

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL PT. MAHLIGAI PUTERI BERLIAN (MITSUBISHI)-GARDUJATI BANDUNG**

**Sjamsuridjal**, Universitas Nasional Pasim  
irhsyamsurijal@gmail.com

**Awit Apriliyani**, Universitas Nasional Pasim  
awitaaprilliya104@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian dilakukan pada pelanggan bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi) - Gardujati Bandung. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah deskriptif asosiatif. Unit analisis penelitian ini adalah individu pelanggan bengkel. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara parsial yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, serta adanya pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan pada layanan dan fasilitas pada bengkel tersebut.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Fasilitas Bengkel, Kepuasan Pelanggan

### **Abstract**

*The research was conducted on the customers of the PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi) - Gardujati Bandung. This study aims to determine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction. The method used is descriptive associative. The unit of analysis of this research is the individual customer of the workshop. The results showed that there was a partial influence, namely the influence of service quality on customer satisfaction, and the influence of facilities on customer satisfaction, as well as the simultaneous influence of service quality and facilities on customer satisfaction. The implication of this research is that it is hoped that improvements can be made to the services and facilities at the workshop.*

**Keywords:** Service Quality, Workshop Facilities, Customer Satisfaction

## **PENDAHULUAN**

Bengkel adalah salah satu bisnis yang menjual layanan jasa. Dalam suatu pelayanan, karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan harus dapat memberikan pelayanan yang memberikan kepuasan, karena akan sangat dibutuhkan dan disukai oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang terbaik dan didukung fasilitas yang terbaik dapat meningkatkan daya saing bengkel. Fasilitas memberikan pengaruh yang penting dalam bisnis jasa, terutama terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena menarik yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, yaitu konteks yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas. Pada survei pendahuluan ditemukan adanya sejumlah ketidakpuasan yang terkait dengan layanan dan fasilitas bengkel. Berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan identifikasi masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)-Gardujati Bandung.
2. Berapa besar pengaruh fasilitas pada bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)-Gardujati Bandung.
3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan

pelanggan pada bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)- Gardujati Bandung.

## **STUDI PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, dkk (1998) dalam Lupiyoadi (2013:216) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh antara kenyataan terhadap harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Dimensi dari kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dkk (1998) dalam Lupiyoadi (2013:216-217) adalah sebagai berikut:

1. Wujud (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

### **Fasilitas**

Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas merupakan suatu sumber daya fisik yang wajib ada sebelum melakukan penawaran jasa kepada pelanggan. Fasilitas merupakan hal yang penting dalam usaha jasa, oleh sebab itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, serta kebersihan juga harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan langsung dengan pelanggan. Dimensi fasilitas menurut Tjiptono (2014:317) terdiri dari sebagai berikut, yaitu:

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

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Donni Juni Priansa (2017:197) kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan yang diharapkan. Dimensi kepuasan pelanggan menurut Donni Juni Priansa (2017:210-211) yaitu sebagai berikut:

1. Harapan (*Expetation*).
2. Kinerja (*Performance*)
3. Perbandingan (*Comparison*)
4. Pengalaman (*Experience*)
5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

## **METODE PENELITIAN**

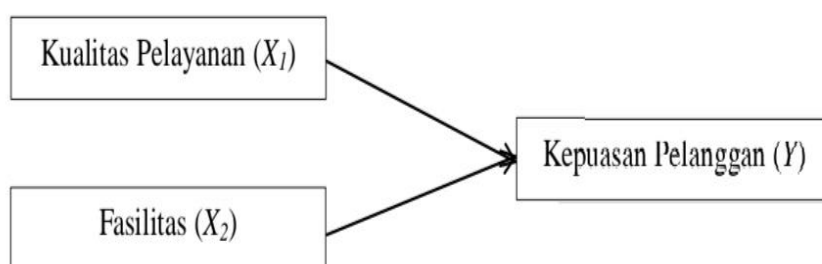
Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode asosiatif, yaitu metode penilaian yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua atau lebih variabel (Bambang S. Soedibjo, 2013:8). Unit analisis penelitian ini adalah pelanggan pada bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)-Gardujati Bandung. Teknik penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* dan jenis sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sumber data diperoleh dari data primer dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner.

## Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang akan dilakukan adalah:

- H1 Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)-Gardujati Bandung.
- H2 Terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)- Gardujati Bandung.
- H3 Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)-Gardujati Bandung.

Selain itu, penulis menggambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1. Paradigma Penelitian**

## PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas telah dilakukan dan menunjukkan bahwa nilai *r*-hitung semuanya berada di atas *r*-tabel, maka semua item pernyataan pada kuesioner termasuk ke dalam kategori valid. Sehingga item tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dalam variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ )  $0,714 > 0,70$  maka kategori reliabilitas layak. Untuk variabel fasilitas ( $X_2$ )  $0,737 > 0,70$  kategori reliabilitas layak dan variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ )  $0,873 > 0,8$  masuk kategori reliabilitas baik.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas telah dilakukan dengan menggunakan grafik *probability plots* diperoleh *plot* normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data mendeteksi normal karena tidak ada penyimpangan yang mencolok dari kurva garis normal. Model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas telah dilakukan yang hasilnya menunjukkan bagian diagram *scatterplot* nampak bahwa tidak ada pola yang jelas dan teratur dan titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu (*y*). sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

heterokedastisitas pada model regresi. Untuk itu model regresi layak dipakai untuk memprediksi kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menggunakan analisis *tolerance* dan VIF dibantu oleh program aplikasi SPSS. Hasil uji multikolinearitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	-11.838	2.579		-4.591	.000		
Kualitas Pelayanan	.791	.065	.617	12.155	.000	.827	1.210
Fasilitas	.446	.049	.466	9.184	.000	.827	1.210

a. Dependent Variable:  
 Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 16, 2021

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas yang dapat dilihat pada tabel 1, dapat diketahui nilai tolerance memiliki nilai 0,827 dan VIF memiliki nilai 1,210. Model regresi yang baik yaitu dimana nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, atau dengan kata lain tidak terjadi multikolinearitas dalam uji ini.

### Uji Autokorelasi

Untuk pengujian autokorelasi ini dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW-test). Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Uji Autokorelasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.914 <sup>a</sup>	.836	.832	1.74057	1.721

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil output software SPSS version 16, 2021

Dari tabel 2 dengan perhitungan SPSS didapatkan nilai Durbin Watson 1,721. Sedangkan nilai du dapat dilihat pada tabel dengan jumlah data (n) = 80 dan jumlah variabel independen (k) = 2, nilai du = 1,6882, nilai 4-du = 2,3118. Karena nilai Durbin Watson berada diantara du dan 4-du yaitu  $1,6682 < 1,721 < 2,3118$ . Sehingga terbukti tidak terjadi autokorelasi dan data dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

## Uji t dan Uji F

### Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. Uji t Variabel Kualitas Pelayanan  
Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.875	3.129		.280	.781
	Kualitas Pelayanan	1.040	.085	.811	12.222	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 16, 2021

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dibuat persamaan regresi linear dengan mengacu pada rumus  $Y = a + b_1X_1$ , sebagai berikut:

$$Y = 0,875 + 1.040X_1$$

Dari persamaan regresi linear tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta positif sebesar 0,875 menunjukkan pengaruh positif pada variabel kualitas pelayanan. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik atau terpenuhi.
- Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 1,040, mengandung arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1,040 kali.
- Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 1,040 dan signifikan pada level 0,000. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis yang diajukan yaitu  $H_0: P_{y|x} \neq 0$ , dimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan.

Selanjutnya untuk mengukur tingkat nyata pengaruh kualitas pelayanan secara parsial atau sendiri terhadap kepuasan pelanggan, maka dilakukan uji t dengan interpretasi sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 5 hasil uji t tabel dan t hitung, dimana besarnya t hitung adalah 12,222. Dimana  $t = (a/2:n-k-1)$ , sehingga  $t = (0,05/2:80-2-1)$  dan diperoleh t tabel yaitu 1,991. Maka t hitung  $>$  t tabel dan sesuai dengan kriteria  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tersebut berpengaruh secara parsial.

