

**KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus : Ahass Nusantara Sakti Nguter)**

**Bayu Aji Pamungkas, Supawi Pawenang, Ratna Damayanti**

Universitas Islam Batik Surakarta

Jl. Agus Salim No.10, Sondakan, Kec. Laweyan, Kota Surakarta 57147

Email : bayuajipamungkas638@gmail.com

**Abstract :** *This study aim to determine the effect of service quality, price, and facilities on customer satisfaction of Ahass Nusantara Sakti Nguter. The population used in this study were all customers at Ahass Nusantara Sakti Nguter 2017-2019, namely 15,228 people. The sample used was 100 people. In this study, the technique of withdrawal and sampling was taken using the convenience sampling technique. The analysis technique used I multiple linear regression. The test results on service quality variables affect customer satisfaction, price affects customer satisfaction. While the test results on the facility variable showed no effect on customer satisfaction. The service quality variable has the most dominant influence on Customer satisfaction of Ahass Nusantara Sakti Nguter.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Facilities.*

## **1. PENDAHULUAN**

Layanan transportasi untuk masyarakat telah menjadi kebutuhan yang sangat penting. Yang perlu dimaksud adalah bagaimana suatu metode transportasi dapat membantu setiap pergerakan yang masyarakat lakukan. Jumlah usaha yang terus bertambah akan membuat persaingan yang dapat meningkatkan daya cipta dan perkembangan bagi para visioner bisnis sehingga mereka juga dapat meningkatkan sifat item yang mereka kelola.

Ide kualitas layanan telah menjadi faktor utama dalam pencapaian bisnis. Karena, seandainya pembeli merasa bahwa kualitas layanan yang mereka dapatkan dapat diterima atau sesuai bentuk. Pembeli yang sangat puas akan mempercayai dan fokus pada jasa, akan lebih mudah untuk membentuk tujuan pembelian kembali. Dengan kualitas bagus dan solid, barang tersebut akan secara konsisten ditanamkan ke dalam jiwa pembeli, karena pelanggan dengan senang hati membayar sejumlah uang tunai untuk membeli barang berkualitas. Salah satu pendekatan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya adalah dengan barang berkualitas dan kualitas pelayanan yang bagus. Persaingan yang semakin ketat memengaruhi perluasan permintaan pembeli hingga ke pelayanan. Ini harus diramalkan dengan prosedur yang benar, termasuk dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Salah satu pendekatan untuk membuat kemajuan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga pembeli merasa puas setelah melakukan transaksi.

Dari sudut pandang pembeli, biaya secara teratur digunakan sebagai penunjuk nilai yang signifikan ketika dikaitkan dengan keuntungan nyata dari barang dagangan/jasa yang dikonsumsi oleh pembeli. Setiap perusahaan harus berusaha untuk membuat dan menyampaikan barang dagangan dan jasa yang dibutuhkan pembeli dengan biaya yang masuk akal. Ini menyiratkan bahwa nilai yang ditetapkan oleh perusahaan harus sesuai dengan kualitas dan keuntungan yang dirasakan pembeli.

Terlepas dari faktor harga, keunggulan perusahaan penyedia jasa dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan kepada pembeli. Fasilitas merupakan cara untuk mendorong penggunaan fungsi atau kemudahan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan (Suharso dan

Retnoningsih, 2014:138). Kehadiran fasilitas, misalnya kotak saran dan pengaduan akan membantu perusahaan dalam memperoleh data tentang apa yang dibutuhkan pelanggan secara konstan.

Pelanggan mengalami tingkat kepuasan dan kekecewaan yang berbeda setelah mendapatkan setiap bantuan sesuai dengan tingkat di mana asumsi mereka dipenuhi atau dilampaui. Loyalitas konsumen penting dalam pengalaman dan evaluasi jasa perusahaan, karena loyalitas konsumen berkembang secara progresif dan tercipta setelah beberapa waktu. Pelayanan yang sangat besar akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan membawa keteguhan dan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut salah satu pelanggan Ahass Nusantara Sakti Nguter Bapak Margono (56 tahun), beliau mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ahass Nusantara Sakti Nguter sudah memuaskan dan baik. Untuk Harga yang ditawarkan pun masih relatif murah tergantung servis yang digunakan. Menurut Bapak Yatno (51 tahun) salah satu pelanggan Ahass Nusantara Sakti Nguter mengatakan fasilitas yang disediakan sudah cukup memadai, seperti misalnya ruang tunggu yang cukup luas, tersedianya air mineral gratis dan terdapat televisi di ruang tunggu untuk pelanggan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Ahass Nusantara Sakti Nguter salah satunya adalah kurangnya tempat parkir yang luas untuk pelanggan yang datang untuk membeli sperpart atau onderdil motor. Dengan cara ini, perusahaan harus memiliki pilihan untuk memahami keinginan pelanggan dan mempelajari elemen-elemen yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Ahass Nusantara Sakti Nguter.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pada definisi lain kepuasan pelanggan ialah unsur yang sangat berarti bagi suatu pengguna jasa agar mampu sukses menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Samudra, 2018:32).

