

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER YAMAHA GRAHA BATAM

Isidorus Joko Arianto¹, Heryenzus²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email : pb170910301@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Business development has grown rapidly, giving rise to various significant competitions, especially in the automotive sector. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction at Yamaha Graha Dealers in Batam City partially and simultaneously. Samples of consumers who came to Yamaha Graha Batam Dealers were 182 respondents. The sampling method used was accidental sampling and the data collection technique used a questionnaire (questionnaire). The results of this study are known t-test where the results of the t-test for service quality $4.580 > t \text{ table } 1.653$ significant value $0.000 < 0.05$ and for facilities $8.236 > 1.653$, significant value $0.000 < 0.05$. Based on the results of the study, it can be concluded that service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction (H1 is accepted) and facilities partially also has a positive and significant effect on consumer satisfaction (H2 is accepted). The results of the f test where f count $98,870 > f \text{ table } 3.04$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. The results can be concluded that the quality of service and facilities simultaneously has a positive and significant effect on customer satisfaction (H3 is accepted).

Keywords: Customer Satisfaction; Facilities; Quality Service.

PENDAHULUAN

Pengembangan teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Aspek teknologi yang paling banyak terlihat adalah perkembangan teknologi berupa kendaraan seperti motor, mobil, pesawat dan lain-lain. Hal yang paling menarik dibahas di Indonesia adalah perkembangan teknologi di bidang kendaraan bermotor. Penjualan kendaraan bermotor di Indonesia sangat berkembang pesat. Masyarakat Indonesia cenderung lebih memilih untuk membeli motor ketimbang kendaraan lainnya. Hal ini terjadi dikarenakan keefesienan nya dalam menghadapi kondisi lalu lintas di Indonesia yang terbilang sangat macet.

Untuk mengatasi konsumsi masyarakat yang terbilang sangat konsumtif, maka dibuatlah tempat yang diberi nama *Dealer* yang menjadi sarana bagi masyarakat untuk membeli motor baik itu baru maupun bekas. Selain menjadi tempat untuk membeli motor, *dealer* juga menjadi sarana bagi masyarakat sebagai tempat untuk melakukan service atau pemeliharaan serta memperbaiki motor apabila sedang berada dalam keadaan rusak.

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau konsumen yang datang, maka pihak perusahaan harus bisa memberikan berbagai pelayanan yang terbaik. Dengan adanya pemenuhan akan kualitas pelayanan, dapat menciptakan

sebuah kepuasan bagi konsumen. Hal ini membuat konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan. dan akan tetap menggunakan perusahaan tersebut sebagai tempat akan pemenuhan kebutuhannya

Selain menyediakan pelayanan yang berkualitas, ketersediaan berbagai *facilities* sangat berperan penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. *facilities* merupakan ukuran dari semua pelayanan yang telah disediakan, serta aspek utama dalam memenuhi kepuasan konsumen. Adanya ketersediaan fasilitas yang mumpuni, memungkinkan adanya pemenuhan kebutuhan konsumen secara maksimal.

Konsumen akan mengalami kepuasan apabila segala bentuk kinerja yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap fitur produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan, dalam rangka menyediakan tingkat kepuasan konsumen terhadap konsumsi mereka. Konsumen yang merasa puas dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan, memungkinkan konsumen untuk tetap mempertahankan loyalitasnya kepada perusahaan tersebut.

Peranan *dealer* dalam pemenuhan kebutuhan konsumen akan perbaikan mesin motor menjadi sangat penting. Hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa *dealer* yang didirikan oleh sector swasta di Kota Batam seperti salah satunya adalah *dealer* Yamaha Graha Batam.

Dealer Yamaha Graha Batam merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang otomotif yang berlokasi di Komp. Ruko Central Muka Kuning, Jl. Letjend Suprpto, Buliang, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau (Kode pos : 29439). *Dealer* Yamaha Graha Batam memiliki lokasi yang cukup strategis, dikarenakan berada bersebrangan jalan dengan alun-alun Batu aji yaitu Sp Plaza Batu aji. Dalam memenuhi

kebutuhan konsumen, *dealer* Yamaha Graha Batam memiliki beberapa fasilitas penunjang seperti lahan parkir yang luas yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan parkir, tempat service yang cukup untuk meminimalisir antrean, *waiting room* yang nyaman, serta jaringan *wifi* yang memungkinkan konsumen untuk menggunakannya sambil menunggu kendaraannya selesai di servis.

