

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT CAHAYA EXPRESS DI KOTA BATAM

Oskar¹⁾, Tiurniari Purba²⁾

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: pb160910452@upbatam.ac.id

ABSTRACT

PT. Cahaya Express is a private company engaged in the freight forwarding business that provides goods shipping services for containers fully loaded (Full Container) or those with a small load via sea shipping. Facilities and service quality variables at PT Cahaya Express are still lacking, of course it will bring negative effects if solutions are not sought to overcome them. Therefore, this study aims to determine and analyze the effect of facilities and service quality on customer satisfaction of PT. Cahaya Express. This study has a population of 219 customers. The sample used is a simple random sampling technique that is said to be simple because the sampling of members of the population is done randomly without regard to existing strata. The results of the sample were 141 customers with the results of the Slovin formula calculation. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The data processing method in this study uses SPSS 25. Based on the test results, it states that the facilities and service quality simultaneously have a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords: Facility Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Ditengah kemajuan usaha yang terus bertumbuh, kompetisi yang terjadi pada perusahaan yang bergerak dalam jasa ekspedisi semakin ketat karena terlihat dengan banyaknya pengusa yang berusaha seoptimal mungkin untuk menambah jumlah pelanggan sebanyak-banyaknya. Usaha dibidang ekspedisi adalah spesialis penyedia layanan pengiriman barang disertai dengan berbagai fungsi dan fasilitas untuk transportasi mengangkut barang dari satu lokasi ke lokasi tujuan lain.

Hasil dari akibat pemakian jasa yang telah dirasakan oleh pelanggan terhadap jasa yang digunakan adalah tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan bisa membuat penilaian-penilaian tertentu berdasarkan pengalaman pelanggan pemakai jasa dengan membangun keperayaan. Penilaian yang telah dibuat akan mengubah setiap tindakan dari pelanggan berdasarkan perbandingan dari satu pesaing ke pesaing lainnya yang sudah pernah digunakan jasanya. Kepuasan konsumen merupakan rasa kecewa atau senang seorang atau lebih ketika membandingkan hasil kinerja yang dirasakan setelah menggunakan jasa tersebut (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018:79).

Terdapat sebuah faktor yang berpengaruh kepada kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah dasar dari pengambilan keputusan dari pelanggan guna menggambarkan derajat kepuasan pelanggan dengan penyebaran media dari pelanggan yang satu ke pelanggan lainnya secara lisan dalam bentuk sambatan, saran, dan alterasi. Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur terpenuhinya kebutuhan konsumen dengan cara mengukur tingkat layanan yang diberikan. Kualitas Pelayanan diwujudkan dengan membuat keseimbangan antara harapan konsumen dan keinginan konsumen yang dipenuhi dengan ketepatan peneturan bahasa (Munawir, 2018:206).

Faktor lain yang berpengaruh kepada kepuasan pelanggan adalah fasilitas. Fasilitas juga merupakan hal yang diperhatikan oleh pelanggan. Kelengkapan dan desain yang menarik akan membuat pelanggan puas. Fasilitas merupakan media yang berguna melantaskan dan mempermudah aktualisasi peran (Iskandarsyah & Utami, 2017).

PT. Cahaya Express adalah perusahaan non pemerintahan yang bergerak pada bidang ekspedisi yang mampu mengirim barang dengan menggunakan peti kemas dalam jumlah yang besar atau penuh (*Full Container*) ataupun dalam jumlah yang kecil atau tidak penuh melalui transportasi laut. PT Cahaya Express beralamat di Jalan Duyung Komplek Citra Permai blok B no 11. PT Cahaya Express khusus berjalan dari Singapore ke Batam ataupun Batam ke Singapore. Adapun perusahaan lain yang menjual jasa yang sama dengan PT Cahaya Express yaitu PT Tri Regional Logistik dan PT Infiniti Marine.

Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Cahaya Express. Perihal ini di nilai berdasarkan keluhan yang di terima melalui telepon ataupun email, hal ini terjadi pelanggan telepon ke kantor PT Cahaya Express untuk mencari customer service yang bersangkutan untuk mengurus peti kemasnya dan customer servicenya sering tidak di tempat, itu akan membuat pelanggan marah karena bisa menyebabkan peti kemas tersebut kelewatan kapal. Terkadang customer service lambat merespon email dari pelanggan itu akan membuat pelanggan menilai pelayanan PT Cahaya express kurang dan kecewa terhadap kinerja customer service PT Cahaya express. Dengan situasi ini makanya pelanggan akan kecewa, mengalih kepada perusahaan jasa lain yang bisa memberikan pelayanan yang lebih puas. Ketika masalah tersebut terjadi makanya akan menyebabkan turunnya penjualan PT Cahaya Express.

KAJIAN TEORI

Fasilitas

Fasilitas merupakan kausa kapabilitas berwujud yang sudah tersedia sebelumnya dan dilakukan sebelum promosi dilakukan untuk menawarkan jasa perusahaan kepada pelanggan. Fasilitas sendiri berguna untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk menikmati jasa yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan. (Munawir, 2018:208)

Fasilitas adalah seluruh aset berbentuk fisik yang bisa digunakan oleh para tamu untuk melakukan aktivitas dan kegiatan selama berada dalam perusahaan guna memenuhi segala kebutuhan yang diinginkan tamu, apa yang dibutukan para tamu harus di sediakan terlebih dahulu. (Pantilu, Koleangan, & Roring, 2018: 3725).

Fasilitas merupakan seluruh peralatan berbentuk fisik guna meningkatkan kenyamanan pelanggan yang disediakan oleh pemberi jasa agar konsumen merasa nyaman saat bertransaksi pada perusahaan dan juga bertujuan mempertahankan royalitas pelanggan terhadap perusahaan. (Mananeke, 2017:3550).

Berikut berbagai indikator fasilitas untuk diteliti, yaitu (Tjiptono, 2014:161):

1. 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 ruangan

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/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

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.

5. Warna

Pandangan orang tentang warna sangat menarik karena diantara mereka mengklaim bahwa warna mempunyai kekuatan untuk mampu merangsang perasaan dan emosi khusus.

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Faktor kunci nan selalu mempengaruhi indikator ini adalah 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.

Kualitas

Kualitas pelayanan yaitu kepuasan konsumen yang dipenuhi melebihi ekspektasi konsumen yang dinilai dengan tolak ukur konsumen dengan cara memberikan pelayanan jasa (Mardizal, 2017 : 129).

Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur terpenuhinya kebutuhan konsumen dengan cara mengukur tingkat layanan yang diberikan. Kualitas Pelayanan diwujudkan dengan membuat keseimbangan antara harapan konsumen dan keinginan konsumen yang dipenuhi dengan ketepatan peneturan bahasa (Munawir, 2018:206).

Terdapat dua pandangan mengenai kualitas pelayanan yaitu kualitas bersudut pandang internal dan kualitas bersudut pandang eksternal. Sudut pandang internal didefinisikan sebagai *zero defect* ("*doing it right the first time*") maka dapat diartikan sebagai kesamaan dengan prasyarat), sudut pandang eksternal pemahaman kapasitas, ekspektasi, sikap dan *customer delight* yang dapat diartikan sebagai kesenangan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016:133)

Terdeskripsi lima indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut ((Tjiptono & Chandra, 2016:169):

1. Aspek Fisik

Aspek Fisik dapat berupa kenyamanan dan penampilan fasilitas fisik yang dapat diberikan Pelanggan yang memudahkan Pelanggan untuk mencari barang yang dibutuhkan.

2. Reliabilitas

Reliabilitas dapat berupa menempati janji dan memberikan pelayanan yang tepat.

3. Interaksi Personal

Interaksi Personal lebih terhadap cara karyawan dalam melayani Pelanggan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan memiliki sikap yang baik ataupun sopan

4. Pemecahan Masalah

Pemecahan Masalah merupakan penanganan yang dilakukan setelah pembelian, seperti penanganan retur, komplain dari Pelanggan dan pertukaran produk.

5. Kebijakan Pelayanan

Kebijakan Pelayanan secara langsung yang dapat dipengaruhi oleh toko, seperti fasilitas parkir, pemakaian kartu dan yang lainnya.

Kepuasan

Kepuasan konsumen dapat diartikan menjadi tolak ukur dari tingkat kebaikan atau keburukan atas jasa perusahaan itu sendiri ditandai dengan oleh terpenuhinya ekspektasi konsumen (Mardizal, 2017 : 129).

