

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITASTERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT BPW INDOPRIMA EKA CAKRAWALA

Julita¹, Heryenzus²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

Email: pb170910035@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The main objective of the study was to analyze the Effect of Service Quality and Facility on Customer Satisfaction on Customer at PT BPW Indoprime Eka Cakrawala. In this study there were 120 respondents who were used to be analyzed. Multiple regression analysis was used in this test. The independent variable used is service quality and facility and the dependent variable is customer satisfaction. There are three results in this research that were obtained and it resulted that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance level of $0.000 < 0.05$. this means the first hypothesis is accepted. Facility has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance level of $0.000 < 0.05$, this means that the second hypothesis is accepted. While simultaneously service quality and facility have a significant effect on customer satisfaction with a significant level of $0.000 < 0.05$ this means the third hypothesis is accepted.

Keywords: *customer satisfaction; facility, and service quality.*

PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis adalah tindakan yang dilakukan dengan keinginan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dapat berupa upah, laba usaha, atau keuntungan. Bisnis sebagai semua aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan, dan bisa dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berbadan hukum, perusahaan yang berbadan usaha, ataupun organisasi perseorangan yang tidak berbadan hukum, dan sebagainya. Salah satu usaha dibidang jasa adalah Tour and Travel Agent yang merupakan bisnis ritel yang melakukan penjual produk perjalanan dan jasa yang berkaitan dengan pelanggan atas nama pemasok antara lain: maskapai penerbangan, penyewaan bus, jalur pelayaran, hotel, tour, dan paket liburan/hiburan yang membuat gabungan pada beberapa produk.

PT BPW Indoprime Eka Cakrawala didirikan pada tahun 1998 adalah suatu usaha yang bergerak dibidang jasa transportasi dan travel (domestik dan internasional) yang menyediakan

berbagai tour, golf, paket seminar, jasa sewa transportasi, dan tiket pesawat untuk perjalanan domestik dan internasional. Selain itu, perusahaan ini juga merupakan bagian dari Association of the Indonesia Tour & Travel Agencies (ASITA). PT BPW Indoprime Eka Cakrawala memiliki kerjasama erat dengan berbagai hotel Indonesia, Singapura, Malaysia dan berbagai Negara lain di Asia. Prioritas yang diutamakan oleh pihak manajemen adalah kepuasan pelanggan, agar pelanggan tetap bertahan atau menyebarkan rasa kepuasan dan kenyamanan kepada calon pelanggan, dalam hal tersebut akan menaikkan reputasi pemberi jasa sebaliknya jika pelanggan tidak merasakan kepuasan dan kenyamanan maka reputasi dari pemberi jasa tersebut akan menurun. Menurut (Siswanto & Heryenzus, 2020: 253) kepuasan pelanggan adalah hasil dari apa yang dirasakan, dan diharapkan oleh pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut (Subagja, SE., MM. & Putri, 2017: 3) kualitas pelayanan ialah

perbandingan antar pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diinginkan dan pengelolaan terhadap tingkat kelebihan tersebut guna untuk memenuhi harapan pelanggan. Selain itu kualitas pelayanan ialah suatu hal terpenting dalam kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan dengan manfaat sebagai pemenuhan harapan pelanggan.

Dalam menjalankan suatu transaksi atau perjalanan untuk memuaskan kepuasan pelanggan juga dibutuhkan fasilitas yang bagus atau sesuai dengan keinginan pelanggan. Fasilitas ialah faktor yang menunjukkan kepuasan pelanggan. Apabila fasilitas yang diterima oleh pelanggan itu baik maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Menurut (Rutjuhan & Ismunandar, 2020: 106) Fasilitas merupakan perlengkapan-perengkapan fisik yang disediakan sebuah perusahaan untuk memudahkan tamu dalam melaksanakan aktivitas atau kegiatan yang mereka jalankan.

PT BPW Indoprima Eka Cakrawala dari bulan Januari - Desember 2019 mengalami perselisihan omset dalam jumlah yang besar bukan hanya omset yang mengalami permasalahan, begitu juga adanya keluhan pelanggan sebesar 417 orang tentang transportasi mogok dan AC tidak dingin, menu makanan tidak sesuai selera, penginapan diluar ekspektasi, penundaan jadwal penerbangan, macet, perubahan jadwal perjalanan dan padat, wc umum kotor, respon reservasi lambat, dan pengetahuan tour guide yang kurang dengan jumlah pelanggan sebesar 3.406 orang. Terbukti bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas dari PT BPW Indoprima Eka Cakrawala yang diberikan untuk pelanggan masih kurang bagus, kurang menarik, bahkan di luar ekspektasi yang diharapkan dan menyebabkan terjadinya ketidakpuasan pada pelanggan.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT BPW Indoprima Eka Cakrawala; Untuk

mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT BPW Indoprima Eka Cakrawala; dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT BPW Indoprima Eka Cakrawala.

KAJIAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut (Puspita, 2019: 145) Pemberian layanan dapat dinilai, maka dari itu mampu untuk menetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan ataupun hasil pengeluarannya. Dimilikinya standar management maka dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi tindakan pelayanan sehingga hasilnya mampu memberikan kepuasan kepada berbagai pelanggan yang memperoleh layanan tersebut.

Menurut (Rohaeni & Marwa, 2018: 314) Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi keinginan pelanggan baik dalam bentuk produk, jasa, maupun penyampaian yang tepat untuk menyesuaikan keinginan pelanggan.

Berdasarkan teori pengertian kualitas pelayanan dari beberapa para ahli diatas maka kesimpulannya ialah kualitas pelayanan merupakan keunggulan bentuk pelayanan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelanggan dapat merasakan kepuasan jika pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan sesuai dengan harapannya, dan pelanggan akan menganggapnya sebagai kualitas pelayanan yang baik.

Berdasarkan pendapat (Siswanto & Heryenzus, 2020: 253) terdapat sepuluh faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu

1. Tepat waktu dalam melayani
2. Realibilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan-kesalahan kepada pelanggan.
3. Sopan santun dan keramah tamahan.
4. Bertanggung jawab.
5. Kelengkapan.
6. Memperoleh pelayanan dengan mudah.
7. Berbagai bentuk pelayanan.

8. Pelayanan Pribadi.
9. Kenyamanan.
10. Pendukung lainnya adalah lingkungan yang baik, kebersihan, ruangan tunggu, fasilitas music, AC dan sebagainya.

Terdapat lima indikator kualitas pelayanan yaitu (William & Purba, 2020: 1989)

1. Bukti fisik (*tangible*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*)
5. Empati (*empathy*)

2.2 Fasilitas

Menurut (Irfan, 2018: 84) Fasilitas adalah sebuah benda yang mempermudah pelanggan dalam bisnis di bidang jasa, jadi seluruh fasilitas yang tersedia yakni: design interior and exterior, kelengkapan, fasilitas, dan kebersihan fasilitas harus dijaga terutamanya yang terkait erat secara langsung terhadap pelanggan dengan apa yang diterima atau dirasakan.

Menurut (Setiawan, Kosasih, & Sudrajat, 2019: 168) fasilitas ialah sumber daya fisik yang mesti tersedia terlebih dahulu sebelum suatu layanan dipromosikan ke pelanggan.

Berdasarkan teori pengertian fasilitas dari beberapa para ahli diatas, maka kesimpulan fasilitas adalah semua alat yang dapat mendukung operasional perusahaan yang mempunyai kegunaan guna memenuhi harapan pelanggannya.

Menurut (Krisdayanto, Haryono, & PT, 2018) ada delapan faktor yang harus diperhatikan guna mempersiapkan fasilitas fisik ataupun dukungan fisik, yakni:

1. Rancangan fasilitas
2. Nilai guna
3. Estetika
4. Keadaan yang membantu
5. Peralatan penunjang
6. Pakaian Karyawan
7. Informasi
8. Jaminan.

Berikut ada beberapa indikator guna mengukur fasilitas sebagai berikut: (Maydiana, 2019: 446)

1. Perencanaan ruang
2. Perencanaan spasial

3. Perlengkapan
4. Tata Cahaya dan warna

2.3 Kepuasan Pelanggan

(Rohaeni & Marwa, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu perasaan seseorang baik itu senang maupun kecewa dalam pertimbangan antara tanggapan pelanggan terhadap tingkat suatu kinerja produk dan jasa yang nyata dan sesuai atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan tersebut.

Menurut (Lestari, Lie, Efendi, & Julyanthry, 2018: 42) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kesan bahwa harapannya sudah terpenuhi atau terwujud, dan sebaliknya ketika pelanggan merasakan ketidakpuasan, maka akan menghentikan usahanya dengan perusahaan.

Berdasarkan teori pengertian kepuasan pelanggan diatas dari beberapa para ahli maka bisa ditarik kesimpulannya yakni kepuasan pelanggan ialah tingkat perasaan yang timbul sesudah seorang pelanggan menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan dan membandingkannya dengan ekspektasi yang dia harapkan.

