

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN SERVIS KENDARAAN

Hamdan Berlian Wibisono¹, Andhatu Achsa²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Magelang, Indonesia
hamdanberlianwibisono@gmail.com¹, andhatuachsa@untidar.ac.id²

Abstract

Research conducted to analyze the effect of service quality and facilities on consumer satisfaction in conducting vehicle services at AHASS Astra Motor Kedungsari. The data used are primary data using questionnaire distribution techniques and conducting interviews. For this study the sample obtained amounted to 35 respondents, as well as by purposive sampling technique as for the criterion is someone who has serviced vehicles in AHASS Astra Motor Kedungsari, this research was conducted in February 2020. For the data analysis technique using validity, reliability, reliability, classic assumption test and multiple linear regression equations, and data processing using the SPSS version 25 application, the results of data analysis in accordance with the quality of service that consumer satisfaction in AHASS Astra Motor Kedungsari significantly also provides significant consumer satisfaction at AHASS Astra Motor Kedungsari and is related to simultaneous significant variable quality of service and facilities on significant consumer satisfaction at AHASS Asta Motor Kedungsari Magelang.

Keywords: *consumer satisfaction; service quality; facilities.*

Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian yaitu guna untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan servis kendaraan di AHASS Astra Motor Kedungsari. Data primer digunakan untuk penelitian ini dengan teknik penyebaran kuisioner serta melakukan wawancara. Untuk penelitian ini sampel yang diperoleh sebesar 35 orang responden, serta dengan teknik purposive sampling adapun kriterinya yaitu seseorang yang memiliki sepeda motor Honda, pernah membeli suku cadang dan pernah melakukan servis kendaraan di AHASS Astra Motor Kedungsari, pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2020. Teknik analisis data menggunakan Uji Instrumen berupa uji validitas, dan uji reliabilitas, kemudian menggunakan metode analisis persamaan regresi linier berganda, dengan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil analisis olah data menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari secara signifikan serta variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari secara signifikan dan adanya pengaruh simultan secara signifikan variabel kujalitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen secara signifikan di AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang.

Kata kunci : kepuasan konsumen, kualitas layanan, fasilitas

Corresponding author : andhatuachsa@untidar.ac.id

History of article: Received: Juni 2020, Revised: November 2020, Published: Januari 2021

PENDAHULUAN

Perusahaan yang berhasil memuaskan konsumennya memiliki citra yang positif di benak para konsumen dan jika konsumen merasakan adanya ketidakpuasan sehingga dapat mempengaruhi kesan yang buruk bagi perusahaan, kepuasan konsumen (consumer satisfaction) dapat memunculkan rasa loyalitas sehingga antara perusahaan dan konsumen memiliki timbal balik. Consumer satisfaction merupakan sebuah rasa positif konsumen dengan terpenuhinya kebutuhan dan harapan (Kotler, 2012). Untuk memuaskan konsumen maka harus mengidentifikasi atribut tentang kualitas produk dan pelayanan yang baik menurut persepsi konsumen berdasarkan pengalamannya setelah merasakan produk yang dirasakan. Dengan kata lain, kepuasan konsumen merupakan hal penting dalam menarik dan menjaga kesetiaan konsumennya (Kamal et al., 2019).

Kendaraan bermotor merupakan sebuah alat transportasi yang mayoritas digunakan oleh penduduk Indonesia untuk beraktivitas sehari-hari, sepeda motor memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kendaraan transportasi lainnya yaitu biaya perawatan dan biaya operasional kendaraan yang relatif lebih murah, selain itu harga kendaraan bermotor juga relatif terjangkau sehingga setiap tahunnya jumlah kepemilikan kendaraan bermotor mengalami peningkatan. Perusahaan juga bertanggung jawab terhadap produknya dengan menyediakan pelayanan setelah promosi dengan membuka bengkel resmi untuk melayani dan memfasilitasi konsumennya, sehingga bengkel resmi tersebut dituntut untuk menyediakan jasa perbaikan maupun pergantian suku cadang kendaraan (Armaniah et al., 2019).