Kepuasaan Pelanggan adalah respons Pelanggan terhadap pendekatan rekaman terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (kondisi kinerja spesifik) yang dinyatakan setelah konsumsi produk dan kinerja aktual produk, karena Kepuasaan pelanggan dinilai dan diakui (Tjiptono & Chandra, 2016:205)

Kepuasaan Pelanggan adalah pandangan Pelanggane bahwa produk yang baik puas dengan produk dan kecewa. Semua Pelanggan mengharapkan apa yang mereka beli, sehingga mereka cocok dengan apa yang diharapkan dari suatu produk yang menciptakan perasaan bahagia, atau sebaliknya (Kotler & Keller, 2016:153).

Dari pengertian yang ada diatas maka diambil kesimpulan tentang kepuasaan Pelanggan dimana, Kepuasaan Pelanggan adalah suatu persepsi dimana apabila harapan pelanggan di bawah yang diinginkan timbul kekecewaan jika persepsi cocok selaras harapan pelanggan untuk menciptakan kepuasaan, kegembiraan, dan membentuk dasar untuk mencapai adanya kesetiaan pada produk dan sebaliknya.

Terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan diteliti menjadi seperti dibawah ini (Aswad et al., 2018:80)

1. Kinerja yaitu kemampuan perusahaan untuk mewujudkan apa yang menjadi ekspektasi pelanggan, ukurannya adalah sama dengan atau lebih ekspektasi pelanggan tersebut.
2. Harga yaitu kemampuan perusahaan untuk mematok harga dengan menyalarkan kapasitas pembeli kemudian meningkatkan kualitas pelayanan. Konsekuensi yang dihasilkan adalah kemungkinan penurunan laba tetapi hal ini meningkatkan profitabilitas dalam hal lainnya selain kepuasan pelanggan.
3. Ekspektasi yaitu kemampuan perusahaan menyesuaikan harapan konsumen dan mewujudkannya

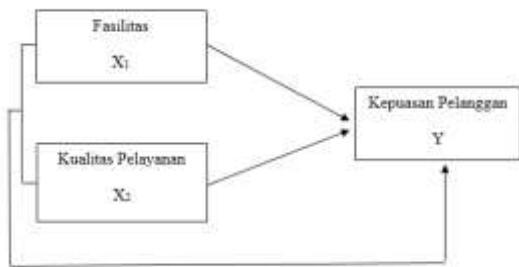
Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang dikerjakan oleh (Munawir, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan pelanggan Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi didapatkan hasil bahwa Variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan (bersama-sama) dan secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 76,8% dan sisanya 23,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Begitu juga dengan penelitian yang dikerjakan oleh (Mananeke, 2017) dengan judul Pengaruh Desain Layout, Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matahari Departemen Store Mega Mall Manado diperoleh hasil Variabel Desain Layout berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Variabel Kualitas Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dan penelitian yang dikerjakan oleh (Mardizal, Utami, & Amaluis Dina, 2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Golden Futsal Simpang Haru Padang diperoleh hasil Kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Golden.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Konsep desain penelitian yang ada diuji agar bisa menghasilkan suatu kesimpulan pada deskripsi penelitian dimana merupakan desain penelitian. Konsep ini merupakan program yang komprehensiif. Program yang bermaksudkan agar diterapkan pada penelitian dimulai dengan adanya relisasi sampai data terbaru. Strukturr adalah badan dari hubungan antara perusahaan atas konsep kerja dan variabel penelitian (Sugiyono, 2016:72)

Pendekatan deskriptif merupakan desain dalam penelitian ini serta menerapkan teknik analisis kuantitatif. Penelitian ini secara jelas mengelaborasikan dan menguraikan baik variabel independen maupun dependen. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan angket atau kuisioner dimana hal ini merupakan turunan dari survei kepada responden untuk diisi dan ditemukan jawabannya. Regresi Linear Berganda menjadi alat analisis penelitian yang digunakan oleh peneliti dan kemudian peneliti menggunakan tabel, grafik dan gambar untuk menyajikan hasil data dengan analisis dan diskusi bermanfaat untuk memperkuat penjelasan dalam penelitian.