(Wardani, Jumain, & Mufarihin, 2020:5) mengemukakan ada tiga faktor yang bisa memengaruhi kepuasan pelanggan, yakni :

1. Kualitas produk
2. Harga
3. Biaya

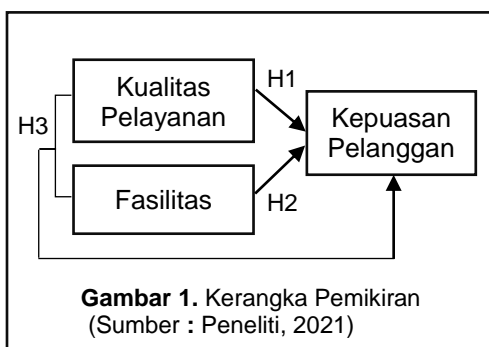
Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020: 50) indikator dalam kepuasan pelanggan antara lain:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Penilaian pelanggan
3. Konfirmasi harapan
4. Minat pembelian ulang
5. Kesiediaan untuk merekomendasi
6. Ketidakpuasan pelanggan

2.4 Penelitian Terdahulu

1. (Rohaeni & Marwa, 2018), Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, hasil penelitian menyebutkan kepuasan pelanggan dapat terpengaruhi oleh kualitas pelayanan.

2. (Siswanto & Heryenzus, 2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Soonlee Metalindo Perkasa. Dengan menggunakan analisis kuantitatif, hasil penelitian menyebutkan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan positif pada kepuasan pelanggan.
3. (Subagja, SE., MM. & Putri, 2017), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rahman Wisata Mandiri Jakarta. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, Hasil penelitian menyebutkan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan stimulan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.



2.5 Hipotesis

Dari kesimpulan tersebut, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini yakni:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT BPW Indoprima Eka Cakrawala

H2: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT BPW Indoprima Eka Cakrawala

H3: Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT BPW Indoprima Eka Cakrawala.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini meneliti fasilitas dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan di PT BPW Indoprima Eka

Cakrawala, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan 2 jenis variabel, yakni variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat) antara variabel vasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode perolehan data yang dimanfaatkan di penelitian ini ialah kuesioner yang terdiri dari 20 pertanyaan di sebarakan kepada responden. Variabel independen pada penyelidikan ini adalah kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) sedangkan variabel dependennya ialah kepuasan pelanggan (Y).

Populasi yang dijadikan pada kajian ini adalah pelanggan PT BPW Indoprima Eka Cakrawala berjumlah 3.406 pelanggan. Dalam penyelidikan ini menggunakan Sampling Insidental atau *Accidental Sampling* berjumlah 120 pelanggan sebagai responden, serta waktu yang digunakan yaitu sejak September 2020 hingga Januari 2021.

Seusai terkumpulnya data secara utuh, data tersebut diolah dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuisisioner yang di isi oleh 120 responden diuraikan menurut jenis kelamin, usia, pendidikan, penghasilan dan pekerjaan.

Pada kategori jenis kelamin diketahui lebih banyak didominasi oleh laki-laki dengan persentase sebesar 57,5% dan perempuan dengan persentase sebesar 42,5%. Kemudian menurut kategori usia terlihat usia 17-25 merupakan responden terbanyak sebesar 46,7% dan yang terendah > 45 tahun sebesar 9,2%.

Selanjutnya pada kategori pendidikan yang mendominasi ialah pendidikan SMA/SMK sebesar 62,5% dan terendah pendidikan SD sebesar 4,2%. Berdasarkan kategori pendapatan yakni pendapatan dengan Rp. 3.500.001 – Rp 4.500.000 ialah yang terbanyak yakni 31,7% dan Rp. 7.000.001 – Rp 10.000.000 sebesar 14,2%.

Dan yang terakhir berdasarkan pekerjaan yang mendominasi yaitu Karyawan Perusahaan sebesar 56,7% dan terendah yaitu Pelajar sebesar 3,3%

Uji Kualitas Data

Tabel1. Hasil Uji Kualitas Data Validitas

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X₁)			
X1-1	0,703	0,1793	Valid
X1-2	0,735	0,1793	Valid
X1-3	0,824	0,1793	Valid
X1-4	0,844	0,1793	Valid
X1-5	0,715	0,1793	Valid
X1-6	0,732	0,1793	Valid
Fasilitas (X₂)			
X2-1	0,792	0,1793	Valid
X2-2	0,733	0,1793	Valid
X2-3	0,771	0,1793	Valid
X2-4	0,753	0,1793	Valid
X2-5	0,744	0,1793	Valid
X2-6	0,763	0,1793	Valid
X2-7	0,823	0,1793	Valid
X2-8	0,720	0,1793	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y-1	0,751	0,1793	Valid
Y-2	0,744	0,1793	Valid
Y-3	0,824	0,1793	Valid
Y-4	0,825	0,1793	Valid
Y-5	0,841	0,1793	Valid
Y-6	0,837	0,1793	Valid

