

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENYEDIAAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KERETA API
INDONESIA (KAI) PALEMBANG**

Indah Permata Sari¹, Heriyanto², Irwan Septayuda²
Dosen Universitas Bina Darma^{2,2}, Mahasiswa Universitas Bina Darma¹
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 12 Palembang
Pos-el : indahi39@yahoo.com¹, Heriyanto@binadarma.ac.id²,
Irwanseptayuda@yahoo.co.id²

ABSTRACT : *This research is motivated because of the many customer complaints each year resulting impact on customer satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang located in Kertapati stations and operated by the Regional Division III Palembang is located in the province of South Sumatra, District Kertapati, Village Pack Rindo, Ki Morgan Street address.*

This study aims to determine the effect of two variables: the quality of service (X1) and Provision of Facilities (X2) on the Customer Satisfaction (Y). In this study, the data collected by the tools in the form of a questionnaire to 84 respondents, which aims to determine the respondents to each variable. The analysis includes the validity, reliability, multiple linear regression analysis, correlation analysis is simple, and the goodness of fit test (F test, t test, the coefficient of determination).

From the results of regression analysis showed that the variable quality of service and facility provision positive effect on customer satisfaction at PT. Railway premises (KAI) Palembang with service quality is the most influential variable to customer satisfaction, followed by facilities. Both of these variables influence by 19.5%, to customer satisfaction while the remaining 80.5% influenced by other variables.

Keywords: Quality of Service, Provision of Facilities, the Customer Satisfaction

ABSTRAK : Penelitian ini dilatarbelakangi karena masih adanya keluhan pelanggan tiap tahunnya mengakibatkan dampak pada kepuasan pelanggan pada PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang yang berada di Stasiun Kertapati dan dioperasikan oleh Devisi Regional III Palembang terletak di Provinsi Sumatra Selatan, Kecamatan Kertapati, Kelurahan Kemas Rindo, Alamat Jalan Ki Morgan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan (X1) dan Penyediaan Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 84 responden, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan

responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, reabilitas, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi sederhana, dan uji *goodness of fit* (uji F, uji t, koefisien determinasi).

Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kereta Api Indoensia (KAI) Palembang dengan kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, disusul dengan fasilitas. Kedua variabel ini berpengaruh sebesar 19,5%, terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 80,5% dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Penyediaan Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Transportasi berperan penting dalam menunjang pembangunan nasional dan merupakan sarana penting dalam memperlancar roda perekonomian serta mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan. Meningkatnya kebutuhan akan sarana transportasi seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia dan kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan akan jasa angkutan yang digunakan untuk mobilitas penumpang maupun barang untuk menunjang kegiatan ekonomi.

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan transportasi dari tahun ke tahun

semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini, dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, promosi di antara sekian banyaknya perusahaan jasa transportasi umum. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang memadai untuk menarik minat pelanggan.

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pimpinan pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh, Supranto (2011:228). Keunggulan

suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan/penumpang.

Algifari (2016 : 2) Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Algifari (2016 : 2). Jadi dapat diambil kesimpulan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring pelanggan. Pelanggan pada jaman

sekarang adalah pelanggan yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Tjiptono (2001 : 113) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang

digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat internasional/global, nasional, industri, dan perusahaan. Kepuasan pelanggan/penumpang ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Supranto (2011 : 224) Kepuasan pelanggan atau penumpang ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan atau penumpang, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Pada dasarnya, pengertian kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-sekurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Seperti seorang penumpang mengharapkan kereta api berangkat tepat waktu, akan tetapi kenyataannya sering terlambat, sehingga

mengecewakan/menimbulkan rasa tidak puas. Menurut Fandy Tjiptono (2015) kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern.

Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan. Oleh karena itu untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk

memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi. Pelayanan dan Fasilitas merupakan hal utama yang diprioritaskan oleh perusahaan-perusahaan jasa untuk mempertahankan jumlah/kuantitas pelanggan yang diharapkan.

