasikan yakni konfirmasi ialah ekspektasi sama minimal dengan realisasi aktual dari performa barang atau jasa, sedangkan diskonfirmasi ialah ekspektasi melebihi realisasi aktual dari performa barang dan jasa atau dapat dikatakan performa barang dan jasa tidak mampu mencapai ekspektasi.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “*The effect of service quality and promotion to customer satisfaction and implication of customer loyalty in vehicle financing company in Jakarta Indonesia*” membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. Penelitian ini memanfaatkan desain penelitian dan penganalisisan data menggunakan teknik analisis jalur dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh simultan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas (Rasmansyah, 2017: 22).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado” membahas mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti menggunakan metode penelitian asosiatif dan teknik analisis regresi berganda dibantu perangkat lunak SPSS dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh ialah adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Pandesia et al., 2017: 1).

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Trans Padang” membahas mengenai pengaruh

pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan Pelanggan. Penelitian memanfaatkan metode penelitian deskriptif dan proses menentukan sampel memanfaatkan teknik tidak disengaja. Temuan yang diperoleh ialah adanya pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Masrin & Hasibuan, 2019: 18).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat JNE Medan” membahas mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian memanfaatkan teknik analisis regresi berganda dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh ialah adanya pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen (Handoko, 2017: 71-72).

Penelitian dengan judul “Peran Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” membahas mengenai pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian memanfaatkan teknik analisis jalur dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Anggelina & Rastini, 2019: 5304).

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan (Di Politeknik Negeri Batam)” membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini berpedoman dan bersifat kuantitatif serta teknik analisis deskriptif dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh yakni terdapat pengaruh

yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna (Gunartik & Nainggolan, 2019: 29).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center” membahas mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian memanfaatkan metode penelitian asosiatif dan teknik analisis regresi linier berganda dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh ialah variabel harga dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Aswad et al., 2018: 77).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru” membahas mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian memanfaatkan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Temuan yang diperoleh yakni variabel fasilitas dan kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Syahsudarmi, 2017: 47).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri” membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Penelitian memanfaatkan metode penelitian deskriptif dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh ialah variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Maydiana, 2019: 444).

Penelitian berjudul “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam” membahas mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian memanfaatkan metode penelitian deskriptif serta teknik analisis regresi linier berganda diikuti alat bantu hitung SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 23 dalam mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan dan simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Maryati & Husda, 2020: 19).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hana Hotel Batam” membahas mengenai pengaruh fasilitas, harga dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh ialah variabel fasilitas, harga dan citra perusahaan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Mandataris et al., 2017: 37).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Horasindo Wisatanusa Medan” membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian memanfaatkan metode penelitian deskriptif dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh yakni variabel kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh secara positif juga signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan (Jamaludin et al., 2019: 49).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang (Kpknl) Palu” membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian memanfaatkan metode penelitian asosiatif dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh yakni Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara silmultan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Palu (Suriani et al., 2018: 22).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Horasindo Wisatanusa Medan” membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian memanfaatkan metode kuantitatif dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda disetrai alat bantu hitung program SPSS versi 21 dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi secara bersamaan memberikan pengaruh positif juga signifikan terhadap kepuasan pelanggan (William & Purba, 2020: 1987).

Penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian (Persero) Batam” membahas mengenai pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian memanfaatkan metode penelitian deskriptif dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dalam mengolah data. Temuan yang diperoleh ialah variabel citra merek variabel dan kualitas layanan secara simultan

memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Syaifullah & Mira, 2018: 90).

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian dengan Judul “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam diketahui Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan dan parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Maryati & Husda, 2020: 19).

