

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA EXIST FOTO COPY  
DI KECAMATAN WULUHAN**

Muhlis Sholehudin <sup>1)</sup>, Sampir Andrean Sukoco <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Prodi Ilmu Administrasi Niaga

STIA Pembangunan Jember

email: muhlissholehudin28@gmail.com

<sup>2)</sup>Dosen Prodi Ilmu Administrasi Niaga

STIA Pembangunan Jember

email: andreansukoco@gmail.com

**ABSTRAK**

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang merupakan respon atau evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan pelanggan antara harapan dengan yang pelanggan dapatkan. Dalam penelitian ini diteliti mengenai Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada EXIST Foto Copy Di kecamatan Wuluhan.

Jenis Penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan data dari observasi dan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 40 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Teknik Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis serta analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Yang dibuktikan pada secara parsial diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  3,838 >  $t_{tabel}$  1,684 serta fasilitas ( $X_2$ ) secara parsial juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  2,239 >  $t_{tabel}$  1,684. Dengan demikian kontribusi dari pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) masing masing adalah 51,7 % dan 49,3 % dikontribusi oleh faktor lainnya yang tidak diterangkan pada penelitian ini.

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

**ABSTRACT**

*The main problem in this research is customer satisfaction which is a response or evaluation of the mismatch that the customer feels between expectations and what the customer gets. In this study investigated the effect of service quality and facilities on customer satisfaction at EXIST Photo Copy in Wuluhan district.*

*The type of research that the author uses in this study uses a quantitative type with data from observations and questionnaires. The number of samples used was 40 people. The sampling technique used in this study was purposive sampling technique, which is a sampling technique when all members of the population are used as the sample. The data analysis technique used is descriptive analysis, reliability test, validity test, classical assumption test, hypothesis testing and multiple linear regression analysis.*

*Based on the results of research that has been carried out simultaneously, there is a positive and significant relationship between service quality ( $X_1$ ) and facilities ( $X_2$ ) on customer satisfaction ( $Y$ ). As evidenced by the partial results obtained that the quality of service ( $X_1$ ) has an effect on customer satisfaction ( $Y$ ) with a value of  $t_{count} 3.838 > t_{table} 1.684$  and facilities ( $X_2$ ) partially also affect customer satisfaction ( $Y$ ) with a value of  $t_{count} 2.239 > t_{table} 1.684$ . Thus the contribution of the influence of service quality ( $X_1$ ) and facilities ( $X_2$ ) was 51.7% and 49.3% respectively contributed by other factors which were not explained in this study.*

**Keywords:** *Service Quality, Facilities, and Customer Satisfaction.*

## 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi semakin pesat. Segala aktivitas bisa dilakukan dengan pemanfaatan teknologi. Contoh teknologi yang umum digunakan ialah mesin Foto Copy, sebelum adanya mesin Foto Copy pekerjaan penggandaan dokumen dilakukan secara manual, dengan adanya mesin fotokopi membuat pekerjaan semakin cepat dan mudah utamanya penggandaan dokumen tanpa harus menyalin satu per satu serta data berkas dokumen yang digandakan dapat disimpan dimesin Foto Copy sehingga sewaktu waktu akan menggandakan tanpa harus membawa berkas lagi. Bahkan sekarang sudah ada Foto Copy *digital* yaitu penggandaan dokumen dengan menggunakan komputer dan hasilnya melalui mesin Foto Copy. Kecanggihan mesin Foto Copy membuat usaha ini mempunyai peluang yang menarik. Usaha ini umumnya lokasinya berdekatan dengan instansi kampus, sekolah, perkantoran, dan juga di tempat keramaian yang padat seperti jalan raya. Supaya dapat meningkatkan penjualan, perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan melengkapi fasilitas yang dibutuhkan konsumen atau pelanggan agar memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal.

Manajemen pemasaran ialah seni dan ilmu dalam pemilihan segmentasi pasar serta mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Pemasaran ialah salah satu proses dimana masyarakat kelompok maupun individu mendapatkan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menawarkan, menciptakan, serta secara bebas mempertukarkan produk/jasa yang bernilai menurut orang lain (Astuti & Amanda, 2020:2).