Berdasarkan informasi diatas kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh banyaknya keluhan dari pelanggan seperti yang terdapat pada tabel jumlah keluhan pelanggan di Stasiun Kertapati seperti berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Keluhan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang Stasiun Kertapati

No	Tgl/b ln/th n	Keluhan Pelanggan	Jumlah
1	02/02 /2016	Pembatalan tiket kapan saja dan tidak hangus	1
2	04/04 /2016	Pengantar boleh masuk	1
3	07/04 /2016	Tiket promo tidak bisa dibatalkan dan uang tidak bisa dikembalikan	1
4	25/04 /2016	Tingkatkan kejujuran untuk petugas Lubuk Linggau	1
5	09/05 /2016	Kedatangan KA jarak jauh terlambat	1
6	10/06 /2016	Pembatalan tiket jangan dipersulit	1
7	16/07 /2016	Penumpang telat karena petugas loket tua dan memperlambat kinerja	1

Sumber : PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Divisi Regional III Palembang, 2016

Tabel 1.2
Jumlah Keluhan Pelanggan Terhadap Penyediaan Fasilitas PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang Stasiun Kertapati

No	Tgl/b ln/th n	Keluhan Pelanggan	Jumlah
1	12/01 /2016	Tiket tambahan untuk penumpang	1
2	12/01 /2016	Disediakan tempat untuk charger Hp	1
3	08/02 /2016	Tidak ada tangga untuk naik turun kereta	1
4	27/03 /2016	Penumpang boleh boarding setelah memiliki tiket	1
5	11/07 /2016	Kode Booking tidak jelas dan banyak calo	1
6	14/07 /2016	Kecewa tidak dapat tiket di loket sudah jauh dari luar kota	1

Sumber : PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Divisi Regional III Palembang, 2016

Dari Tabel 1.1 dan 1.2 dapat diketahui bahwa keluhan pelanggan di stasiun kereta api Kertapati Palembang secara kuantitatif jumlah keluhan yang terkumpul memang tidak terlalu signifikan jumlahnya pada bulan Januari – Juli 2016. Namun bukan berarti penanganan keluhan juga akan cepat ditangani sehingga pelanggan terkadang harus menunggu secara bergilir berdasarkan waktu penyampaian keluhan yang pada akhirnya berdampak pada kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan fasilitas sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang.

2. KAJIAN TEORI

1.

2.4 Definisi Fasilitas

Fandy Tjiptono (2014 : 159) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

Fandy Tjiptono (2001 : 113) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

2.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Rambat Lupiyoadi (2013 : 228) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Danang Sunyoto (2015 : 282) Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Muhammad Adam (2015 : 53) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang tidak senangnya setelah membandingkan kinerja (pelayanan atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

3. METODE PENELITIAN

PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Palembang yang berada di Stasiun Kertapati dan dioperasikan oleh Divisi Regional III Palembang terletak di Provinsi Sumatra Selatan, Kecamatan Kertapati, Kelurahan Kemas Rindo, Alamat Jalan Ki Morgan. Stasiun Kertapati berada di

atas pertemuan Sungai Organ dan Musi, dan merupakan salah satu dari 2 stasiun ujung di Sumatra Selatan. Jalur kereta api dari stasiun ini seluruhnya merupakan rel berukuran 1.067 mm yang termasuk sempit dan dengan ketinggian +2m dari permukaan sungai musu.

Salah satu keunikan di Drive III ini adalah stasiun pada kota besar satu-satunya di wilayah kerjanya yaitu Palembang tidak terletak di pusat kota seperti halnya di wilayah lain yang biasanya tepat berada di pusat kota. Kertapati yang tepat berada di tepian sungai musu menjadi stasiun ujung, dimana jalurnya tak terhubung ke pusat kota sebab kemungkinan Belanda sulit untuk membangun jembatan KA melintas sungai Musi pada masa lalu.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil dari Uji Validitas dan Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kualitas
Pelayanan (X1)

Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Hail
P1	0,215	0,300	Valid
P2	0,215	0,419	Valid
P3	0,215	0,509	Valid
P4	0,215	0,366	Valid
P5	0,215	0,245	Valid
P6	0,215	0,440	Valid
P7	0,215	0,404	Valid
P8	0,215	0,507	Valid
P9	0,215	0,505	Valid
P10	0,215	0,381	Valid

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Tabel di atas menunjukkan item-item pernyataan yang telah di uji kevaliditasnya dengan melihat tabel product moment di DF untuk r

tabel dengan skala 0,05, jika r hasil > r tabel, maka variabel tersebut valid atau reliabel. Jika r hasil < r tabel maka variabel tersebut tidak valid atau tidak reliabel. Adapun penjelasan sebagai berikut :

DF (Distribusi Frekuensi)

DF 84 = 0,215 (di lihat dari daftar r tabel)

Tabel 4.10
Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan
(X1)
Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,746	10

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Berdasarkan tabel diatas Alpha menunjukkan pada angka sebesar 0,746, ini menunjukkan bahwa nilai alpha cronbach's lebih dari pada nilai r tabel yaitu sebesar 0,746 > 0,215 atau juga dapat dijelaskan berdasarkan tabel inteprestasi korelasi angka 0,76 menunjukkan bahwa instrument yang dipakai dalam penelitian ini baik.