2.3.2 Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

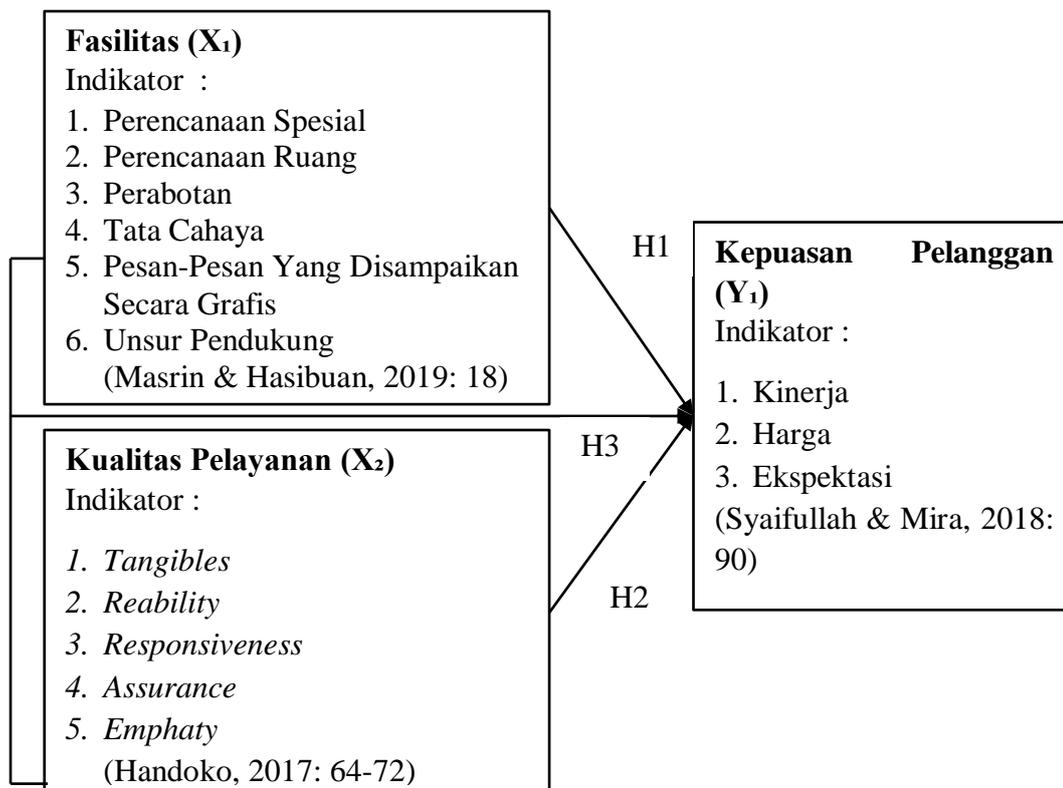
Penelitian dengan judul “Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam diketahui Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan dan parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (William & Purba, 2020: 1987).

2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado menunjukkan Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas secara simultan dan parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Pantilu et al., 2018: 3731).

2.4. Kerangka Pemikiran

Bersumber pada penjabaran pada bagian sebelumnya, berikut kerangka pemikiran yang disusun menjadi bagan di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran didefinisikan sebagai bentuk ideal untuk menggali teori-teori yang terbentuk dengan adanya identifikasi masalah yang telah dirumuskan pada bagian sebelumnya. Beberapa temuan dari penelitian terdahulu memberikan penjelasan yakni kualitas pelayanan dan fasilitas dapat dijadikan sebagai salah satu pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, terdapat beberapa hipotesis dalam penelitian pada PT Tunas Jasa Mandiri:

H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Jasa Mandiri.

H2 : Diduga fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Jasa Mandiri.

H3 : Diduga kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Jasa Mandiri.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Hakikatnya, desain penelitian dapat dikatakan sebagai konteks dan fundamen pada setiap penelitian yang berisi arah atau langkah-langkah apa saja yang wajib dilaksanakan disertai metode-metode untuk melakukan tahap-tahap tersebut. Penggambaran pada desain penelitian berisi kolerasi dari variabel-variabel, konsep menentukan populasi beserta sampelnya, teknik yang digunakan pada proses pengumpulan data, serta alat penganalisan data tersebut (Wasiman, 2017: 126). Metode terpilih yang sesuai dengan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausalitas yakni sistem pengujian penelitian berdasarkan padangan prinsip positvismen, guna melakukan penelitian dari populasi atau sampel yang dikumpulkan dan penganalisisannya berbentuk angka atau nominal sehingga mampu menjawab hipotesis yang telah dirumuskan pada bagian sebelumnya. Secara spesifik, peneliti akan melakukan pengamatan dan pengujian guna menemukan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Jasa Mandiri.