Menurut Rangkuti (2006:266) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai respon pelanggan kepada evaluasi ketidaksiuaian antara tingkat kepentingan yang dirasakan dan kinerja nyata sesudah pemakaian.

Menurut Tjiptono dan Dana, (2017:3) mengemukakan “kualitas pelayanan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dalam melakukan penjualan apakah diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya sesuai atau harapan pelanggan” .

Menurut Kotler dan Sofyan, (2013:3) fasilitas adalah suatu kesediaan penyedia jasa untuk menyuguhkan dan dinikmati konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan yang maksimal. Fasilitas ialah semua hal untuk mendukung kenyamanan konsumen yang secara fisik disediakan oleh jasa.

EXIST Foto Copy & Stationery merupakan usaha toko yang bergerak dibidang jasa Foto Copy *digital* printing dan penyedia barang alat tulis kantor atau alat tulis sekolah, yang terletak di Jl. Pahlawan No. 79 kecamatan Wuluhan kabupaten Jember. Jam operasional pada usaha ini mulai pukul 07.00 – 20.30 WIB. EXIST Foto Copy Berdiri sejak tahun 2012 yang mempunyai 5 karyawan , 2 komputer dan 3 mesin fotokopi serta menjual ATK / ATS dalam jumlah bijian dengan sistem penjualan dengan membayar langsung. Jasa fotokopi ini sangat dibutuhkan dan tidak lepas di mata siswa, pegawai, maupun masyarakat pada umumnya. Dari usaha perjualan ATK/ATS dan jasa Foto Copy yang dilakukan oleh EXIST Foto Copy, tampaknya terus berkembang dengan usaha berbagai macam promosi yang telah dilakukan oleh EXIST Foto Copy agar khalayak ramai tahu berbagai macam produk yang dijual. Dalam kondisi persaingan yang sangat ketat disektor jasa Foto Copy dan ATK, ada beberapa usaha toko yang membuka jasa yang sama dan juga terdapat keluhan yang umumnya dirasakan oleh konsumen, Adapun Usaha Foto Copy Dokecamatan Wuluhan sebagai berikut:

Tabel.1 Usaha Foto Copy Kecamatan Wuluhan

NO	NAMA USAHA	ALAMAT
1	Wilis Foto Copy	Dukuhdempok – Wuluhan
2	Mofed Foto Copy & Stationery	Dukuhdempok – Wuluhan
3	Via Foto Copy	Dukuhdempok – Wuluhan
4	KPRI Foto Cpy	Dukuhdempok – Wuluhan
5	Mutu Foto Copy	Dukuhdempok – Wuluhan

Sumber : *Peneliti, 2020*

Para pesaing tersebut melakukan penjualan dan penawaran yang diberikan kepada konsumen untuk menarik konsumen sehingga menjadi pelanggan perusahaan bahkan usaha tersebut tidak terlalu jauh dengan usaha Foto Copy pesaingnya. Akan tetapi, konsumen maupun pelanggan lebih banyak yang tertarik pada EXIST Foto Copy hal ini dikarenakan pelanggan merasa lebih dekat dan

terdapat fasilitas yang tidak ada pada Foto Copy pesaing.. Ketika pengamatan penulis melihat jumlah pelanggannya lebih banyak daripada yang lain, hal ini dikarenakan usaha tersebut bekerjasama dengan instansi dan sekolah, disamping itu karena tempatnya yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian di EXIST Foto Copy. Terdapat juga 40 pelanggan EXIST Foto Copy yang sering melakukan pembelian.

