



**PENGARUH FASILITAS KANTOR DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN
(Studi Pada Konsumen PO Al Mubarak)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Administrasi Bisnis**

Oleh :

**NABILA TITALIA SYAFA
21801092002**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2023**

RINGKASAN

Nabila Titalia Syafa, 2023, “**Fasilitas dan Kualitas terhadap Kepuasan konsumen (Studi Pada Konsumen PO Al Mubark Malang)**”. Dosen Pembimbing I : Daris Zunaida, S.AB, M.AB, Dosen Pembimbing II : Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Fasilitas dan Kualitas terhadap Kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Jumlah sampel yang diambil 100 responden dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,272 > 1,966$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,512 > 1,966$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang dibuktikan dengan hasil Uji F dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F_{tabel}$ atau $98,334 > 3,09$.

Kata Kunci : Store Atmosphere dan Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

SUMMARY

Nabila Titalia Syafa, 2023, "Facilities and Quality on Consumer Satisfaction (Study on Consumer PO Al Mubarak Malang)". Supervisor I : Daris Zunaida, S.AB, M.AB, Supervisor II : Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si

This study aims to determine the Facility and Quality of Consumer Satisfaction. This type of research is quantitative, the techniques used in this study are questionnaires and documentation. The number of samples taken was 100 respondents and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that the Facility variable (X1) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y) as evidenced by the results of $t_{count} > t_{table}$ or $7.272 > 1.966$ and a significance value of $0.000 > 0.05$. Product Quality Variable (X2) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y) as evidenced by the results of $t_{count} > t_{table}$ or $6.512 > 1.966$ and a significance value of $0.000 > 0.05$. The variables of facilities and service quality simultaneously influence consumer satisfaction as evidenced by the results of the F test with a significance level of $0.000 < 0.05$ and the calculated F value $> F_{table}$ or $98.334 > 3.09$.

Keywords: Store Atmosphere and Product Quality and Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PO AL Mubarak merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi. PO AL Mubarak yang bertempat di Jalan Indraprasta No 1 Malang, Jawa Timur ini berfokus pada usaha jasa persewaan bus pariwisata dan bus antar provinsi. PO AL Mubarak yang sudah berdiri sejak 2001 terus melakukan pengembangan usaha baik dari sarana dan prasarana tempat usaha maupun dari jumlah armadanya . PO AL Mubarak saat ini sudah memiliki 5 armada yang dapat dioperasikan dengan baik dan layak jalan. Armada bus yang dimiliki oleh PO AL Mubarak adalah bus dengan tipe SHD+ dan merupakan tipe tinggi dikelasnya. Bus ini biasa digunakan dalam perjalanan pariwisata atau ziarah-ziarah ke berbagai wilayah di Indonesia.

Peneliti yang sebelumnya telah melakukan survey pra penelitian pada konsumen dari PO AL Mubarak, mendapatkan beberapa informasi tentang konsumen dilapangan. Adapun informasi yang didapat ialah seputar keluhan dari konsumen pada pelayanan dan fasilitas yang diberikan PO AL Mubarak. Dari keluhan para konsumen peneliti melakukan pra penelitian terhadap fasilitas & kualitas terhadap kepuasan konsumen.

Namun disisi lain ada juga konsumen yang menyatakan bahwa fasilitas dari PO AL Mubarak terus berkembang dari waktu ke waktu meskipun ada juga pembenahan lain yang harus ditingkatkan. Dapat disimpulkan bahwa informasi yang didapat tersebut merupakan gambaran dari perasaan konsumen setelah menggunakan jasa PO Al Mubarak.

Menurut Kotler (2005:36) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Pengertian kepuasan konsumen menurut Alma (2006:238) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang karena dalam prosesnya perusahaan harus melakukan penciptaan prospek melalui kegiatan komunikasi dari mulut ke mulut dan juga memberikan mafaat produk kepada konsumen agar konsumen tidak merasa rugi terhadap pengorbanan yang diberikan.

Kepuasan konsumen bisa tumbuh dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan perasaan puas dan meminimalkan keluhan sehingga perusahaan mendapatkan pembelian konsumen secara berulang. Perusahaan harus bisa mengambil hati para konsumen & membuat mereka merasa puas dengan pelayanan yang perusahaan berikan kepada mereka. Mengutip dari Fandy Tjiptono

(2014:353) yang mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif. menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek. apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakaiannya.

PO Al Mubarak dapat mengetahui kepuasan konsumen yang dapat dilihat dari fasilitas dan kualitas pelayanannya. Mengingat berdasarkan informasi yang didapat pada saat survey pra penelitian, banyak konsumen yang berfokus pada fasilitas dan kualitas pelayanan bus AL Mubarak. Hal tersebutlah yang mendasari konsumen memutuskan untuk melakukan penyewaan jasa secara berulang ataupun tidak.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat nyata atau fisik yang disediakan langsung oleh perusahaan jasa untuk mendukung kenyamanan para konsumen (Kotler, 2009:45). Fasilitas dapat dilihat dari *exterior* yang ada dikantor dan juga nilai fungsi *exterior*. Penentuan fasilitas yang diberikan oleh suatu perusahaan ditata dan dipertimbangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pamakai atau yang melihatnya. Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana untuk memberikan kenyamanan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi para konsumen.