3.2.Operasional Variabel

Variabel dapat didefinisikan sebagai elemen-elemen dengan bentuk apapun namun telah ditentukan sebelumnya pada penelitian dengan tujuan guna dijadikan pembelajaran agar ditemukan hasil dari proses penganalisan data sehingga mampu ditarik konklusi atas sebuah fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2012: 3). Secara khusus, peneliti mengambil dua jenis variabel berlandaskan adanya kolerasi diantara keduanya, yakni variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1. Variabel independen

Variabel ini juga dikenal dengan sebutan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Jika dikerucutkan, banyak juga orang yang mengenalnya dengan istilah variabel bebas. Variabel bebas ialah variabel yang memberikan pengaruh ataupun dijadikan alasan mengapa hasil variabel dependen (terkait) muncul (Sugiyono, 2012: 3). Variabel bebas yang digunakan dan dipilih oleh peneliti serta dijabarkan dengan penjelasan seperti dibawah ini : fasilitas dan kualitas pelayanan.

3.2.1.1. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Kualitas pelayanan menjadi parameter derajat kemampuan sebuah pelayanan mencapai atau bahkan melebihi harapan dari konsumen (Syaiful Aswad et al., 2018: 79)

Pendapat dari (Handoko, 2017: 64-72), didapati lima dimensi kualitas pelayanan, antara lain:

1. *Tangibles* atau bukti fisik
2. *Reability* atau andalan
3. *Responsiveness* atau ketanggapan
4. *Assurance* atau keyakinan
5. *Empathy* atau empati

3.2.1.2. Variabel Fasilitas (X₂)

Seluruh media yang berfungsi memberikan kemudahan guna memperoleh layanan dari sebuah entitas usaha dinamakan sebagai fasilitas dari hasil menawarkan barang atau jasa kepada para pelanggan (Mandataris et al., 2017: 39).

Menurut (Munawir, 2018: 208), didapati enam indikator fasilitas, antara lain :

1. Pertimbangan/perencanaan spasial
2. Perencanaan ruang.
3. Perlengkapan/perabotan.
4. Tata cahaya dan warna.
5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.
6. Unsur pendukung.

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen juga dikenal dengan sebutan variabel *output*, kriteria, konsekuen. Jika dikerucutkan, banyak juga orang yang mengenalnya dengan istilah variabel terikat. Variabel terikat ialah variabel yang didampak karena adanya variabel independen atau biasa disebut bebas (Sugiyono, 2012: 3). Variabel terikat yang digunakan dan dipilih oleh peneliti serta dijabarkan dengan penjelasan seperti dibawah ini : kepuasan pelanggan.

3.2.2.1. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan mampu di definisikan sebagai penilaian karena adanya proses pembelian diikuti pilihan-pilihan yang minimal setara dengan ekspektasi pelanggan bahkan jika mampu, melampaui ekspektasi tersebut. (Berthanila, 2017: 10).

Pendapat dari (Priansa, 2017: 210), didapati lima indikator fasilitas, antara lain :

1. Harapan (*Expectations*)
2. Kinerja (*Performance*).
3. Perbandingan (*Comparison*)
4. Pengalaman (*Experience*)

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)**Tabel 3.1** Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan ialah kadar unggul yang diekspektasikan yang mampu dikendalikan sehingga mampu memberikan pemenuhan kehendak atas konsumen-konsumennya (Dewa, 2018: 2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles atau bukti fisik 2. Reability atau andalan 3. Responsiveness atau ketanggapan 4. Assurance atau keyakinan 5. Empathy atau empati (Handoko, 2017: 64-72). 	Likert
Fasilitas (X2)	Fasilitas ialah seluruh peralatan berbentuk fisik guna meningkatkan rasa nyaman diantara pelanggan-pelanggannya yang disediakan oleh pemberi jasa saat bertransaksi pada perusahaan dan juga bertujuan mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan (Ali, 2017: 4).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan/perencanaan spasial 2. Perencanaan ruang. 3. Perlengkapan/perabotan. 4. Tata cahaya dan warna. 5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. 6. Unsur pendukung. (Munawir, 2018: 208). 	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai peran ekspektasi konsumen yang menggunakan barang atau layanan yang tersedia berdasarkan <i>performance</i> yang sesungguhnya diterima (Listyawati, 2018:38)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan (Expectations) 2. Kinerja (Performance). 3. Perbandingan (Comparison) 4. Pengalaman (Experience) 5. Konfirmasi (Confirmation) dan Diskonfirmasi (Disconfirmation) (Priansa, 2017: 210). 	Likert