(Sumber: *Output SPSS 26, 2020*)

Berdasarkan tabel 1 telah diketahui semua item pernyataan dalam variabel independent dan dependen telah valid

dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Tabel2. Hasil Uji Kualitas Data Reliabilitas

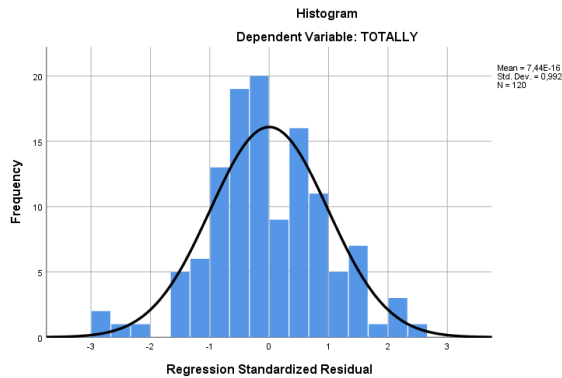
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,854	
Fasilitas (X ₂)	0,897	<i>Reliable</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,891	

(Sumber : *Output SPSS 26, 2020*)

Berlandaskan pada tabel 2 diketahui instrument penelitian telah reliabel dikarenakan skor *Alpha Cronbach*

setiap variabel independent maupun dependen berada lebih besar dari 0.600

Uji Asumsi Klasik



Dari gambar diatas, hasil uji normalitas menampilkan yakni diagram berwujud kurva lonceng maka bisa

diuraikan data mempunyai distribusi normal, yang menjadi persyaratan supaya dapat melakukan uji regres

Tabel3.Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
<i>N</i>		120
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,92012754
<i>Most Extreme Difference</i>	<i>Absolute</i>	,077
	<i>Positive</i>	,077
	<i>Negative</i>	-,060
<i>Test Statistic</i>		,077
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,078 ^c

(Sumber : Output SPSS 26, 2020)

Dari tabel 3 diatas diperoleh hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* senilai 0,078 dimana lebih besar dari 0,05 sehingga

bisa disimpulkan data telah didistribusi secara norm

Table 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,410	2.439
Fasilitas (X_2)	0,410	2.439

(Sumber : Output SPSS 26, 2020)

Dari tabel 4 diatas, menunjukkan skor *VIF* bagi tiap variabel independen < 10 dan skor tolerance bagi tiap variabel

bebas > 0,1 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Table 5.Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Sig	Ket
Kualitas Pelayanan	0,517	.Free Of Heteroscedasticity
Fasilitas	0,198	Free Of Heteroscedasticity

(Sumber : Output SPSS 26, 2020)

Dari tabel 5 di atas, menunjukkan skor Sig Kualitas pelayanan 0.517 dan fasilitas 0,198 yang dimana kedua

variabel lebih besar dari 0.05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Pengaruh**Table 6.**Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,871	1,236		1,514	,133
Kualitas_Pelayanan	,460	,076	,447	6,068	,000
Fasilitas	,365	,057	,468	6,347	,000

(Sumber : Output SPSS 26, 2020)

Merujuk di tabel 6, maka bisa dilihat hasil dengan menganalisis program SPSS versi 26 bisa ditampilkan persamaan regresi yang tertera : **$Y = 1,871 + 0,460 X_1 + 0,365 X_2$**

1. Konstanta memiliki nominal sebesar 1,871 yang berarti bahwa kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) bernilai 0, maka variable kepuasan pelanggan (Y) nominalnya 1,871.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai nominal sebesar 0,460 artinya ialah variable independent lain nilainya tetap, dan variable kualitas pelayanan akan mengalami penambahan 1 poin atau 1 % maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,460. Koefisien

variabel kualitas pelayanan (X1) adalah positif, yang berarti bahwa ada hubungan positif antara kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (Y). Ini berarti bahwa semakin tinggi skor kualitas pelayanan (X1), semakin tinggi pula kepuasan pelanggan (Y).

3. Variabel fasilitas (X2) memiliki skor 0,365 artinya ketika variable independent lain skornya tetap, dan variabel fasilitas akan mengalami kenaikan 1 poin atau 1% maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,365. Semakin meningkat skor variabel fasilitas (X2) akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y).