AHASS Astra Motor dalam memenuhi kebutuhan konsumennya memberikan pelayanan jasa servis kendaraan bermotor dan selain itu juga menyediakan suku cadang original untuk melayani konsumen dalam melakukan pergantian suku cadang yang

mengalami kerusakan. Pelayanan servis yang disediakan oleh AHASS Astra Motor Kedungsari yaitu antara lain, layanan pemesanan antrian, pit express atau layanan bebas antri untuk pergantian part fast moving, Selain itu juga terdapat layanan service visit atau kunjungan layanan yaitu konsumen cukup menunggu teknisi datang untuk melakukan servis, dan layanan reminder service yaitu perusahaan mengingatkan konsumen melalui message atau telepon saat jadwal servis berikutnya untuk melakukan service kendaraannya.

Fasilitas adalah atribut yang paling utama dalam usaha dibidang jasa, terutama yang konsumen rasakan secara langsung dapat menilai berdasarkan atas apa yang di dapatkan sesudah menggunakan jasa tersebut. Persepsi yang dirasakan secara langsung oleh konsumen akan memiliki pengaruh terhadap kualitas jasa pada persepsi konsumen (Tjiptono, 2014). Untuk menunjang kepuasan konsumen, AHASS Astra Honda Kedungsari menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dinikmati secara langsung oleh konsumen agar konsumen tersebut merasa nyaman dan tidak bosan pada saat sedang menunggu proses perbaikan kendaraannya, maka terdapat fasilitas – fasilitas antara lain : Ruang tunggu yang nyaman dilengkapi pendingin udara serta terdapat port charging untuk ponsel maupun laptop, tempat duduk yang nyaman dan luas, terdapat makanan ringan dan minuman gratis, toilet yang bersih dan rapi dan terdapat mushola yang dapat digunakan oleh konsumen untuk beribadah. Diharapkan fasilitas yang disediakan oleh AHASS memadai dan mencukupi sehingga akan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen AHASS Astra Honda Kedungsari baik secara parsial maupun secara simultan.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang dilakukan pelayan untuk merespon konsumen yang ada berkaitannya dengan produk atau jasa yang di inginkan, pelayanan dinyatakan berkualitas jika konsumen merasakan lebih dari yang diharapkan (MZ, 2014). Kualitas layanan memiliki komponen yang dapat mempengaruhi konsumen antara lain kualitas teknis yaitu kualitas yang diterima oleh konsumen sebenarnya, dan kualitas fungsional yaitu bagaimana konsumen mendapatkan hasil teknis yang diterima (Hisam et al., 2016). Terdapat dimensi dalam kualitas pelayanan menurut Setiawan & Setiawan (2018) antara lain reliabilitas (kehandalan dalam pekerjaannya secara profesional dengan melakukan pekerjaannya sesuai dengan tepat waktu yang di inginkan konsumen), daya tanggap (kecepatan dalam merespon keinginan konsumen untuk segera menyelesaikan yang dibutuhkannya), empati (memberikan perhatian kepada konsumen untuk memahami masalah yang dihadapi konsumen sehingga dapat segera menyelesaikannya).

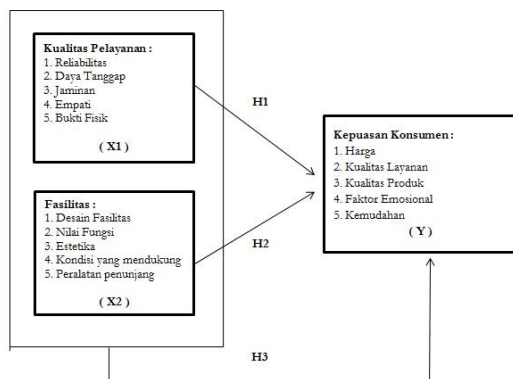
Berbeda dengan pendapat Hardiansyah, (2018) yang menyatakan bahwa dimensi dalam kualitas pelayanan terbagi menjadi ramah (*courtes*), sikap ramah yang harus dimiliki pelayan dalam merespon konsumen terhadap apa yang di inginkan oleh konsumen; memahami pelanggan (*understanding customer*), merespon konsumn untuk mengetahui apa yang sedang diperlukan oleh konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut; akses (*aces*), memberikan layanan kemudahan berkomunikasi dengan konsumen agar tujuannya dapat tercapai.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan konsumen, pada umumnya fasilitas yang disediakan yaitu seperti kerapian serta kebersihan tempat, kelengkapan yang ditawarkan, dan desain

interior maupun eksterior serta yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen akan mempengaruhi persepsi konsumen dalam menilai kualitas jasa tersebut (Sofyan et al., 2013).