Jika dipandang berdasarkan aspek cara pengumpulan data, pengumpulan data mampu dilaksanakan dengan kuesioner (angket), observasi (pengamatan), interview (wawancara) atau sekaligus dilakukan seluruhnya (Sugiyono, 2016:137). Secara spesifik kuesioner (angket) dijadikan sebagai teknik pengumpulan data yang dipilih peneliti. Kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan jawaban dari responden melalui pemberian pernyataan atau pertanyaan tertulis yang diukur dengan skala tertentu. Kuesioner menjadi hal yang paling efisien dalam menentukan apa harapan dari responden guna dijadikan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian. Kuisisioner memberikan kemudahan jika jumlah responden tersebar di berbagai wilayah dan dapat mencakup jumlah yang besar.

Tabel.1 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Lokasi Penelitian

Ditentukan bahwa lokasi penelitian ialah Kota Batam, pada PT Cahaya Express.

Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Fasilitas (X1)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	X1.1	0.821	0.361	Valid
2	X1.2	0.904	0.361	Valid
3	X1.3	0.882	0.361	Valid
4	X1.4	0.824	0.361	Valid
5	X1.5	0.928	0.361	Valid
6	X1.6	0.827	0.361	Valid

Sumber : SPSS 25, 2020

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas (X2)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	X2.1	0.96	0.361	Valid
2	X2.2	0.941	0.361	Valid
3	X2.3	0.885	0.361	Valid
4	X2.4	0.948	0.361	Valid
5	X2.5	0.95	0.361	Valid

Sumber : SPSS 25, 2020

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan (X3)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Y1	0.936	0.361	Valid
2	Y2	0.792	0.361	Valid
3	Y3	0.858	0.361	Valid
4	Y4	0.898	0.361	Valid
5	Y5	0.87	0.361	Valid

Sumber : SPSS 25, 2020

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Keterangan	Cronbach's Alpha	N of Items
Fasilitas (X1)	0.93	6
Pelayanan (X2)	0.964	5
Kepuasan (Y)	0.919	5

Sumber : SPSS 25, 2020

Pengolahan data menunjukkan hasil sebesar $0,930 > 0,80$ dari itu bisa ambil kesimpulan bahwa pernyataan pada X_1 dinyatakan realibel berkriteria sangat tinggi.

Pengolahan data menunjukkan hasil sebesar $0,964 > 0,80$, maka dari itu ditarik sebuah konklusi pernyataan pada X_2 dinyatakan realibel berkriteria sangat tinggi.

Pengolahan data menunjukkan hasil sebesar $0,919 > 0,80$ dari itu bisa ambil kesimpulan bahwa pernyataan pada Y dinyatakan realibel berkriteria sangat tinggi.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov

		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89968100
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.065
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : SPSS 25, 2020

Pada tabel diatas bisa diambil kesimpulan dimana hasil sebaran data yang normal memiliki signifikan $>0,05$. Hasilnya adalah $0,09 > 0,05$.

Hasil Uji Multikolininearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolininearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Fasilitas	.128	7.787
	Kualitas Pelayanan	.128	7.787

Sumber : 25, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki nilai VIF sebesar 7,787. Nilai *tolerance* pada variabel fasilitas dan kualitas pelayanan terdapat $0,128 > 0,10$. Hal ini membuat penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.293	.274		4.716	.000
	Fasilitas	-.050	.045	-.262	-1.111	.269
	Kualitas Pelayanan	.064	.049	.308	1.304	.194

a. Dependent Variable: ABS

Sumber : SPSS 25, 2020

Apabila hasil signifikan lebih besar 0,05 sehingga bisa dikatakan tidak terjadi gejala heteroedatisitas. Penelitian yang peneliti lakukan ini dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedatisitas karena nilai signifikan fasilitas (X_1) sebesar 0,269 dan kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,194. Kedua variabel mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,05

Hasil Uji Regresi

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.946 ^a	.894	.892

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 25, 2020

Pada tabel diatas, R^2 memiliki hasil sebesar 0,894. Dengan arti dimana persentase variabel terikat dijabarkan oleh variabel bebas memiliki 89,4% dan sisanya sebanyak 10,6% di jelaskan pada variabel lainnya selain yang dilakukan atau diambil oleh peneliti.