Sumber : Penelitian 2020

3.3. Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah area yang meliputi objek yang mempunyai karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya guna menjadi pembelajaran serta mengambil konklusi dari hasil yang telah diperoleh. Populasi disini tidak hanya menyangkut pada banyaknya subyek ataupun obyek dipilih untuk dilakukan pembelajaran, namun juga menyangkat pada keseluruhan ciri-ciri yang terkandung pada subyek ataupun objek yang diteliti itu (Sugiyono, 2012: 61). Populasi yang terpilih dan ditentukan oleh peneliti ialah seluruh pelanggan pada PT Tunas Jasa Mandiri.

Tabel 3. 2 Jumlah Pelanggan

No	Kawasan	Jumlah Pelanggan
1	Kawasan Tunas 1	52
2	Kawasan Tunas 2	23
3	Kawasan Tunas Bizpark	27
Total		102

Sumber: PT. Tunas Jasa Mandiri (2020)

3.3.2. Sampel

Sampel ialah sebagian dari populasi dengan ciri-ciri tertentu yang tidak mungkin berbeda dari populasi yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2012: 61). Banyaknya konsumen dari obyek penelitian yang mampu memberikan waktunya guna mengumpulkan data, dengan demikian teknik pengambilan sampel yang dipilih ialah sampel jenuh yang didefinisikan sebagai cara menentukan jumlah sampel yang terlibat dalam porses pengujian data yakni keseluruhan anggota populasi (Sugiyono, 2012: 61). Oleh sebab itu, banyaknya sampel terpilih yakni 102 pelanggan.

3.4. Teknik Dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis pada sebuah proses meneliti, mempelajari, serta mengamati, dikarenakan sasaran dari peneliti ialah mengumpulkan data (Sugiyono, 2014: 224). Data primer ialah data-data yang diperoleh oleh pihak yang mengumpulkan data dan bersumber langsung pada proses pengambilan data. Data primer sendiri mampu dilaksanakan dengan berbagai metode, namun salah satunya ialah kuisisioner yakni pemberian daftar pernyataan/pertanyaan secara tertulis atau elektronik kemudian didapatkan hasilnya dengan mendapatkan jawaban dari para responden. Proses pemberian jawaban tergantung pada pemberi kuisisioner, bisa melalui daftar jawaban yang dipilih atau isian kosong. Sedangkan data sekunder ialah data-data yang diperoleh secara tidak langsung kepada pihak yang mengumpulkan data. Peneliti menetapkan teknik yang dipakai untuk mengumpulkan data ialah kuisisioner yang merupakan data primer. Kuisisioner berisikan pertanyaan/pernyataan perihal pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tunas Jasa Mandiri.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang diambil oleh peneliti ialah dibuatnya daftar pertanyaan/pernyataan dari proses penyebaran kuisisioner yang diterima responden-responden yang merupakan sampel yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini melalui pembagian kuisisioner kepada pelanggan PT Tunas Jasa Mandiri. Parameter untuk mengukur data yang telah dikumpulkan ialah melalui skala *likert*. Skala *Likert* berperan sebagai parameter ukuran yang

dipatokkan atas tingkah laku, pandangan, dan tanggapan setiap individu maupun kelompok mengenai sebuah peristiwa ataupun fenomena-fenomena yang terjadi. Adapun guna memudahkan dalam proses pengujian data, pernyataan/pertanyaan diberi nilai pada skala penilaian 1 hingga 5.

Tabel 3.3 Skala *Likert*

Skala <i>Likert</i>	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2014: 93)

3.5. Metode Analisis Data

Peneliti memanfaatkan program guna menemukan hasil dari proses penganalisisan perihal pengaruh antar variabel yakni sebuah program bantu penganalisisan berbasis statistik, SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) dan telah terjamin relevansinya.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Metode deskriptif dapat dikatakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi (Syahsudarmi, 2017: 9).