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Endang, 2019:1033) kualitas pelayanan merupakan urusan nyata yang sifatnya dimiliki oleh perusahaan atau otoritas yang memberikan bantuan seperti kualitas layanan kepada konsumen, masyarakat atau sarana fasilitas pengguna tingkat pelaksanaan yang telah dicapai.

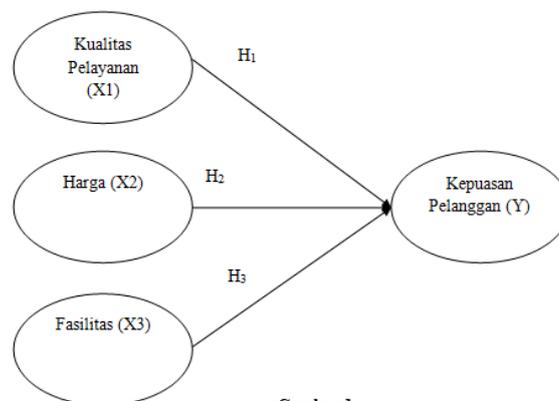
### **Harga**

Alma (2011:169) mendefinisikan bahwa harga yang dinyatakan dengan uang sebagai nilai suatu barang. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

### **Fasilitas**

Menurut (Endang, 2019:1033) fasilitas yaitu berbagai jenis peralatan, peralatan kerja dan layanan, yang merupakan alat/asisten utama untuk bekerja. Pada definisi lain fasilitas adalah fasilitas tambahan, termasuk semua jenis barang dan peralatan, peralatan dan layanan, yang fungsi utamanya adalah untuk melengkapi pekerjaan dan merupakan atribut utama yang harus dilakukan.

## Kerangka Pemikiran



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Ahass Nusantara Sakti tahun 2017-2019 yaitu 15.228 orang. Sampel yang digunakan sejumlah 100 orang. Dalam penelitian ini teknik penarikan dan pengambilan sampel diambil dengan menggunakan Teknik *Convenience Sampling*. Teknik *Convenience Sampling* yaitu kumpulan informasi-informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut (Sugiyono : 2011). Skala Pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji signifikan dengan menggunakan bantuan *SPPS 21 for windows*.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan tipe validitas konstruk (*construct validity*) dengan teknik *product moment*. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar (Sunyoto, 2016). Berikut hasil uji validitas :

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Butir Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)		
Pertanyaan 1	0,682	VALID
Pertanyaan 2	0,831	VALID
Pertanyaan 3	0,562	VALID
Pertanyaan 4	0,809	VALID
Pertanyaan 5	0,821	VALID
Pertanyaan 6	0,610	VALID
Harga (X2)		
Pertanyaan 1	0,545	VALID
Pertanyaan 2	0,611	VALID
Pertanyaan 3	0,783	VALID
Pertanyaan 4	0,854	VALID

Pertanyaan 5	0,857	VALID
Pertanyaan 6	0,822	VALID
Fasilitas (X3)		VALID
Pertanyaan 1	0,641	VALID
Pertanyaan 2	0,682	VALID
Pertanyaan 3	0,765	VALID
Pertanyaan 4	0,903	VALID
Pertanyaan 5	0,752	VALID
Pertanyaan 6	0,591	VALID
Kepuasan Pelanggan (Y)		VALID
Pertanyaan 1	0,799	VALID
Pertanyaan 2	0,585	VALID
Pertanyaan 3	0,699	VALID
Pertanyaan 4	0,705	VALID
Pertanyaan 5	0,577	VALID
Pertanyaan 6	0,524	VALID

Sumber : Data diolah SPSS 21 for windows

Hasil uji validitas pada tabel 1 yang telah dianalisa menggunakan bantuan SPSS. Dari hasil analisis diatas dapat di simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid. Karena nilai r hitung dari setiap item pertanyaan menunjukkan angka lebih besar dari r tabel 0,444.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan analisis *Alpha Cronbach* yang digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai reliabel (konsisten). Berikut hasil uji reliabilitas :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliable**

Variabel	R <sub>alpha</sub>	alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,778	0,60	Reliable
Harga (X2)	0,788	0,60	Reliable
Fasilitas (X3)	0,781	0,60	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,760	0,60	Reliable

Sumber : Data diolah SPSS 21 for windows

Berdasarkan tabel 2 di atas, maka dapat diketahui bahwa semua instrument yang digunakan untuk variabel dalam penelitian ini reliable. Sehingga instrument ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Simple Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,37971126
Asymp. Sig (2-tailed)		,989

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3 hasil pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov test menghasilkan *asymptotic significance* sebesar 0,989 dimana lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diperoleh normal.

2. Uji Multikolonieritas

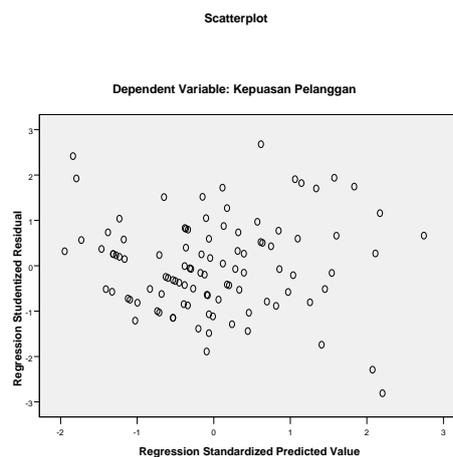
**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	,812	1,232
	Harga	,796	1,256
	Fasilitas	,850	1,177

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data diolah SPSS 21 for windows

Berdasarkan pola gambar *Scatterplot* dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak mempunyai pola yang teratur.