Hasil Uji T

Tabel 10. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.429	.393		3.633	.000
	Fasilitas	.316	.065	.376	4.868	.000
	Kualitas Pelayanan	.530	.070	.584	7.555	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 25, 2020

Hasil t_{hitung} yang ada di variabel fasilitas $4,868 > t_{tabel} 1,97730$ dimana nilai signifikan $t 0,001 < 0,05$. Melalui pernyataan yang ada bisa dinyatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak maka dari itu secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express. Hasil t_{hitung} yang ada di variabel kualitas pelayanan $7,555 > t_{tabel} 1,97730$ dimana nilai signifikan $t 0,001 < 0,05$. Melalui pernyataan yang ada bisa dinyatakan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak maka dari itu secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express.

Hasil Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4260.387	2	2130.193	581.847	.000 ^b
	Residual	505.230	138	3.661		
	Total	4765.617	140			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : SPSS 25, 2020

Pada tabel 11, ditemukan $F_{hitung}= 581,847$ dan $F_{tabel}=3,06$ bisa dikatakan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig sebesar $0,00 < 0,05$, maka dinyatakan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak. Dengan di terimanya H_3 dapat dinyatakan variabel fasilitas (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) bisa mendeskripsikan keberagaman dari variabel kepuasan pelanggan (Y). Maka dari itu variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Cahaya Express

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cahaya Express. Hasil t_{hitung} yang ada di variabel Fasilitas $4,868 > t_{tabel} 1,97730$ dimana nilai signifikan $t 0,001 < 0,05$. Melalui pernyataan yang ada bisa dinyatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak maka dari itu secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Cahaya Express.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cahaya Express. Hasil t_{hitung} yang ada di variabel kualitas pelayanan $7,555 > t_{tabel} 1,97730$ dimana nilai signifikan $t 0,001 < 0,05$. Melalui pernyataan yang ada bisa dinyatakan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak maka dari itu secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express

Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Cahaya Express

Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cahaya Express. Diliha dengan pengujian, hasil penelitian

dinyatakan bahwa $F_{hitung} = 581,847$ dan $F_{tabel} = 3,06$ bisa dikatakan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga bisa disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak. Dengan di terimanya H_3 dapat dinyatakan variabel fasilitas (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) bisa menggambarkan keberagaman dari variabel kepuasan pelanggan (Y). Maka dari itu variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express.

SIMPULAN

Dari seluruh penjabaran diatas, telah ditarik sebuah kesimpulan dan saran dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Cahaya Express”. Konklusi yang dapat dirumuskan adalah

1. Hasil t_{hitung} yang ada di variabel fasilitas $4,868 > t_{tabel} 1,97730$ dimana nilai signifikan t $0,001 < 0,05$. Melalui pernyataan yang ada bisa dinyatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak maka dari itu secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express.
2. Hasil t_{hitung} yang ada di variabel kualitas pelayanan $7,555 > t_{tabel} 1,97730$ dimana nilai signifikan t $0,001 < 0,05$. Melalui pernyataan yang ada bisa dinyatakan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak maka dari itu secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express
3. Fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan di PT Cahaya Express. Dinyatakan seperti ini karena $F_{hitung} = 581,847$ dan $F_{tabel} = 3,06$ bisa dikatakan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga bisa dikonklusikan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Putera Batam dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Terima kasih kepada pimpinan STIE Galileo dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terpublikasikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswad, S., Realize, & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center, 6(2), 77–85.
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2017). Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 129–141.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. (S. Wall, Ed.). Pearson Education Limited.
- Mananeke, L. (2017). Pengaruh Desain Layout, Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matahari Departemen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 5(3), 3549–3558.
- Mardizal, im. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Futsal Simpang Haru Padang. *Economica*, 5(2), 128–133. <https://doi.org/10.22202/economica.2017.v5.i2.418>
- Mardizal, I., Utami, H. Y., & Amaluis Dina. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Futsal Simpang Haru

Padang. *Journal of Economics and Economic Education*, 5(2), 128–133.

Munawir. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 204–215.

Pantilu, D., Koleangan, R., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado, 6(4), 3723–3732.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction* (Edisi keem). Yogyakarta: Andi Publisher.