Fasilitas yang disediakan PO Al Mubarak dinilai kurang berfungsi dengan baik oleh para karyawannya. Karyawan PO AL

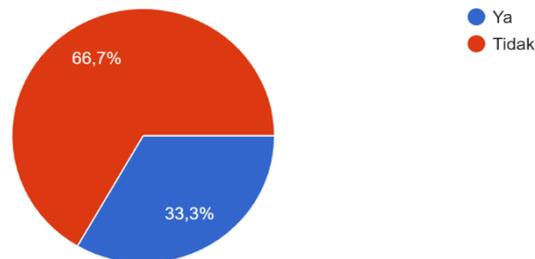
Mubarok sering mengeluhkan pekerjaannya dikarenakan *software* komputer yang disediakan PO AL Mubarok terhitung kuno dan sering tidak dapat dipergunakan dengan baik. Tidak jarang juga beberapa pencatatan yang ada diperusahaan ditulis manual pada buku atau kerap kali ditulis pada note *handphone* para karyawannya lalu di input kedalam komputer setelah komputer kantor dapat dipergunakan. Hal tersebut sangat disayangkan jika PO AL Mubarok kurang perhatian kepada fasilitas pendukung yang ada dalam perusahaannya, mengingat adanya banyak pencatatan dan pengiriman dokumen kepada pihak pihak tertentu yang harus dilakukan secara online.

Berikut beberapa fasilitas PO AL Mubarok yang sering mendapat keluhan. Fasilitas yang sering mendapatkan keluhan dari para konsumen adalah kondisi AC kantor yang bocor di bagian ruang tunggu konsumen, hal ini membuat konsumen tidak nyaman.

Beralih pada fasilitas lain yang dinilai kurang oleh para konsumen adalah desain tata ruang kantor yang kurang menarik dan membosankan dimata para konsumennya. Ruang tunggu konsumen di PO AL Mubarok dinilai kurang mampu memberi rasa nyaman untuk konsumennya. Selain itu fasilitas lain yang dinilai kurang ialah kelengkapan fasilitas yang disediakan oleh PO AL Mubarok. Fasilitas lain ialah toilet, toilet po al mubarok sudah cukup baik dalam segi kebersihan tetapi terdapat kurang pada bagian pintu yakni pintu toilet po al mubarok kurang bisa tertutup rapat.

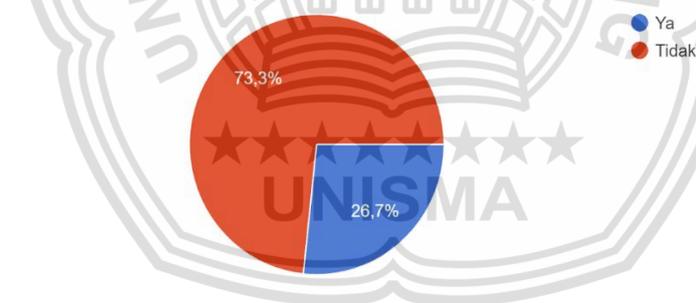
Selain fasilitas, hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan. Kualitas umumnya menggambarkan suatu karakteristik langsung dari produk atau jasa tersebut, seperti contoh : *performance* (kinerja), *reability* (keadaan), *ease of use* (mudah dalam penggunaan), *esthetics* (estetika), sedangkan dalam definisi strategis dinyatakan Hal ini sama seperti yang di jelaskan oleh Vincent dan Gasperz (2006:1). Kualitas menjadi hal yang penting bagi perusahaan karena keramahan pelayanan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Selain keramahan pelayanan, kecekatan dalam pelayanan juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut hasil interview dengan pemilik PO AL Mubarak, pada bulan Oktober 2021 – Desember 2021 mengalami penurunan penjualan sebesar 40%. Hal tersebut dikarenakan kurangnya armada yang seharusnya diberangkatkan sesuai jadwal dialihkan atau di jadwalkan ulang dikarenakan adanya beberapa armada yang kurang layak untuk diberangkatkan dan disebabkan oleh faktor lain adanya beberapa komponen atau fasilitas kendaraan yang rusak.



Gambar 1 Hasil Pra Penelitian Fasilitas PO AL Mubarak

Gambar diatas merupakan hasil kuesioner dari pertanyaan yang berisi apakah konsumen merasa puas terhadap fasilitas po al mubarak? Maka didapat hasil sebanyak 33,3% responden menjawab Ya dan 66,7% menjawab Tidak. Hal ini membuktikan bahwa konsumen PO AL Mubarak cenderung tidak puas dengan fasilitas yang disediakan PO AL Mubarak



Gambar 2 Hasil pra penelitian kualitas pelayanan PO AL Mubarak

Gambar diatas merupakan hasil kuesioner dari pertanyaan yang berisi apakah konsumen merasa puas terhadap kualitas po al mubarak? Maka didapat hasil sebanyak 26,7% responden menjawab Ya dan 73,3% menjawab Tidak. Hal ini membuktikan bahwa konsumen PO AL Mubarak cenderung tidak puas dengan kualitas pelayanan yang disediakan PO AL Mubarak