Tingkatan kepuasan konsumen dapat terlihat ketika konsumen mengonsumsi produk barang atau jasa melalui tanggapan emosional dengan membandingkan kualitas pengalaman dengan ekspektasi sebelumnya setelah menggunakan jasanya tersebut, kepuasan konsumen terjadi jika yang diterima tepat dengan ekspektasinya atau dapat melebihi ekspektasinya. (Joshi & Sankaranarayanan, 2016). Konsumen yang merasakan puas akan berpeluang untuk membeli atau menggunakan barang atau jasanya kembali pada saat dibutuhkannya dikemudian hari (Harfika & Abdullah, 2017). Kepuasan konsumen memiliki beberapa dimensi diantaranya (a) harga (*price*), seseorang konsumen yang lebih menyukai harga murah akan merasakan kepuasan yang di dapatkan berupa nilai uang yang lebih tinggi, tetapi bagi konsumen yang mementingkan kualitas tidak menyukai harga yang murah; (b) kualitas layanan (*service quality*), kualitas layanan berhubungan dengan dengan teknologi, manusia, dan sistem, kepuasan konsumen yang mempengaruhi kualitas layanan sulit untuk ditiru karena adanya bentuk perilaku dan sikap yang bersamaan dengan tujuan perusahaannya; (c) kualitas produk (*product quality*), kepuasan konsumen didasarkan pada ekspektasi terhadap kualitas produk yang diterimanya, jika kualitas dapat melebihi ekspektasi konsumen maka akan memunculkan persepsi kualitas yang baik di benak konsumen; (d) faktor emosional, faktor emosional dapat memunculkan rasa percaya diri dan rasa bangga saat konsumen dalam menggunakannya; (e) kemudahan (*efficiency*), kemudahan saat mendapatkan produk atau jasa serta kemudahan dalam melakukan transaksi dapat membuat konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri bila merasakan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi yang

diatawarkan oleh perusahaan (Kurniasari & Hadi, 2012).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu (a) diduga adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Astra Motor Kedungsari, (b) diduga adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Astra Motor Kedungsari, (c) kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Astra Motor Kedungsari.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan data primer serta cara perolehan datanya menggunakan wawancara langsung terhadap responden dan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini yaitu konsumen AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang yang memiliki sepeda motor Honda, pernah membeli suku cadang dan yang pernah melakukan servis kendaraannya, jumlah sampel yaitu 35 responden dengan cara *purposive sampling* dalam penarikan sampelnya, penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2020. Metode analisis data penelitian ini menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan software SPSS 25.

Bivariate pearson (*product moment pearson*) digunakan dalam menguji kevaliditasan kuesioner, dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan cara memperhitungkan perbandingan besarnya hasil R tabel dengan R hitung, kuesioner valid jika R hitung > dari R tabel dan sebaliknya (Rahmawanti et al., 2014).

Reliabilitas merupakan pengukuran yang menyatakan seberapa jauh alat pengukuran yang digunakan tersebut tidak bias (tanpa kesalahan) serta menanggung konsistensi dalam pengukuran di berbagai poin pada instrumen tersebut. Dasar pengambilan keputusannya yaitu besarnya nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel (Sujarweni, 2014).

