

PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT MAFATI INOVASI TECHNOLOGY PONDOK CABE – TANGERANG SELATAN

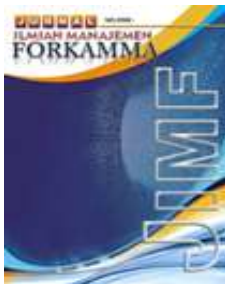
Wahyu Nurul Faroh¹⁾ Nurul Zahri²⁾

¹⁾ dosen universitas pamulang, email : wahyunurulfaroh@gmail.com

²⁾ mahasiswa universitas pamulang.

ARTICLES INFORMATION

ABSTRACT



JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA

Vol.2, No.3, Juli 2019
Halaman : 26 – 35
© LPPM & FORKAMMA
Prodi Magister Manajemen
UNIVERSITAS PAMULANG

ISSN (online) : 2599-171X
ISSN (print) : 2598-9545

Keyword :

Fasilitas, Pelayanan, Kepuasan
Pelanggan.

JEL. classification :

C33, G20, G23, N65

Contact Author :

PRODI
MAGISTER MANAJEMEN &
FORKAMMA UNPAM

JL. Surya Kencana No.1 Pamulang
Tangerang Selatan – Banten
Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491
Email :

jurnalforkamma.unpam@gmail.com

Tujuan peneliiian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun simultan (Studi Kasus pada PT Mafati Inovasi Technology Pondok Cabe)

Teknik analisi yang digunakan adalah uji instrumen, uji korelasi ganda, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan taraf signifikan 5% menggunakan program SPSS for Windows Version 22.

Berdasarkan hasil penelitian ini yang pertama: menunjukkan bahwa variabel Fasilitas dan Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) sebesar $14,617 > F_{table} (3,103)$ membuktikan bahwa variabel Fasilitas dan Iklan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

This research is intended to describe the influence of the Facilities, Services on Customer Satisfaction of Caltex Lubricants (Case Study at PT Mafati Pondok Cabe Technology Innovation). Techniques to advocate data and use questionnaires. The analysis technique used is the test instrument, multiple trials, classic assumption tests, multiple regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination with a significant level of 5% using the SPSS program for Windows Version 22. Research results concluded there is a significant positive effect between Facilities and Services variables on customer satisfaction based on the results of simultaneous tests (test F) of $14,617 > F_{table} (3,103)$

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah.

PT Mafati Inovasi Technology didirikan pada tahun 2009 di Jakarta yang merupakan anak dari perusahaan Pt Mafati Group yang bergerak dalam bidang minyak pelumas oli, grease, dan solar HSD import maupun lokal untuk pemakaian marine automotif dan saat ini juga telah memiliki anak perusahaan sebanyak dua belas.

Pada PT Mafati Inovasi Technology, perusahaan tersebut saat ini bergerak dalam bidang supplier berbagai macam produk pelumas Pertamina salah satunya pelumas bermerek Caltex. Pelumas memiliki fungsi lain yang tak kalah penting, yakni antara lain sebagai; Pendingin, Pelindung dari Karat, Pembersih dan Penutup Celah pada Dinding Mesin.

Berikut ini merupakan data penjualan PT Mafati Inovasi Technology tahun 2016, sebagai berikut:

Tabel 1: Data Penjualan

NO	Bulan	Penjualan
1	Januari	Rp.331.123.374
2	Februari	Rp.231.594.877
3	Maret	Rp.280.133.598
4	April	Rp.315.124.096
5	Mei	Rp.299.576.806
6	Juni	Rp.315.017.022
7	Juli	Rp.533.358.030
8	Agustus	Rp.311.884.828
9	September	Rp.443.563.236
10	Oktober	Rp.278.305.186
11	November	Rp.289.984.060
12	Desember	Rp.378.368.182
TOTAL		Rp.4.008.033.295

Sumber : PT. Mafati Inovasi Technology, Maret – Juni 2017

Berdasarkan data penjualan di atas, penjualan perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan tidak stabil. Terdapat masalah yang bisa memicu daya minat pelanggan untuk berkunjung kembali, masalah tersebut ialah pada fasilitas dan sarana di tempat penjualan produk tersebut. Kurangnya fasilitas dan sarana pada tempat ini akan membuat pelanggan merasa tidak betah dan pindah

ketempat lain. Selain fasilitas dan sarana, pelayanan pada perusahaan dalam menjual produk kurang memberikan kepuasan kepada pelanggan, kendalanya pada kurangnya informasi, daya tanggap dan kehandalan karyawan dalam menangani keluhan konsumen. Untuk itu supaya menarik pelanggan agar datang kembali dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pada perusahaan, fasilitas dan sarana serta pelayanan harus ditingkatkan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Sehingga penulis perlu melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mafati Inovasi Technology Pondok Cabe – Tangerang Selatan”.