3.5.2. Uji Kualitas Instrumen

3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut (Herlina, 2019: 58) Uji validitas adalah pengukuran koefisien korelasi diantar nilai dari satu pernyataan ataupun indikator pada kuisioner yang dilakukan pengujiannya melalui seluruh nilai pada variabelnya. Dari pernyataan diatas, dikonklusikan bahwa data yang valid ialah suatu data yang persis sama

antara data yang dipaparkan menjadi laporan peneliti dengan menggunakan data yang sebenarnya dengan tujuan untuk menyempurnakan kuesioner tersebut.

Menurut (Ghozali, 2013: 53) kevalidan suatu data dinilai dengan membandingkan nilai korelasi *Pearson Product Moment* (r-hitung) dengan nilai r-tabel. Perhitungan nilai r-tabel yang akan diperhitungkan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dan menggunakan rumus derajat kebebasan ($dk = n-2$) serta memiliki ketentuan seperti dibawah ini:

1. Apabila r-hitung berada diatas r.tabel, dinyatakan bahwa pernyataan terkait dikatakan valid
2. Apabila r-hitung berada dibawah r.tabel, dinyatakan bahwa pernyataan terkait dikatakan valid

Nilai skor setiap variabel pada penelitian dapat digolongkan kedalam sebuah skala dalam bentuk tabel berlandaskan perhitungan rumus interval yaitu:

$$i = \frac{\text{data terbesar} - \text{data terkecil}}{\text{banyak kelas}} \quad \text{Rumus 3.1 Interval Skor}$$

$$i = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sumber: (Sanusi, 2011: 141)

Ditentukan nilai koefisien korelasi guna menjadi patokan pengambilan keputusan dan tafsiran atas hasil yang telah diperoleh, yakni seperti dibawah ini:

Tabel 3.4 Interpretasi koefisien korelasi nilai r

Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Peneliti 2020.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Pendapat dari (Herlina, 2019: 70) Uji Reliabilitas diimplementasikan berdasarkan tingkat ketetapan hasil pengukuran. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila temuan menghasilkan hasil yang tidak berbeda ketika perhitungan terhadap objek yang berlainan dimasa yang akan datang. Apabila nilai reliabilitas berada diatas 0,6 maka dapat dikatakan bahwa instrumen telah reliabel. (Sugiyono, 2012: 269)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji Normalitas

Dalam sebuah penelitian, kuesioner akan lebih baik apabila dilakukan pengujian normalitas terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan uji normalitas diperuntukan guna mendapati adanya data yang tidak terdistribusi secara normal. Data yang berdistribusi normal memiliki arti bahwa sebaran data tersebut normal atau bisa digunakan untuk mewakili sebuah populasi. (Herlina, 2019: 77)

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolineartias memiliki maksud guna menemukan apakah adanya hubungan kolerasi antara variabel bebas didalam suatu model regresi liner berganda. Untuk pengujian ini dapat dilihat melalui analisis hasil toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika pengujian tersebut menunjukkan korelasi, dengan demikian disebut dengan problem multikolinearitas. Salah satu cara mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat multikolinearitas atau tidak adalah dengan *significance* (2-tailed). tolarance yang sewajarnya lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variante Inflation Factor* yang sewajarnya kurang dari 10.

Model yang wajib dihasilkan ialah tidak terjadinya gejala multikolinearitas (Sanusi, 2011: 136).

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas bertujuan membuktikan ada tidaknya kesamaan varian diuji untuk residu peneliti yang satu ke peneliti lainnya dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas yang akan dijabarkan pada penelitian ini melalui grafik *plot* yakni prediksi variabel dependen ZPRED yang beresidual SRESID. Untuk membuktikan bahwa tidak terjadinya gejala ini, dapat dilihat dari titik-titik data menyebar secara acak diantara atas bahkan bawah dari angka 0 yang terletak pada sumbu Y, serta tidak ada data yang berkumpul atau membentuk pola-pola tertentu (Ghozali, 2013: 136).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda secara esensial adalah analisis bermodel atau bersifat teknik serta esensi yang nyaris tidak berbeda dengan analisis linear sederhana, namun jumlah variabel independen berbeda-beda, dan terdapat minimal dua jumlah variabel bebas. Dilanjutkan bahwa guna memperoleh nilai signifikan dari sebuah pengujian mampu dilakukan melalui uji t namun temuan yang didapat bernilai positif atau negatif sekedar memberikan gambaran arah dan tidak tentu pasti menunjukkan perihal jumlah. Maka dari itu, guna menafsirkan perbandingan dari t_{hitung} juga t_{tabel} , hiraukan posisi nilai negatif (Taan et al., 2020: 60).