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini dikarenakan pengukuran pada semua variabel dilakukan bersamaan pada waktu yang sama serta data dalam penelitian ini bukan tipe data time series yang melihat korelasi antara suatu periode pada periode sebelumnya. Kolmogorov smirnov digunakan untuk melakukan pengujian normalitas sebaran data penelitian ini, data dapat berdistribusi normal ketika memiliki nilai signifikansi > 0,05 dan dinyatakan tidak berdistribusi normal jika nilai sig dibawah 0,05 (Ghozali, 2016). Tujuan dilakukan uji multikolinearitas dapat melihat korelasi didalam variabel independen, kolinearitas menyebabkan tingginya variabel pada sampel sehingga dapat menyebabkan setandar error yang tinggi ketika pengujian koefisien, dengan membandingkan besarnya nilai VIF dan tolerancy dapat mengetahui multikolinearitas. Variabel dinyatakan tidak bergejala multikolinearitas ketika hasil uji nilai toleransi > 0,100 dan nilai VIF < 10,00, dan jika hanya terdapat dua variabel independen maka besarnya nilai tolerance dan VIF akan sama (Ghozali, 2016). Output pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk

memprediksi perbedaan variance dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya, dalam mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan metode uji rank spearman. Data dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas ketika memiliki nilai sig > 0,05 dan jika nilai sig < 0,05 maka dinyatakan adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang dapat dilihat melalui *multiple regression analysis* untuk analisisnya :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

b1, b2 : Koefisien regresi masing-masing variabel

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Fasilitas

e : Residual

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu (a) adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Astra Motor Kedungsari, (b) adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Astra Motor Kedungsari, (c) kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Astra Motor Kedungsari.

Kualitas pelayanan yang diterima secara langsung oleh pelanggan akan mempengaruhi persepsi kepuasan konsumen terhadap layanan yang diterima saat pegawai tersebut merespon yang diinginkannya, ketika konsumen merasa puas terhadap layanan akan memunculkan ketertarikan untuk menggunakan jasanya kembali dikemudian hari. Hasil temuan dari penelitian (Lubis & Andayani, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap

kepuasan pelanggan pada PT. Sucofindo Batam. Fasilitas yang lengkap serta disediakan oleh perusahaan dapat membuat konsumen merasa puas karena dengan adanya fasilitas tersebut dapat membantu memudahkan konsumen saat menggunakan jasanya. Penelitian tentang fasilitas dalam mempengaruhi kepuasan konsumen yang dilakukan oleh (Iskandarsyah & Utami, 2017) menyatakan bahwa hasil penelitiannya fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Hadrah Property.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis data untuk uji validitas menunjukkan besaran nilai R hitung setiap variabel lebih besar dari nilai R tabel (R hitung > R tabel), sehingga item dalam kuesioner penelitian dapat dikatakan valid. Untuk uji reliabilitas dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *cronbach alpa* variabel kualitas layanan (0,672), fasilitas (0,665), dan kepuasan konsumen (0,798) masing – masing variabel menunjukkan nilai diatas 0,60 (*cronbach alpa* > 0,60)

Pada uji normalitas didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi pada uji kolmogorov > 0,05 sehingga bentuk regresi dapat dinyatakan berdistribusi normal. Untuk uji multikolinearitas dinyatakan tidak ada gejala multikolinearitas dilihat dari besaran nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Sedangkan uji heteroskedastisitas menyatakan bahwa variabel kualitas fasilitas dan kualitas pelayanan bernilai Sig > 0,05 sehingga heteroskedastisitas dalam model penelitian ini dinyatakan tidak ada.

Nilai *R square* sebesar 0,621 sehingga menyatakan kualitas layanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 62,1% serta sisanya yaitu (100% - 62,1% = 37,9%) menyatakan bahwa terdapat variabel lainnya yang ikut serta dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada penelitian ini. Dalam melakukan uji parsial atau t biasanya digunakan melihat terjadinya pengaruh parsial

atau pengaruh individu variabel independen pada variabel dependen, ketika nilai sig < 0,05 maka dinyatakan adanya pengaruh parsial dan hipotesis dapat diterima (Ghozali, 2016).

Tabel 1. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,934	1,607		-,581	,565
Kualitas Layanan	,676	,180	,532	3,748	,001
Fasilitas	,436	,186	,332	2,340	,026

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t di tabel 1 dinyatakan bahwa adanya pengaruh parsial variabel kualitas layanan dan fasilitas dalam kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, jika dalam bentuk regresi menyatakan nilai signifikansinya < 0,05 dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang simultan serta hipotesisnya dapat diterima, dan bila signifikansinya bernilai > 0,05 dapat dinyatakan tidak adanya pengaruh yang simultan serta hipotesisnya ditolak (Ghozali, 2016).