Berdasar pada observasi awal penulis, melihat bahwa keramaian toko di EXIST Foto Copy belum tentu bisa memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan penambahan konsumen baru, hal ini dikarenakan pelayanan yang kurang maksimal dan fasilitas yang kurang memadai dapat juga mempengaruhi kepuasan pelanggan / konsumen. Dan seperti minuman dingin, tempat duduk, kipas angin yang kurang, sistem pembayaran tidak kompueterisasi, serta persediaan ATK/ATS yang kurang lengkap. Pemilik pernah mengatakan bahwa tempat usaha dinyatakan kurang lebar tetapi juga masih mengeluh bahwa toko dalam status kontrak kurang 2 tahun. Dan jika melakukan perpindahan tempat usaha dikhawatirkan apakah instansi / sekolah / pelanggan tidak masih mau untuk kerjasama dengan toko Foto Copy , karena jarak dan suasana juga akan mempengaruhi suasana kebatinan pelanggan atau konsumen dalam memenuhi kebutuhan Foto Copy mereka yang sifatnya mendesak/mendadak.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada EXIST Foto Copy di kecamatan Wuluhan**”

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pemasaran**

Pemasaran ialah proses dari manajerial yang menjadikan individu atau kelompok mendapatkan keinginan mereka yaitu kepuasan pelanggan melalui cara cipta, tawar, dan tukar produk/jasa yang bernilai kepada orang lain atau aktivitas yang menyangkut penyampaian produk/jasa melalui produsen ke konsumen atau pelanggan . Sasaran dari pemasaran ialah pelanggan baru baru dengan cara harga murah, promosi, dan pertahankan pelanggan, menurut Sudarsono, (2020:2).

Triyono dan Warnadi (2019:2) menyatakan pemasaran ada jika orang mengambil keputusan untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhannya melalui suatu metode yakni pertukaran. Terlaksananya pertukaran ini apabila memenuhi syarat-syarat di bawah ini:

1. Adanya dua belah pihak.
2. Setiap pihak memiliki hal yang bernilai untuk pihak lainnya.
3. Setiap pihak dapat mengkomunikasikan atau menukar hal yang bernilai tersebut.
4. Setiap pihak mempunyai hak menerima ataupun menolak kepada hal yang ditawarkan tersebut.

Adapun tujuan dari pemasaran ialah untuk mengetahui, mengerti, dan memahami pelanggan sebaik mungkin hingga produk/jasa terdapat kesesuaian dengan harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan, kemudian melakukan transaksi penjualan menurut caranya.

## 2.2 Pemasaran Jasa

Manajemen pemasaran terdapat juga pemasaran jasa yang dilakukan oleh pebisnis. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:7) Jasa ialah aktivitas ekonomi yang memberikan manfaat bagi konsumen pada saat dan tempat tertentu, sebagai wujud hasil dari aktivitas menciptakan perubahan dari keinginan diri. Adapun pemasaran jasa ialah sebagai media penghubung antara organisasi / pihak produsen dengan konsumennya. Adanya penghubung ini dikatakan berhasil apabila segala upaya aktivitas pemasaran diorientasikan kepada pasar.

## 2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah sejauh mana perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan dari pelayanan yang mereka dapatkan. Kualitas dapat diukur dengan membandingkan pelayanan yang mereka terima dan harapan sebenarnya yang mereka harapkan.

Untuk dimensi pengukuran didasarkan teori oleh Kotler, (2012:499) sebagai berikut :

- X1.1 *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.
- X1.2 *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- X1.3 *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- XI.4 *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
- X1.5 *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

## 2.4 Fasilitas

Fasilitas ialah sarana pelaksanaan fungsi guna memudahkan serta melancarkan pelayanan. Menurut Indra dan Lupioadi, *et.al.*, (2013:3) mengemukakan bahwa fasilitas ialah penampilan yang berupa fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan atau peralatan. Fasilitas termasuk juga alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya variabel ini menurut Suwithi dan Mongkaren, (2013:1) menggunakan indikator :

- a. Kebersihan dan kenyamanan ruangan. (Berkaitan dengan suasana toko, perlengkapan dan peralatan toko).
- b. Keamanan.
- c. *Security* 24 jam.
- d. Tempat parkir.

Sedangkan menurut Tjiptono dan Munawir, (2013:2). indikator fasilitas ada enam, yaitu :

1. Pertimbangan/Perencanaan spasial

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

### X2.1 Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu di perhatikan selain daya tamungnya, juga perlu di perhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahanya.

### X2.2 Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang mmberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang di maksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: Ketersediaan listrik, meja atau kursi, *internet hot spot area*, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

### X2.3 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 jasa perlu di kaitkan dengan efek emosional dari warna yang di pilih.