### Uji Hipotesis Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. Uji t Variabel Fasilitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.097	3.683		1.384	.170
Fasilitas	.691	.075	.723	9.232	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dibuat persamaan regresi linear dengan mengacu pada rumus  $Y = a + b_2X_2$ , sebagai berikut:

$$Y = 5,097 + 0,691X_2$$

Dari persamaan regresi linear tersebut, maka dapat di interpretasikan:

- Nilai konstanta positif sebesar 5,097 menunjukkan pengaruh positif pada variabel independen (fasilitas). Artinya apabila variabel fasilitas naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan akan naik atau terpenuhi.
- Koefisien regresi variabel fasilitas sebesar 0,691, mengandung arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel fasilitas, maka hal itu meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,691 kali.
- Koefisien regresi untuk fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,691 dengan signifikansi pada level 0,000. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis yang diajukan yaitu  $H_0: P_{yx_2} \neq 0$ , dimana terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dapat dikonfirmasi.

Selanjutnya untuk mengukur tingkat nyata pengaruh fasilitas secara parsial atau sendiri terhadap kepuasan pelanggan dilakukan uji T dengan interpretasi sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 6 dimana besarnya t hitung adalah 9,232. Dimana  $t(a/2:n-k-1)$ , sehingga  $t = 0,05/2:80-2-1$  dan diperoleh t tabel yaitu 1,991, maka t hitung > t tabel sesuai kriteria  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya hubungan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial.

### Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji dapat dilihat pada hasil analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

**Tabel 5. Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-11.838	2.579		-4.591	.000
Kualitas Pelayanan	.791	.065	.617	12.155	.000
Fasilitas	.446	.049	.466	9.184	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dibuat persamaan regresi linear dengan mengacu pada rumus  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ , sebagai berikut:

$$Y = -11,838 + 0,791X_1 + 0,446X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut, maka dapat diinterpretasikan:

- Nilai konstanta sebesar -11,838 mengandung arti apabila variabel kualitas pelayanan dan fasilitas tidak ada penambahan, maka kepuasan pelanggan akan berkurang sebesar -11,838.
- Koefisien regresi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,791 mengandung arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,791 kali.
- Koefisien regresi fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,446 mengandung arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel fasilitas akan meningkatkan kualitas pelanggan sebesar 0,446 kali.
- Koefisien regresi berganda untuk kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,791 dan fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,446 dimana berada pada signifikan pada level 0,000. Sesuai dengan kriteria bila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis yang diajukan yaitu  $H_0: P_{y \cdot x_1} = P_{y \cdot x_2} \neq 0$  artinya kualitas pelayanan dan fasilitas terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya untuk mengukur tingkat nyata pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan dilakukan uji F dengan inteprestasi sebagai berikut:

**Tabel 6. Uji F ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1191.608	2	595.804	196.661	.000 <sup>a</sup>
	Residual	233.279	77	3.030		
	Total	1424.887	79			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil output software SPSS version 16, 2021

Berdasarkan hasil pengujian yang terlihat pada tabel 6, diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 196,66 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  adalah pada taraf nyata ( $\alpha$ ) 5 % dengan derajat bebas DF ( $N_1$ ) =  $k - 1 = 3 - 1 = 2$  dan DF ( $N_2$ ) =  $n - k = 80 - 3 = 77$ . Nilai F diatas kemudian dibandingkan dengan  $F_{0,5 (2-77)}$ , dari tabel distribusi F dimana diperoleh nilai sebesar 3,12. Hal ini berate nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . ( $196,661 > 3,12$ ), maka sesuai kriteria  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan, sehingga kedua variabel independen tersebut dapat digunakan untuk mengestimasi atau memprediksi variabel kepuasan pelanggan.

### Koefisien Determinasi

Untuk melihat besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel koefisien determinasi sebagai berikut:



**Tabel 7. Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 <sup>a</sup>	.836	.832	1.74057

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 16, 2021

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,836 berarti besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar koefisien determinasi ( $R^2 \times 100\%$ ) atau 83,6 % dan sisanya 16,4 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan metode asosiatif, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh secara parsial yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Serta adanya pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini diharapkan bahwa bengkel PT. Mahligai Puteri Berlian (Mitsubishi)-Gardujati Bandung dapat melakukan perbaikan pada kecepatan dalam melayani pelanggan seperti evaluasi kinerja karyawan, perbaikan dalam fasilitas kebersihan toilet dan kemudahan akses ke lokasi dengan memberikan titik lokasi yang akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- S. Soedibjo, B. (2017). *Pengantar Metode Penelitian*. Bandung: Universitas Nasional Pasim Bandung.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yunus, E. (2016). *Service Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.