4.4.2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas Penyediaan Fasilitas (X2)

Hasil dari Uji Validitas dan Uji Reabilitas Penyediaan Fasilitas yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Penyediaan Fasilitas (X2)

Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Hasil
P1	0,215	0,346	Valid
P2	0,215	0,460	Valid
P3	0,215	0,498	Valid
P4	0,215	0,392	Valid
P5	0,215	0,642	Valid
P6	0,215	0,633	Valid
P7	0,215	0,704	Valid
P8	0,215	0,370	Valid
P9	0,215	0,498	Valid

			d
P10	0,215	0,410	Valid

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Tabel di atas menunjukkan item-item pernyataan yang telah di uji kevaliditasnya dengan melihat tabel product moment di DF untuk r tabel dengan skala 0,05, jika r hasil > r tabel, maka variabel tersebut valid atau reliabel. Jika r hasil < r tabel maka variabel tersebut tidak valid atau tidak reliabel. Adapun penjelasan sebagai berikut :

DF (Distribusi Frekuensi)

DF 84 = 0,215 (di lihat dari daftar r tabel)

Tabel 4.12
Uji Reabilitas Penyediaan Fasilitas (X2)
Validitas Penyediaan Fasilitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,810	10

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Berdasarkan tabel diatas Alpha menunjukkan pada angka sebesar 0,810, ini menunjukkan bahwa nilai alpha cronbach's lebih dari pada nilai r tabel yaitu sebesar $0,810 > 0,215$ atau juga dapat dijelaskan berdasarkan tabel inteprestasi korelasi angka 0,810 menunjukkan bahwa instrument yang dipakai dalam penelitian ini baik.

4.4.3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil dari Uji Validitas dan Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Hasil
P1	0,215	0,423	Valid
P2	0,215	0,338	Valid
P3	0,215	0,407	Valid

P4	0,215	0,493	Valid
P5	0,215	0,333	Valid
P6	0,215	0,464	Valid
P7	0,215	0,561	Valid

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Tabel di atas menunjukkan item-item pernyataan yang telah di uji kevaliditasnya dengan melihat tabel product moment di DF untuk r tabel dengan skala 0,05, jika r hasil > r tabel, maka variabel tersebut valid atau reliabel. Jika r hasil < r tabel maka variabel tersebut tidak valid atau tidak reliabel. Adapun penjelasan sebagai berikut :

DF (Distribusi Frekuensi)

DF 84 = 0,215 (di lihat dari daftar r tabel)

Tabel 4.14 **Uji Reabilitas Penyediaan Fasilitas (X2)** **Validitas Penyediaan Fasilitas (X2)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	7

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Berdasarkan tabel diatas Alpha menunjukkan pada angka sebesar 0,710, ini menunjukkan bahwa nilai alpha cronbach's lebih dari pada nilai r tabel yaitu sebesar $0,710 > 0,215$ atau juga dapat dijelaskan berdasarkan tabel inteprestasi korelasi angka 0,710 menunjukkan bahwa instrument yang dipakai dalam penelitian ini baik.

1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari Analisis Regresi Linear Berganda yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.15
Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	2,537	,416	6,105	,000
	X1	,139	,045	3,060	,003

X2	,304	,102
----	------	------

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Dari hasil Regresi Sederhana, diperoleh nilai koefisien Regresi X1 Kualitas Pelayanan sebesar 0,139 dan X2 Penyediaan Fasilitas sebesar 0,304 sedangkan Konstantanya (a) sebesar 2,537 maka dari hasil tersebut dapat dibentuk rumus persamaan untuk Regresi Sederhana sebagai berikut :

$$Y = 2,537 + 0,139 X1 + 0,304 X2$$

Adapun penjelasan dari persamaan Regresi Sederhana diatas adalah sebagai berikut :

1. Konstantanya sebesar 2,537 artinya Kualitas Pelayanan (X1) dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,139.
2. Konstantanya sebesar 2,537 artinya Kualitas Pelayanan (X2) dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,304.

2. Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,139 dan Penyediaan Fasilitas (X2) sebesar 0,34. Jika Kualitas

Pelayanan (X1) dan Penyediaan Fasilitas (X2) meningkat 1% maka akan terjadi peningkatan terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.5 Analisis Koefisien Korelasi

Hasil dari Analisis Koefisien Korelasi yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.16
Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,441 ^a	,195	,175	,30970

Sumber Data : Hasil SPSS 20.0

Dalam tabel 4.11 ini menunjukkan bahwa R sebesar 0,441. R dalam tabel ini ialah koefisien korelasi. Bila dilihat berdasarkan tabel representasi koefisien korelasi R sebesar 0,441 ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Penyediaan Fasilitas (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y1) dapat dikategorikan memiliki

hubungan yang **sedang** antara variabelnya dan ini dapat dilihat melalui interpersi koefisien korelasi yang *range*-nya berada dalam 0,40 - 0,599.