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26,435	2	13,218	26,212	,000 ^b
	Residual	16,136	32	,504		
	Total	42,571	34			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Layanan

Variabel kualitas pelayanan dan fasilitas dinyatakan berpengaruh secara simultan dalam kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang

PEMBAHASAN

Pelayanan servis yang disediakan oleh AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang

yaitu antara lain, layanan pemesanan antrian, pit express atau layanan bebas antri untuk pergantian part fast moving, Selain itu juga terdapat layanan service visit atau kunjungan layanan yaitu konsumen cukup menunggu teknisi datang untuk melakukan servis, dan layanan reminder service yaitu perusahaan mengingatkan konsumen melalui message atau telepon saat jadwal servis berikutnya untuk melakukan *service* kendaraannya. Untuk menunjang kepuasan konsumen, AHASS Astra Honda Kedungsari menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dinikmati secara langsung oleh konsumen agar konsumen tersebut merasa nyaman dan tidak bosan pada saat sedang menunggu proses perbaikan kendaraannya, maka terdapat fasilitas- fasilitas antara lain ruang tunggu yang nyaman dilengkapi pendingin udara serta terdapat *port charging* untuk ponsel maupun laptop, tempat duduk yang nyaman dan luas, terdapat makanan ringan dan minuman gratis, toilet yang bersih dan rapi dan terdapat mushola yang dapat digunakan oleh konsumen untuk beribadah. Diharapkan fasilitas yang disediakan oleh AHASS *dapat* memadai *dan mencukupi sehingga* memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri jika merasakan pelayanan yang baik sehingga menimbulkan rasa loyalitas konsumen kepada perusahaan untuk menggunakan jasanya di kemudian hari jika konsumen tersebut membutuhkannya, dan fasilitas yang dapat menunjang kepuasan konsumen yaitu fasilitas yang disediakan membuat konsumen akan merasa nyaman dan diberikan banyak pilihan fasilitas untuk kemudahan konsumen.

Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan sehingga dapat memperkuat penelitian yang sebelumnya yaitu penelitian yang telah dibuktikan oleh (Q et al., 2013) bahwa hasil dalam penelitiannya menyatakan kepuasan pelanggan di AHASS 02 Honda

Center Semarang dipengaruhi kualitas pelayanan secara signifikan. Dan dalam penelitian yang telah dibuktikan oleh (Sofyan et al., 2013) bahwa kepuasan konsumen di *Star Clean* Semarang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan secara signifikan. Dengan ini konsumen lebih mementingkan kualitas pelayanan yang diterima seperti halnya pada konsumen AHASS Astra Motor Kedungsari merasa puas saat melakukan servis kendaraannya dikarenakan pelayanan yang diberikannya seperti booking service, pit express, service visit, dan reminder servis membuat merasa dimudahkan dalam pelayanan dan sebagai konsumen diperhatikan, hal ini yang membuat konsumen AHASS Astra Motor Kedungsari merasa puas. Dan fakta yang ada dilapangan masyarakat lebih memilih melakukan servis kendaraannya di bengkel resmi dikarenakan lebih percaya terhadap kualitas pelayanannya menggunakan teknisi yang ahli dan peralatan yang canggih dan lengkap dalam memperbaiki kendaraannya.

Variabel fasilitas menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari maka dinyatakan fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari. Sehingga penelitian ini mampu memperkuat penelitian yang dilakukan sebelumnya yang dibuktikan oleh (Pantilu et al., 2018) bahwa dalam penelitiannya tersebut dikatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Bendito kawasan megamas Manado.. Serta hasil penelitian yang telah dibuktikan oleh (Sakti & Mahfudz, 2018) menyatakan bahwa fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan di J&T Expres kota Semarang. Penelitian ini membuktikan bahwa konsumen AHASS Astra Kedungsari merasakan kepuasan dengan adanya fasilitas seperti ruang tunggu yang nyaman dilengkapi pendingin udara serta terdapat port charging untuk ponsel maupun laptop, tempat duduk yang nyaman dan luas, terdapat makanan

ringan dan minuman gratis, toilet yang bersih dan rapi dan terdapat mushola yang dapat digunakan oleh konsumen untuk beribadah. Dengan ini fasilitas yang diterima oleh konsumen dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga diharapkan perusahaan dapat memfasilitasi konsumennya agar konsumen merasa puas.