### X2.4 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 pemilahan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk

maksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, atau papan informasi (yang di tempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

#### X2.5 Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya seperti : Tempat parkir, tempat makan dan minum, mendengarkan musik, dan internet.

### 2.5 Kepuasan Pelanggan

Menurut Atmadjati dan Kotler (2018) Ada beberapa indikator untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, diantaranya adalah :

- a. *Complain and suggestion system*. Dalam hal ini upaya perusahaan diwujudkan dengan memberikan amplop yang tertera alamat perusahaan guna pelanggan dapat menuliskan dan menyampaikan keluhan, kritik dan saran.
- b. *Customer satisfaction survey*. Dalam hal upaya perusahaan diwujudkan dengan melakukan survei guna mengukur pendapat pelanggan. Survei bisa diberikan melalui pos, telepon, wawancara langsung hingga pengisian angket.
- c. *Ghost shopping*. Upaya perusahaan ini diwujudkan dengan memerintahkan seseorang untuk menjadi pembeli misterius yang menyampaikan keunggulan serta kelemahan pelayanan. Dan menyampaikan semua hal yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan manajemen.
- d. *Lost customer analysis*. Hal ini diwujudkan dengan upaya perusahaan mengatasi atau mungkin sudah terlambat teratasi mengenai pelanggan yang berpindah perusahaan dengan cara menghubunginya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui jelas permasalahan apa yang sebenarnya terjadi.

Irawan, (2003:22) mengemukakan bahwa terdapat lima faktor utama yang dapat menentukan tingkat kepuasan seorang pelanggan :

- Y.1 Kualitas produk yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- Y.2 Kualitas pelayanan yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- Y.3 Faktor emosional yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- Y.4 Harga yaitu produk yang memiliki kualitas yang sama namun menetapkan yang secara rasional terbilang murah akan lebih bernilai tinggi bagi pelanggan.
- Y.5 Biaya yaitu tidak ada tarif tambahan atas pengiriman barang atau jasa serta tidak perlu repot membuang waktu untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan ialah suatu hal yang akan membuat pelanggan puas terhadap pelayanan tersebut.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan pada EXIST Foto Copy sebanyak 40 pelanggan yang terdiri dari individu dan dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan Oktober tahun 2020. Penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan purposive sampling.

#### 3.2 Metode Analisis data

Di dalam analisis data, penulis menggunakan Metode Analisis Regresi Berganda. Metode analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada EXIST Fotocopy. Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software* SPSS versi 22.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Uji Kualitas Data

Berdasarkan hasil uji validitas seluruh item variabel memiliki nilai koefisien lebih dari 0,323 dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05. Uji reliabilitas nilai koefisien cronbach Alpha seluruh variabel lebih dari 0,6. Sehingga item pernyataan seluruh variabel valid dan reliabel.

#### 4.2 Hasil Analisis Data

##### 4.2.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Melihat hasil SPSS versi 22 tersebut dibawah ini diketahui *r square* atau  $R^2$  sebesar 0, 517 atau 51,7% yang berarti bahwa sumbangan atau kontribusi dari variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,517. Sedangkan sisanya 49,3 % dikontribusi oleh faktor lainnya yang tidak diterangkan pada penelitian ini.

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736a	.542	.517	1.714

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 22, September 2020

#### 4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Koefisien regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil perhitungan regresi linier berganda dengan SPSS versi 22 adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Analisis regresi linier berganda  
**Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.496	1.728		4.918	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.385	.100	.520	3.838	.000
Fasilitas (X2)	.198	.088	.303	2.239	.031

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 22, September 2020

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,496 + 0,385 X_1 + 0,198 X_2$$

Kepuasan Pelanggan = 8,496 + 0,385 Kualitas pelayanan + 0,198 Fasilitas

Dari persamaan model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

a. Konstanta (a) : 8,496

Nilai konstanta positif sebesar 8,496 artinya menunjukkan bahwa jika variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan fasilitas (X<sub>2</sub>) dianggap 0 atau tidak diterapkan maka variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 8,496.

b. Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>)

X<sub>1</sub> = 0,385 yang berarti bahwa dengan peningkatan 1 variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), maka akan meningkatkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,385 .

c. Fasilitas (X<sub>2</sub>)

X<sub>2</sub> = 0,198 yang berarti bahwa dengan peningkatan 1 variabel fasilitas (X<sub>2</sub>) maka akan meningkatkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,198.