1.6 Koefisien Determinasi (R²)

Hasil dari Koefisien Determinasi (R²) yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,441 ^a	,195	,175	,30970

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Berdasarkan hasil tabel di atas, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,195 dimana analisis hitung $1 - 0,195 = 0,805$. Artinya nilai koefisien determinasi sebesar 0,805 atau 80,5% yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Penyediaan Fasilitas (X2) berpengaruh sebesar 19,5% terhadap

Kepuasan Pelanggan dan sisanya 80,5% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian seperti persepsi harga, persepsi nilai, keragaman barang, citra perusahaan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

1.7 Uji T

Hasil dari uji t (parsial) yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Uji T

Model	Coefficients		ANOVA ^a			
	Unstandardized Coefficients		Model	Sum of Squares	df	Mean Square
	B	Std. Error	1	Regression	Residual	Total
(Constant)	2,537	,416	6,105	,000		
1 x1	,139	,045	3,058	,003		
X2	,304	,102	2,975	,004		

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0

Berdasarkan hasil peangujian menggunakan Program SPSS 20.0 dapat di jelaskan ialah sebagai berikut :

Pada tabel 4.13 bahwa didapat Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3,058 dan Penyediaan Fasilitas (X2) sebesar 2,975 dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ artinya tolak H_0 dan terima H_a dengan demikian dapat disimpulkan

ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1), dan Penyediaan Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.8 Uji F

Hasil dari uji f yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 20.0 sebagai berikut :

Tabel 4.19
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square
1 Regression	1,880	2	
Residual	7,769	81	
Total	9,649	83	

Sumber Data : Hasil Uji SPSS 20.0
Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 9,801 lebih besar dari F_{tabel} (3.10), hal ini juga diperkuat dengan nilai taraf signifikan sebesar 0,000 atau signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka pada bab ini penulisan akan menarik kesimpulan dan selanjutnya akan memberikan saran-saran yang kiranya dapat membantu dalam memecahkan masalah-masalah.

1. Berdasarkan hasil konstanta sebesar 2,537 menyatakan bahwa jika mengabaikan Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Fasilitas, maka skor Y adalah 2,537. Koefisien Regresi X1 0,139 artinya X1 meningkat 1% maka akan terjadi peningkatan terhadap Y sebesar 0,139, dengan asumsi skor variable (X2) tetap/konstan. Koefisien Regresi X2 Variabel 0,304 artinya jika X2 meningkat 1% maka akan terjadi peningkatan terhadap Y sebesar 0,304 dengan asumsi skor Variabel (X1) tetap/konstan.
2. Berdasarkan koefisien korelasi, menunjukkan bahwa R sebesar 0,441. R dalam table ini ialah koefisien korelasi R sebesar 0,441 ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dikategorikan sedang antara variabelnya.
3. Berdasarkan Koefisien Determinasi sebesar 0,195 dimana analisis hitung $1 - 0,195 = 0,805$ atau 80,5% yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Fasilitas berpengaruh sebesar 19,5 % terhadap Kepuasan Pelanggan dan sisanya 80,5% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian. Berdasarkan simultan, dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} 9,801 > F_{tabel}$, hal ini juga diperkuat dengan nilai taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka berpengaruh signifikan.
4. Sedangkan berdasarkan Uji t (secara persial) bahwa t_{hitung} untuk variable Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3,058, sedangkan t_{tabel} (1,986). Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan 0,003 ($0,003 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa disiplin secara persial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian nilai t_{hitung} untuk variabel Penyediaan Fasilitas (X2) sebesar 2,975, $> t_{tabel}$ 1,985. Hal

ini juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,004$), maka berpengaruh signifikan antara penyediaan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Bandung: ALFABETA.
- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan*, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPF.
- Kuncoro. 2011. *Statistika Untuk Bisnis*. Salemba 4 : Surabaya
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Tiga, Jakarta : Salemba Empat.
- Moha, Sartika. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado*, Universitas Sam Ratulangi Manado, Jurnal Penelitian Terdahulu.
- Puranto Adi, W.A Thomas. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen*, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Jurnal Penelitian Terdahulu.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. 2011. *Pengaruh Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Edisi Empat, Jakarta: Rineka.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip Penerapan dan Penelitian*, Edisi Pertama, Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi Empat, Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET.

Umar, Husein. 2011. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.