1. Rumusan Masalah.

- a. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mafati Inovasi Technology ?
- b. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mafati Inovasi Technology ?
- c. Bagaimana pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mafati Inovasi Technology ?

2. Tujuan Penelitian.

- a. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mafati Inovasi Technology.
- b. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mafati Inovasi Technology
- c. Menganalisis pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mafati Inovasi Technology.

B. Kajian Teori

1. Fasilitas

Menurut Prof. Dr. Veithzal Rivai dalam buku Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik (2008 : 234), pemberian fasilitas kerja pada pegawai termasuk di dalam pemberian kompensasi. Dikatakan demikian, kompensasi mencakup tiga hal, yaitu : uang kontan, material dan fasilitas. Pemberian fasilitas ini juga balas jasa tambahan (fringe benefit) yang diberikan pada pegawai.

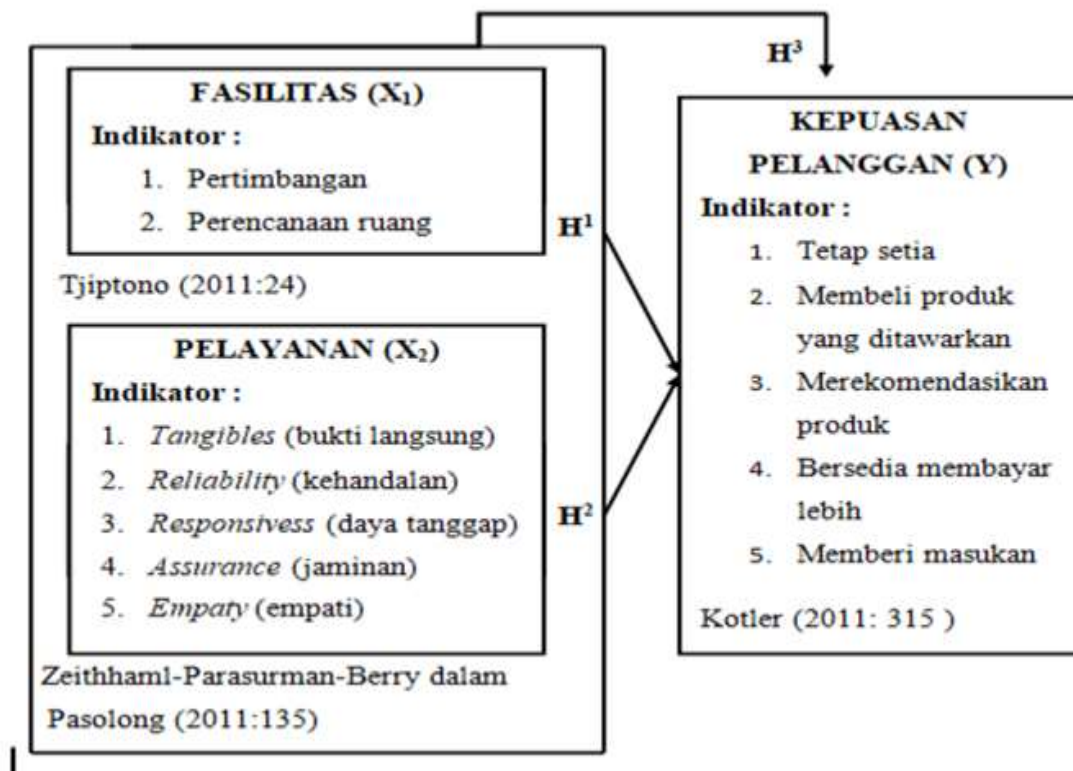
2. Pelayanan

Aktivitas, manfaat maupun kepuasan merupakan bentuk pelayanan yang pada dasarnya tidak berwujud. Hal ini diungkapkan Gronroos yang dikutip oleh Tjiptono (2011:17) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri dari atas serangkaian aktivitas intangible (tidak berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan aktifitas yang diberikan kepada konsumen dan pada dasarnya tidak berwujud, disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen.