Sehingga variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas, maka dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan variable independent yaitu kualitas pelayanan, harga dan fasilitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 5**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t	Sig.
(Constant)	7,344	2,623	,010
Kualitas Pelayanan	,384	3,545	,001
Harga	,360	4,607	,000
Fasilitas	-,142	-1,331	,186

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 5, maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 7,344 + 0,384 X_1 + 0,360 X_2 - 0,142 X_3 + e$$

Dimana :

1. Nilai konstan (a) sebesar 7,344
2. Pada variabel input yaitu kualitas pelayanan (X1) koefisien regresi 0,384 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,384. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin besar kualitas pelayanan, maka semakin besar pula tingkat kepuasan yang pelanggan rasakan.
3. Pada variabel input yaitu harga (X2) koefisien regresi 0,360 menunjukkan bahwa harga mengalami peningkatan sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,360. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga yang diberikan berkontribusi negatif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin besar harga, maka semakin kecil pula tingkat kepuasan yang pelanggan rasakan.
4. Pada variabel input yaitu fasilitas (X3) koefisien regresi -0,142 dan bernilai negatif yang berarti apabila variabel fasilitas turun sebesar 1%, maka variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,142 begitupun sebaliknya.

### Uji Hipotesis

1. Uji F

**Tabel 6**  
**Hasil Uji F**

Variabel	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.	Keterangan
(Constant)				
Kualitas Pelayanan	17,187	2,70	0,000	Ho ditolak
Harga				
Fasilitas				

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 6  $F_{hitung}$  adalah 17,187. Berdasarkan tabel F dengan tingkat signifikansi 0,000. Kemudian F tabel diperoleh rumus :

$$(k : n - k)$$

Dimana,

k : jumlah variabel bebas

n : jumlah responden sampel penelitian

Dari rumus di atas maka diperoleh  $k = 3$  kemudian  $n - k$  adalah  $100 - 3$  yaitu 97, sehingga diperoleh  $F_{tabel}$  pada kolom 3 di baris 97 yaitu sebesar 2,70.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $17,187 > 2,70$  hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Uji t

**Tabel 7**  
**Hasil Uji t**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3,545	1,985	,001	Ho ditolak
Harga	4,607	1,985	,000	Ho ditolak
Fasilitas	-1,331	1,985	,186	Ho diterima

Sumber : Data primer diolah, 2020

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh pada table 7 di atas dengan tarif signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96.3$  Dengan ketentuan tersebut maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Kesimpulan dalam pengujian  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut :

### 1. Kualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan table 7 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  kualitas pelayanan (X1) sebesar 3,545 lebih dari 1,985 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Harga (X2)

Berdasarkan table 7 dapat diketahui bahwa  $t_{hitung}$  harga (X2) sebesar 4,607 lebih dari 1,985 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Fasilitas

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa  $t_{hitung}$  fasilitas (X3) sebesar -1,331 lebih kecil dari 1,985 ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,591(a)	,349	,329	2,417

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan table 8 koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,329 atau 32,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 32,9% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variable kualitas pelayanan, harga dan fasilitas. Sisanya..67,1% dijelaskan oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 sampel tentang kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas sebesar 32,9% dan sisanya 67,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
5. Variabel regresi kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan variabel yang paling berpengaruh besar adalah kualitas pelayanan.

### Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa terdapat satu instrumen pada variable fasilitas yang memiliki rata-rata rendah yaitu "Ketersediaan tempat parkir dan toilet di Ahas Nusantara Sakti Nguter selalu diperhatikan keamanan dan kebersihannya". Hal ini memperlihatkan bahwa sebaiknya Ahas Nusantara Sakti Nguter lebih meningkatkan keamanan dari parkir dan sebaiknya Ahas Nusantara Sakti Nguter memperkerjakan seorang petugas parkir, sehingga kendaraan dapat terparkir dengan baik. Sebaiknya Ahas Nusantara Sakti juga memperhatikan kebersihan toilet agar pengunjung ketika menggunakan fasilitas tersebut tidak mengganggu kenyamanan pengunjung.

Sedangkan hasil penelitian pada variabel kualitas pelayanan dan harga menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan pelayanan dan harga yang diberikan oleh Ahas Nusantara Sakti Nguter. Dengan hasil tersebut maka Ahas Nusantara Sakti Nguter sebaiknya tetap mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang telah ada pada saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Endang, S. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (Jpim)*, 4(2), 1031–1042.
- Samudr, A. F. (2018). Kontribusi Kualitas Layanan Dan Fasilitas Kendaraan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Trayek Bandara Juanda-Bungurasih. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 01, 29-36.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso dan Ana Retnoningsih 2014. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang: Widya Karya.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.