Table 7.Hasil Uji Analisis Determinasi (R²)

R	RSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,860	,740	,735	1,936

(Sumber : Output SPSS 26, 2020)

Dari tabel 7 di atas, didapati *R square* 0.740 atau disebut 74.6%. yang artinya Kepuasan Pelanggan mampu diuraikan oleh variabel kualitas pelayanan dan

variabel fasilitas sebesar 74% sementara sisanya 26% dipengaruhi variabel lain diluar variabel penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Table 8.Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,871	1,236		1,514	,133
Kualitas Pelayanan	,460	,076	,447	6,068	,000
Distribusi	,365	,057	,468	6,347	,000

(Sumber : Output SPSS 26, 2020)

Dari tabel 8 di atas, diperoleh skor t-hitung variabel kualitas pelayanan 6,068 > 1.98045 (t-tabel) serta taraf signifikansi 0,000 < 0,05, skor t-hitung dan variabel fasilitas 6,347 > 1.98045 (t-tabel) serta

taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dengan itu bisa dinyatakan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Table 9.Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1246,585	2	623,293	166,215	,000 ^b
Residual	438,740	117	3,750		
Total	1685,325	119			

(Sumber : Output SPSS 26, 2020)

Dari tabel 8 di atas, skor F-hitung ialah 166,215 lebih besar dari 3,07 (F-tabel) dengan skor signifikansinya 0,000 < 0,05 yang berarti Kualitas Pelayanan

dan Fasilitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

1. Dari penelitian yang dilakukan, diketahui hipotesis pertama yang menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} = 6,068 > t_{tabel} = 1,98045$ dan signifikansinya $0,000 < \alpha = 0,05$. Jadi hasil pengujian memperlihatkan H_0 ditolak H_a diterima, maka kesimpulannya yaitu ada pengaruh antara kualitas pelayanan secara parsial pada PT BPW Indoprima Eka Cakrawala.
2. Dari penelitian yang dilakukan, diketahui hipotesis kedua yang

menjelaskan fasilitas berpengaruh pada kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} = 6,347 > t_{tabel} = 1,98045$ dan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Jadi hasil pengujian memperlihatkan H_0 ditolak H_a diterima, maka kesimpulannya adalah ada pengaruh antara fasilitas dan kepuasan pelanggan secara parsial pada PT BPW Indoprima Eka Cakrawala..

3. Dari penelitian yang dilakukan, diketahui hipotesis ketiga yang menyebutkan fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh pada

kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} = 166,215 > F_{tabel} = 3,07$ serta signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dengan demikian penelitian memperlihatkan H_0 ditolak H_a diterima, sehingga bisa ditarik kesimpulannya yakni fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan pada kepuasan pelanggan di PT BPW Indoprima Eka Cakrawala.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT BPW Indoprima Eka Cakrawala.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT BPW Indoprima Eka Cakrawala.
3. Kualitas Pelayanan dan Distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di PT Ekadharm International Tbk Cabang Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermanto, & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Aneka Tata Niaga. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen*, 11(1), 46–57. <https://doi.org/10.1016/j.desal.2004.08.033>
- Irfan, A. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & PT, E. G. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Lestari, A., Lie, D., Efendi, & Julyanthry. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Guest House Humanitas Pematangsiantar. *Jurnal Maker*, 4(1), 40–48. <https://doi.org/10.37403/maker.v4i1.87>
- Maydiana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 444–450.
- Puspita, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour And Travel Banjarmasin. *JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS*, 5(1), 143–150. <https://doi.org/10.35972/jieb.v5i1.265>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.31294/jeco.v2i2.4503>
- Sari, K., & Simanjuntak, J. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOTOR KAWASAKI PRIMA DI KOTA BATAM. *JURNAL ILMIAH KOHESI*, 4(3), 81–89.
- Setiawan, R., Kosasih, & Sudrajat, A. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 167–171. <https://doi.org/10.24843/BSE.2019.v24.i02.p01>
- Siswanto, & Heryenzus. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Soonlee Metalindo Perkasa. *Jurnal AKRAB JUARA*, 5(3), 249–261. <https://doi.org/10.1155/2010/706872>
- Subagja, SE., MM., I. K., & Putri, A. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Rahman Wisata Mandiri Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*

Krisnadwipayana, 5(2).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.114>

- Wardani, I., Jumain, & Mufarihin. (2020). Pengaruh Harga, Free Wifi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan. *JURNAL MEDIA KOMUNIKASI ILMU EKONOMI*, 35(2), 1–12.
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Bata. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1987–1996. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28051>