3. Kinerja

Satisfaction atau kepuasan menurut Irawan (2009:2) adalah kata dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *farece* yang berarti *to do* atau melakukan. Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari konsumen sampai pada tingkat cukup. Kepuasan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

4. Kerangka Berpikir.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

C. Metodologi Penelitian

1. Obyek Penelitian.

PT Mafati Inovasi Technology, Pondok Cabe, Tangerang Selatan, Provinsi Banten.

2. Populasi dan Sampel.

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) menyampaikan bahwa "Populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh perusahaan dan

kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini populasinya adalah Konsumen pelumas Caltex

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) berpendapat “Sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Selanjutnya Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa “Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan 95 responden .

3. Teknik Penentuan Data.

Teknik penentuan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder sesuai dengan data yang peneliti perlukan.

4. Metode Pengumpulan Data.

Menurut Sugiyono (2016) berpendapat bahwa “Metode pengumpulan data merupakan cara ilmiah dalam mengumpulkan data yang valid dengan tujuan dapat dibuktikan, dikembangkan suatu pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memecahkan masalah”. Dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner.

5. Metode Analisis Data.

Metode analisis data dengan menggunakan Uji Instrumen, Uji Klasik, Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis t dan f

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. Uji Validitas

Tabel. 2: Hasil uji validitas
Hasil Uji Validitas Fasilitas

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,452	0.169	VALID
2	Pernyataan 2	0,536	0.169	VALID
3	Pernyataan 3	0,527	0.169	VALID
4	Pernyataan 4	0,500	0.169	VALID
5	Pernyataan 5	0,450	0.169	VALID
6	Pernyataan 6	0,608	0.169	VALID
7	Pernyataan 7	0,570	0.169	VALID
8	Pernyataan 8	0,519	0.169	VALID
9	Pernyataan 9	0,316	0.169	VALID
10	Pernyataan 10	0,438	0.169	VALID
Hasil Uji Validitas Pelayanan				
1	Pernyataan 1	0,546	0.169	VALID
2	Pernyataan 2	0,342	0.169	VALID
3	Pernyataan 3	0,551	0.169	VALID
4	Pernyataan 4	0,519	0.169	VALID
5	Pernyataan 5	0,479	0.169	VALID
6	Pernyataan 6	0,533	0.169	VALID

7	Pernyataan 7	0,555	0.169	VALID
8	Pernyataan 8	0,413	0.169	VALID
9	Pernyataan 9	0,589	0.169	VALID
10	Pernyataan 10	0,514	0.169	VALID
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan				
1	Pernyataan 1	0,529	0.169	VALID
2	Pernyataan 2	0,587	0.169	VALID
3	Pernyataan 3	0,347	0.169	VALID
4	Pernyataan 4	0,549	0.169	VALID
5	Pernyataan 5	0,529	0.169	VALID
6	Pernyataan 6	0,609	0.169	VALID
7	Pernyataan 7	0,505	0.169	VALID
8	Pernyataan 8	0,509	0.169	VALID
9	Pernyataan 9	0,285	0.169	VALID
10	Pernyataan 10	0,504	0.169	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Hasil perhitungan uji validitas sebagaimana tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.169) Sugiyono (2013:182). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item dalam angket penelitian ini valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3: Hasil Uji Reliabilitas

No	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai r tabel	Keterangan
1	Fasilitas	0,651	0,6	RELIABEL
2	Pelayanan	0,675	0,6	RELIABEL
3	Kepuasan Pelanggan	0,656	0,6	RELIABEL

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai alpha semua variabel lebih besar dari nilai 0,60. Menurut Sugiyono (2013:184) dimana semua nilai Cronbach's Alpha (r alpha) yang dihasilkan lebih besar dari 0,60 dan dinyatakan semua data reliabel, Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

c. Regresi Linear Berganda

Tabel 4: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 16,209 + 0,425X_1 + 0,160X_2 + e$$

- a. Konstanta (α) sebesar 16,209 menyatakan bahwa tanpa variabel Fasilitas, dan Pelayanan besarnya nilai Kepuasan Pelanggan tetap terbentuk sebesar 16,209.