Persamaan aritmatika yang mampu dipadu-padankan untuk mengintepretasikan regresi linear berganda yakni seperti dibawah ini (Handoko, 2017: 67-72).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e \quad \textbf{Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda}$$

Sumber : (Sanusi, 2011: 141)

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Fasilitas

a : Konstanta

b₁, b₂ : Koefisien regresi

e : Variabel pengganggu

3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Herlina, 2019: 140) Analisis determinasi atau biasa disebut juga *R Square* yang dapat disimbolkan dengan R² berfungsi sebagai takaran menentukan besaran variabel bebas (X) secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruhnya kepada variabel terikat (Y). Apabila nilai koefisien determinasi yang dihasilkan semakin kecil, dapat dikatakan variabel X berpengaruh cukup lemah terhadap variabel Y. Namun jika nilai R² yang dihasilkan hampir mencapai angka 1, dapat dikatakan variabel X berpengaruh cukup kuat terhadap variabel Y. Dengan demikian, apabila hasil koefisien determinasi mempunyai hasil 0 maka dapat disimpulkan kontribusi atau peranan variabel independen tidak ada sama sekali terhadap perubahan yang dialami oleh variabel dependen.

3.5.4.3. Uji T

Dalam melakukan uji Signifikansi Koefisien Regresi dengan terpisah kepada masing-masing koefisien regresinya memiliki fungsi mendeteksi signifikan atau tidak signifikannya pengaruh dari tiap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Oleh karena itu, uji signifikansi secara parsial memiliki tujuan untuk mendapatkan jawaban atas hipotesis yang telah dirumuskan peneliti.

Penggunaan acuan atas uji ini ialah hasil dari t-hitung yang didapatkan (Sanusi, 2011: 138). Berikut merupakan tahapannya.

1. Menentukan rumusan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
2. Membandingkan suatu nilai t_{hitung} terhadap nilai t_{tabel} yang telah ditetapkan pada probabilitas yang ditentukan oleh peneliti
3. Apabila t_{hitung} kurang dari atau sama dengan t_{tabel} atau nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan nilai alpha yakni 5%, dapat dikatakan bahwa peneliti menerima H_0 dan menolak H_a .
4. Apabila t_{hitung} lebih dari atau sama dengan t_{tabel} atau nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan nilai alpha yakni 5%, dapat dikatakan bahwa peneliti menolak H_0 dan menerima H_a .

3.5.4.4. Uji F

Tujuan dari uji ini ialah guna melihat apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel dependennya. Uji F itu sendiri dilaksanakan guna melakukan pengujian atas layak tidaknya suatu model. Model tersebut mampu dinyatakan telah layak, apabila temuan dari hasil pengujian data menggunakan SPSS memperoleh nilai signifikansi yang tidak melampaui 0,05 (Ali, 2017: 14).

3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

Peneliti menentukan lokasi sebagai tempat melakukan pengamatan pada PT Tunas Jasa Mandiri, yang bertempat di Tunas Industrial Estate Blok 1A No. 10 Batam Centre, Kepulauan Riau, Indonesia.

Tabel 3.5 Jadwal penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																
	Oktober 2020				November 2020				Desember 2020				Januari 2021				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pengajuan judul	■																
Pencarian data awal		■															
Penyusunan penelitian			■														
Pembuatan kuesioner				■	■												
Penyebaran dan pengumpulan data						■	■	■									
Pengolahan Data									■	■							
Analisis Data											■	■	■				
Pembahasan & Kesimpulan														■			
Pemeriksaan Laporan Penelitian															■		
Pengumpulan Hasil Skripsi																■	

Sumber: Penelitian 2020