### 4.3 Hasil Uji Hipotesa

#### 4.3.1 Uji Hipotesa Secara Simultan

Uji Secara Simultan dengan menggunakan uji F bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan fasilitas (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Apabila jumlah variabel sebanyak 2 variabel Independent dan satu variabel

Dependent dengan jumlah responde sebanyak 40 maka dpat diketahui bahwa F tabel sebesar 3,232

Tabel 4. Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.325	2	64.162	21.850	.000 <sup>b</sup>
	Residual	108.650	37	2.936		
	Total	236.975	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Fasilitas (X<sub>2</sub>), Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 22, September 2020

Berdasarkan tabel 4. diketahui bahwa F hitung sebesar 21,850 lebih besar dari F tabel sebesar 3,232. Hal ini menunjukkan bahwa menerima Hipotesa Alternatif. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan fasilitas (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Signifikansi hitung sebesar 0,000 yang kurang dari derajat kebebasan 0,05 maka hubungan pengaruh tersebut dikatakan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan fasilitas (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

#### 4.3.2 Uji Hipotesa Secara Parsial

Dalam penelitian menggunakan uji t peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan responden sebanyak 40 maka t tabel sebesar 2.026. Hasil uji hipotesis menggunakan uji t disajikan dalam bentuk tabel 4.15.

Tabel 5. Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.496	1.728		4.918	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.385	.100	.520	3.838	.000
	Fasilitas (X2)	.198	.088	.303	2.239	.031

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 22, September 2020

Berdasarkan tabel 5. menyatakan bahwa :

a. Pengaruh  $X_1$  terhadap Y

Dengan t hitung sebesar  $3,838 > t$  tabel sebesar 2, 026 dan signifikansi hitung sebesar  $0,000 < \text{derajat kebebasan } 0,05$  maka menerima Hipotesa Alternatif secara signifikan. Artinya Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap Y

Dengan  $t_{\text{hitung}}$  sebesar  $2,239 > t_{\text{tabel}}$  sebesar 2, 026 dan signifikansi hitung sebesar  $0,000 < \text{derajat kebebasan } 0,05$  maka menerima Hipotesa Alternatif secara signifikan. Artinya Fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

#### 4.4 Pembahasan

##### 4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari pernyataan yang telah diketahui pada hasil penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yaitu dengan Jawaban rata rata Sangat setuju sebesar 23%, Setuju 47%, Cukup setuju 25 %. hal ini dapat dilihat di EXIST Foto Copy setiap pagi sebelum bekerja diberi pengarahan atau motivasi, melayani pelanggan dengan baik, ramah, kata kata nya harus halus, tidak boleh wan prestasi ( ingkar janji ), dokumen yang di fotocopy harus terjaga dengan baik. Dan karyawan dalam melakukan pelayanan dengan pelanggan selalu memperhatikan peralatan pokok yang dimiliki oleh perusahaan berupa mesin Foto Copy , komputer, mesin laminating dan scan apakah masih baik, melakukan permintaan Foto Copy pelanggan sesuai dengan yang diinginkan serta pelayanan disesuaikan tepat waktu, tanggap berupa respon karyawan terhadap permasalahan pelanggan dan dapat memberikan informasi yang cepat, serta jelas kepada pelanggan sebelum melakukan Foto Copy, memberikan jaminan dan kepastian yaitu keamanan dokumen terjamin dan bila jumlah yang di Foto Copy banyak diselesaikan sesuai janji atau kesepakatan dan memberikan perhatian yang tulus pada pelanggan yaitu karyawan menunjukkan sikap yang menyenangkan terhadap pelanggan.

Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada EXIST Foto Copy berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh EXIST Foto Copy Wuluhan itu baik atau tidak. Bahwa pelayanan yang baik memberikan kenyamanan pada pelanggan, maka penelitian ini mendukung pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Brillyan Jaya Sakti dan Machfudz (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat diketahui juga bahwa di EXIST Foto Copy kualitas pelayanan rata rata memuaskan pelanggan.