Pada tabel 2 menyatakan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepuasan di AHASS Astra Motor Kedungsari dan hipotesisnya dapat diterima. Penelitian ini mampu untuk memperkuat pada penelitian sebelumnya yang telah dibuktikan (Moha & Liondong, 2016) bahwa dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kepuasan pelanggan hotel Yuta di Manado dipengaruhi fasilitas dan kualitas pelayanan. Dan dalam penelitian yang telah dibuktikan oleh (Harfika & Abdullah, 2017) bahwa hasil penelitiannya menyatakan kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas di RSUD (Rumah Sakit Umum) kabupaten Aceh Barat Daya. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa di AHASS Astra Motor Kedungsari kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas dengan simultan, dalam hal ini dibuktikan dengan konsumen merasa puas karena kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang terlengkap di bidang jasa servis kendaraan di Magelang hanya dapat ditemukan di Astra Motor Kedungsari Magelang. Kualitas pelayanan dan fasilitas sangat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti halnya masyarakat lebih senang melakukan pembelian barang di pasar modern dibandingkan di pasar tradisional dikarenakan di pasar modern konsumen lebih puas dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang lebih unggul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dalam penelitian ini terdapat beberapa hal, diantaranya yaitu pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan

AHASS Astra Motor Kedungsari dengan pelayanan yang baik, dan fasilitas yang tersedia di dalam AHASS Astra Motor Kedungsari cukup lengkap dapat membuat pelanggan merasakan kepuasan tersendiri saat menunggu kendaraannya sedang di servis. Dari analisis regresi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang, kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Astra Motor Kedungsari Magelang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya terdapat saran yang ditujukan kepada AHASS Astra Motor Kedungsari yaitu meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan dalam hal keramahan dan kesopanan serta menawarkan bantuan terhadap yang diinginkan pelanggan tersebut, dan melakukan pemeliharaan rutin terhadap fasilitas yang digunakan pelanggan agar tetap bersih dan nyaman, serta menambah fasilitas bahan bacaan seperti majalah atau koran agar pelanggan dapat menambah pengetahuan atau wawasan dan tidak jenuh saat menunggu service kendaraannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Managerial- Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 62–72.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hardiansyah. (2018). Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya. *In Gava Media*. <https://doi.org/10.1163/15718085-12341263>
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*, 14 (1), 44–56.
- Hisam, M. W., Sanyal, S., & Ahmad, M. (2016). The impact of service quality on customer satisfaction: A study on selected retail stores in India. *International Review of Management and Marketing*, 6 (4), 851–856.
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2017). Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2 (1).
- Joshi, A. M., & Sankaranarayanan, K. G. (2016). Service Quality and Customer Satisfaction among Selected State Cooperative & Multi-State Cooperative Banks in Goa - A Study. *International Journal of Science and Research*, 5 (11), 738–743.
- Kamal, I., Indika, D. R., & Revinzky, M. A. (2019). Apakah Keintiman Kepada Konsumen Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen? *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 3 (2), 164–173.
- Kurniasari, A., & Hadi, C. (2012). Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 1(02), 89–95.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Moha, S., & Liondong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- MZ, H. (2014). Analisis Pengaruh Pelayanan

- Jasa Service Sepeda Motor Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Astra Motor Plaju Palembang. *Jurnal Desiminasi Teknologi*, 2(2), 173–182.
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21898>
- Q, N. L., Suryoko, S., & Saryadi. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel Ahass 0002 Semarang Honda Center. *Diponegoro Journal of Science And Politic*, 2(1), 219–226.
- Rahmawanti, N. P., Swasto, B., & Prasetya, A. (2014). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 1–9. <https://doi.org/10.37751/parameter.v4i2.41>
- Sakti, B. J., & Mahfudz. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J & T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8.
- Setiawan, D., & Setiawan, I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 3(1), 93–107.
- Sofyan, I. L., Pradhanawati, A., & Nugraha, H. S. (2013). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang. *Diponegoro Journal of Social And Politic*, 2(2).
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.