Melihat dari paparan tentang gambaran mengenai kondisi PO AL Mubarak baik dilihat dari fasilitas dan kualitas pelayanannya yang diduga dapat berdampak pada kepuasan konsumennya maka untuk mengetahui secara pasti penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Bus Pariwisata Po Al Mubarak Pada Komunitas Al Madinah)

B. Rumusan masalah

Dari masalah penelitian diatas maka dimunculkan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut ini :

1. Apakah terdapat pengaruh fasilitas kantor terhadap kepuasan konsumen Bus pariwisata PO Al Mubarak?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PO Al Mubarak ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kantor terhadap kepuasan konsumen PO AL Mubarak ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PO AL Mubarak
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada PO AL Mubarak

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen PO AL Mubarak

D. Manfaat penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kegunaan praktis :

Penelitian ini diharap bisa menjadi masukan bagi pihak PO AL Mubarak dalam mengetahui faktor faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan PO Al Mubarak sehingga dapat di terapkan sebagai strategi pemasaran di masa yang akan datang

- b. Kegunaan Teoritis :

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan referensi dan tambahan informasi bagi penelitian dengan topic yang sama pada peneliti yang akan datang

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penelitian, perumusan suatu masalah, tujuan penelitian dan juga sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang konsep teoritis sebagai dasar untuk melakukan analisis masalah yang merupakan hasil studi pustaka, kerangka pikir, dan pengembangan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang variabel penelitian serta definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, metode pengumpulan sebuah data, jenis dan sumber data, kerangka pemikiran dan hipotesis serta metode analisis yang dipergunakan untuk menganalisis data yang di peroleh

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meliputi gambaran umum sebuah perusahaan, responden penelitian, hasil analisa data dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh Fasilitas (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan cara uji t, maka dapat diperoleh nilai uji t adalah t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $7,272 > 1,966$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan cara uji t, maka dapat diperoleh nilai uji t adalah t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $7,512 > 1,966$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel Kualitas Pelayanan secara uji parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Berdasarkan hasil Uji F (simultan) diperoleh taraf signifikansi 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.05. Nilai $F_{hitung} = 561.477$ yang lebih besar dari $F_{tabel} = 3,09$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) dan Kualitas (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sehingga pada hasil uji simultan ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Dari segi fasilitas yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah X1.1 (3,53) dengan pertanyaan “Ruang kantor PO AL Mubarak didesain untuk memberi rasa nyaman konsumen” yang artinya konsumen tidak merasa nyaman terhadap ruang kantor yang didesain dan disediakan PO AL Mubarak. Jadi, perusahaan sebaiknya terus melakukan peningkatan dengan cara selalu berinovasi untuk memberikan rasa nyaman kepada para konsumennya.

Dari segi kualitas pelayanan indikator yang memiliki nilai rata – rata terendah adalah X2.1 (3,69) dengan pertanyaan “Karyawan cekatan dan dapat

diandalkan jika terdapat kendala dengan konsumen”. Yang artinya konsumen tidak merasa bahwa karyawan PO AL Mubarak tidak cekatan dalam melayani para konsumennya. Dengan hal ini sebaiknya PO AL Mubarak lebih memperhatikan lagi kinerja karyawannya dan meningkatkan lagi kecekatan kepada para konsumennya

Berdasarkan hasil Uji F (simultan) bahwa variabel fasilitas (X1) dan kualitas (X2) secara simultan berpengaruh signifikan kepuasan konsumen (Y) maka Po Al Mubarak lebih memperhatikan fasilitas yang berhubungan dengan kepuasan konsumennya dan juga lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat secara maksimal mempengaruhi kepuasan konsumen

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengerjakan skripsi sebagai acuan atau pelengkap dari penelitian terdahulu dan juga dengan menambah variabel-variabel lainnya ke dalam penelitian tersebut. Serta dijadikan pembeda antara penelitian selanjutnya dan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunti, Suharsimi. 2010. *“Prosedur Penelitian”* . Jakarta: Rineka Cipta
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia.
- Dr. Drs. Ec. Sentot Imam Wahjono, M. D. (2020). *Pengantar Bisnis*. Prenada Media.
- Dr. Hj. R. Dewi Pertiwi, S. M. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Deepublish.
- Haryanto, E. (2013). Kualitas layanan, fasilitas, dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor samsat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*.
- Irfan, A. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas.
- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta.
- Kusuma, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan .

Nurmalasari. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan Profira di Surabaya.

Putri, Y. (n.d.). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan studi pada pelanggan medin beauty. 2014.

Suliyanto.(2018). *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Andi

Sandu Siyoto, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing.

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

Sartika moha, s. L. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Dikota Manado.

Sugiyono,2007. *Metodelogi Penelitian Administrasi*. Jakarta : Grafindo.

Wiratna Sujrweni. (2018). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

Zeithaml, Valarie A. dan Mary Jo Bitner. 1996. *Service Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm*. Fourth Edition. New York: Mc Graw-Hill Inc.