#### 4.4.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari pernyataan yang telah diketahui pada hasil penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yaitu dengan sangat setuju 31% setuju 33% cukup setuju 30% , hal ini dapat dilihat kegiatan Fasilitas yang dilakukan karyawan pada EXIST Foto Copy sebelum melakukan pekerjaan seperti membersihkan mesin Foto Copy, mesin laminating, komputer, bersih bersih ruang ATK, membersihkan lantai, menhidupkan lampu, mengecek kecerahan lampu, membersihkan halaman parkir, mengecek mesin fotocopy, menyediakan tempat duduk dan mengecek hasil fotocopy. Disamping itu, karyawan juga melakukan merancang ruangan untuk mempermudah pelanggan dalam melihat pelayanan karyawan dibagian mesin Foto Copy, printer, komputer dan mesin laminating, menyediakan tempat duduk yang memberikan kenyamanan pada pelanggan dalam hal menunggu / istirahat dan ruangan harus tampak bersih., melihat lampu ruangan, lampu parkir harus tampak terang sehingga memberikan kejelasan disaat pelanggan melihat/membaca, memasang himbuan informasi yang tertulis berupa dilarang merokok dalam ruangan, petunjuk perlengkapan pembuatan SKCK, Panduan pembuatan akta kelahiran, label harga Foto Copy, untuk memberikan kemudahan dalam membacanya dan menyediakan tempat parkir yang aman dan nyaman pada pelanggan.

Dari hasil kegiatan tersebut dapat diartikan bahwa fasilitas pada EXIST Foto Copy berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas yang modern dan tersedia cukup bagi pelanggan akan merasakan kemudahan pelanggan dalam melakukan pembelian serta memberikan kenyamanan dan keamanan kepada pelanggan di EXIST Foto Copy. Maka penelitian ini mendukung pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Munawir (2018) yang menyatakan variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat diketahui juga bahwa fasilitas yang ada pada EXIST Foto Copy layak untuk digunakan.

#### 4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari pernyataan yang telah diketahui pada hasil penilaian responden terhadap Kepuasan pelanggan yaitu dengan sangat setuju 66%, Setuju 57%, cukup setuju 20%, hal ini dapat dilihat pada EXIST Foto Copy sebelum melakukan kegiatan melayani pelanggan memastikan pesanan barang atau dokumen Foto Copy yang akan diambil pelanggan, memastikan bahwa dokumen sudah ada berkas asli serta terdapat nota dan menghubungi pelanggan melalui Whatshap atau handphone ketika barang Foto Copy sudah selesai digandakan. Memastikan fasilitas pelanggan yang digunakan dalam keadaan bersih. Dan didalam melakukan kegiatan operasional saat bekerja karyawan juga memastikan bahwa kualitas hasil Foto Copy baik tulisan maupun gambar cukup jelas, tidak ada coretan maupun flek flek hitam, karyawan EXIST Foto Copy melakukan pelayanan ramah dan menyenangkan, karyawan EXIST Foto Copy cepat dalam

menangani kebutuhan pelanggan dan sabar ( tidak mudah emosi ), harga Foto Copy *digital* di EXIST lebih murah atau sesuai dengan kualitas dan pelayanannya, melakukan pemesanan produk Foto Copy dengan pembayaran bon (akhir bulan) bagi pelanggan.

Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas pada EXIST Foto Copy berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan yang nyaman dan fasilitas yang cukup membuat pelanggan merasa kerasan dalam melakukan transaksi maupun penggandaan barang di EXIST Foto Copy. Maka penelitian mendukung pada penelitian terhadulu yang dilakukan oleh Toriq dan Martoadmodjo ( 2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai r sebesar 34, 44% pada kualitas pelayanan dan 4,41% pada Fasilitas. Dapat juga diketahui pada EXIST Foto Copy bahwa kualitas pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **5. Kesimpulan dan Saran**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan, tujuan penelitian dan analisa pembahasan maka dapat diperoleh suatu keputusan antara lain adalah