- b. Variabel Fasilitas (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,425, yang artinya jika variabel Fasilitas (X1) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel Pelayanan (X2) tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,425, sehingga besarnya pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 42,5%.
 - d. Variabel Pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,160 yang artinya jika variabel pelayanan (X2) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel Fasilitas (X1) tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,160. Sehingga besarnya pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 16,0%.
- e. Uji Hipotesis**
- a. Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,209	4,602		3,522	,001
	Fasilitas	,425	,107	,404	3,958	,000
	Pelayanan	,160	,109	,150	1,469	,145

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa variabel Pelayanan diperoleh signifikansi t lebih besar dari 0,145 ($0,145 > 0,05$) dan t hitung $1,469 < t$ tabel sebesar 1,986 ($1,469 < 1,986$) atau berarti H_0 diterima dan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel terdapat Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mafati Inovasi Technology.

b. Uji Simultan (uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	276,571	2	138,285	14,617	,000 ^b
	Residual	870,376	92	9,461		
	Total	1146,947	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Fasilitas

Dari hasil uji anova pada tabel di atas dapat diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F hitung $14,617 > F$ tabel 3,095 berarti H_0 ditolak dan H_0 diterima, maka Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara Fasilitas Dan Pelayanan Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mafati Inovasi Technology.

E Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

1. Sesuai dengan perumusan masalah, maka besarnya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 42,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari pengujian hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel dan $t_{sig} < 0,05$ atau $3,958 > 1,986$ dan $0,00 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima hal ini menunjukkan Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mafati Inovasi Technology.
2. Sesuai dengan perumusan masalah, maka besarnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 16,0%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari pengujian hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel dan $t_{sig} < 0,05$ atau $1,469 > 1,986$ dan $0,145 < 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak hal ini menunjukkan Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mafati Inovasi Technology.
3. Sesuai dengan perumusan masalah, maka dilihat dari hasil dari nilai korelasi berganda besarnya pengaruh fasilitas (X1) dan pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,491, artinya fasilitas dan pelayanan memberikan kontribusi sebesar 49,1%, terhadap kepuasan pelanggan (Y) sedangkan Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan regresi linear berganda $Y = 16,209 + 0,425X_1 + 0,160 X_2 + e$, dan nilai koefisiensi determinasi sebesar 24,1% sedangkan sisanya sebesar 75,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari pengujian hipotesis menggunakan uji statistik $F_{hitung} 14,617 > F_{tabel} 3,103$, hal tersebut juga diperkuat dengan probability $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT Mafati Inovasi Technology

2. Saran-saran

1. Fasilitas (X1) pihak perusahaan harus lebih meningkatkan kembali kualitas fasilitas agar lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat lebih menarik perhatian pelanggan agar melakukan pembelian
2. Pelayanan (X2) pihak perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas.
3. Kepuasan Pelanggan (Y) pihak perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan fasilitas serta pelayanan di dalam perusahaan yang saat ini kurang memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Daftar Pustaka

- Agus Sulastiyono. 2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel. Bandung: Alfabeta.
- Bilson, Simamora. 2011. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisa Multivariat Dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg, P. 2010. Customer Relationship Management at The Speed Of Light: Fourth Edition, McGraw-Hill.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Handi Irawan, 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan Ketujuh, Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Hasibuan, Malayu S.P 2009. Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Handoko, T. Hani. 2009. Manajemen. Cetakan Duapuluh, Yogyakarta : Penerbit BPEE.
- Kotler dan Keller. 2012. Marketing Management Edisi 14. Global Edition. Person Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran jilid 2.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management Edisi 14. New Jersey : Person Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Moenir, A.S. 2010. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nawawi, Ismail. 2009. Public Policy, Analisis, Strategi Advokasi Teori dan Praktek. Surabaya: PMN.
- Sfroni, Ladzi. 2012. Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia. Surabaya : Aditya Media Publishing.
- Salam, Darma Setyawan. 2007. Manajemen Pemerintahan Indonesia. Jakarta : Djambatan.
- Sunyoto, D. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : CAPS
- Sugiyono. 2010. Metode Kuantitatif Kualitatif dan RAD : Penerbit CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. Metode Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Data Kuantitatif. Data kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Jakarta : Gramedia Cawang.

Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa, Banyumedia, Malang.

William J, & Stanton. 2009. Prinsip Pemasaran. Jilid I. Jakarta. Erlangga.