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sesuai uji hipotesa yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,838 yang lebih besar dari t tabel sebesar 2,026 serta signifikansi hitung sebesar 0,000 yang kurang dari tingkat kebebasan sebesar 0,05
2. Fasilitas Berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sesuai uji hipotesa yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,239 yang lebih besar dari t tabel sebesar 2,026 serta signifikansi hitung sebesar 0,000 yang kurang dari tingkat kebebasan sebesar 0,05
3. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara signifikan sebesar 51,7% terhadap Kepuasan Pelanggan sesuai analisa Adjusted Determinasi yang menunjukkan angka 0,517 dan uji hipotesa yang ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 21,850 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,232 serta signifikansi hitung sebesar 0,000 yang kurang dari tingkat kebebasan sebesar 0,05

### **5.2 Saran**

Melihat hasil penelitian ini, saran yang dapat penulis ajukan adalah

1. Bagi EXIST Foto Copy Wuluhan yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, juga harus memperhatikan kepuasan pelanggan, karena dengan kualitas pelayanan dan fasilitas tersebut, akan menghasilkan capaian yang sangat positif dalam rangka membentuk loyalitas pelanggan dan pengembangan usaha EXIST Foto Copy

2. Untuk penelitian selanjutnya, dapat mengembangkan lagi variabel – variabel atau indikator lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan maupun loyalitas terhadap pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam.2018. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Ashari, Purbayu Budi Santoso. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft excel dan SPSS*. Yogyakarta.
- Barata, Atep Adya.2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Bertens K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: KANISIUS.
- Dana.2017. *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2085/465>. ( Diakses Tanggal 20 Februari 2020 ).
- Fatihudin didin, Anang Hermansyah. 2019. *Pemasaran Jasa ( Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*.Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam.2006. *Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo, Anggota IKAPI.
- Indra Lutfi Sofyan, Ari Pradhanawati, Hari Susanta Nugraha. 2013. *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*.
- Inggang, Nuralam P, 2017. *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Epress.
- Irawan, Handi.2003. *Indonesian Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Gramedia.
- Juharni.2017. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management*. Makassar.CV.SAH MEDI.
- Kotler dan Keller.2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*.Jakarta.ERLANGGA.
- Maryati.F,. & Husada,NE.,2020. *Pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam*. Jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id. (Diakses pada Tanggal 7 Juli 2020)
- MeilindaM.A,. & Ratnasari,S.R.L,..2019.*Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hana HotelBatam*.<http://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/Manajerial/article/view/76> ( Diakses pada Tanggal 3 April 2020).

- Miguna, Astuti & Amanda, Agni Rikita.2020.*Pengantar Manajemen Pemasaran (books.google.co.id)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Muhson,Ali.2005.*Diklat mata kuliah. Aplikasi komputer*. Pendidikan Ekonomi.FiSE UNY.
- Munawir. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi*.
- Rangkuti, Freddy.2006.*Measuring Customer Satisfaction (books.google.co.id)*. Jakarta: PT. Gramedia Media Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customere Care Excellent*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sakti,B.J,. & Mahfudz. 2018. *Analisis pengaruh kualitas Layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)*.ejournal3.undip.ac.id .(Diakses pada tanggal 10 Mei 2020).
- Siregar.2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*.Jakarta. KENCACA.  
.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*.Jakarta. KENCACA.
- Srijani,N,. & Hidayat,AS,.2017. *pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di aston madiun hotel & conference center*. Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi.Neliti.com.( Diakses pada tanggal 10 Mei 2020).
- Sudarsono, Heri. 2020.*Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur.CV.Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif danR&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suyanto M. 2004. *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Syarifuddin,PR,. & Sari,D,. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dakam membentuk loyalitas pelanggan fitness center ( Studi pada Galby Gym muscle Building and fitness club Jl. Peta Bandung*.http:// ejurnal.eproceedings of management. ( Diakses pada Tanggal 3 April 2020).
- Toriq,M,. & Martoatmodjo,S,. 2014. *Pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan pada spbu pertamina 54.612.64 di sidoarjo*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen.Academia.edu.(Diakses pada tanggal 10 Mei 2020).
- Wardani & Triyono, Aris. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia Media Utama.