Kualitas pelayanan yang dilakukan *Dealer* Yamaha Graha Batam bisa dikatakan masih kurang efisien dimana konsumen merasa kurang puas dalam mendapatkan pelayanan yang baik dari pihak *dealer*. Hal tersebut terlihat jelas dari tabel 1.2 seperti pada bulan Januari 2020 diatas seperti pelayanan yang kurang ramah kepada konsumen, hal ini menyebabkan konsumen merasa tidak puas pada saat sedang melakukan servis kendaraannya. Kemudian tidak hanya berfokus pada kualitas pelayanan, fasilitas yang diberikan oleh pihak *dealer* jugakurang memadai hal ini terlihat jelas pada tabel keluhan diatas yaitu ruang tunggu yang kurang adem serta berada diluar yang menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman saat sedang menunggu motornya selesai diservis, serta informasi penjualan sparepart yang kurang bisa dipahami oleh konsumen secara menyeluruh. Hal ini terjadi dikarenakan kurangnya ketelitian dalam hal penyediaan jasa fasilitas yang diberikan oleh pihak *dealer* untuk konsumennya, sehingga konsumen yang ingin melakukan servis di dealer Yamaha Graha Batam merasa tidak nyaman dengan fasilitas yang diberikan sehingga menyampaikan keluhannya pada kolom ulasan aplikasi *Google maps*. Hal ini berdampak pada masyarakat yang sedang mencari tempat servis kendaraan yang berkualitas sebagai tempat servis kendaraannya kemudian membaca berbagai keluhan di aplikasi *google maps* tersebut. Oleh sebab itu, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus memperhatikan apa yang bisa membuat konsumen merasa puas

selama melakukan servis kendaraannya di *dealer* Yamaha Graha Batam.

Berdasarkan pemaparan penulis diatas, oleh karena itu peneliti bermaksud meneliti dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Dealer* Yamaha Graha Batam.

Berikut rumusan masalah adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Dealer* Yamaha Graha Batam ?

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Menekankan bahwa *service quality* merupakan tolak ukur yang digunakan dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, berarti *point of view* dari konsumen menjadi *point* penting bagi perusahaan (Mutmainnah, 2017: 205). Sedangkan menurut (Rasyid, 2017: 212) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen mengenai pelayanan yang berikan oleh perusahaan kepada konsumen berdasarkan pelayanan yang diinginkan serta pelayanan yang diharapkan.

Menurut (Septian & Saputra, 2020: 44) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan perfeksionis yang diharapkan oleh konsumen dalam rangka pemuasan selera konsumen.

Menurut (Suryani, 2013: 94-95) untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator yakni :

1. Berwujud (*tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)

5. Empati (*Empathy*)

2.2 Fasilitas

Pendapat (Kusuma, Surojia, & Supaya, 2018: 38) fasilitas ialah suatu elemen dalam rangka memaksimalkan kegiatan konsumen mengenai usaha dalam bidang jasa. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa sangat mempengaruhi keputusan konsumen, karena mereka terkait erat dengan pembentukan persepsi pelanggan (Dora, 2017: 18). Fasilitas yaitu segala bentuk peralatan yang bersifat fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk memberikan kenyamanan terhadap konsumen (Kusuma et al., 2018: 38).

Menurut (Tjiptono, 2014: 175 - 177) untuk mengukur fasilitas suatu hotel ada 6 Indikator yaitu:

1. Perencanaan spasial.
2. Perancangan ruangan.
3. Perlengkapan atau perabotan.
4. Tata cahaya.
5. Warna.

2.3 Kepuasan Konsumen

Menurut (Erlinda & Kurniawan, 2020: 05) kepuasan konsumen merupakan proses psikologis dasar yang berperan dengan tujuan memahami bagaimana tepatnya konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Kepuasan konsumen adalah hasil akhir yang dimiliki oleh penyedia jasa yang bersumber dari terpenuhinya keinginan atau tidaknya pihak konsumen melalui kinerja serta aspek aspek lain yang diberikan oleh penyedia jasa (Ajizah & Nurlaela, 2018: 38).

Kepuasan konsumen Menurut Herlambang dalam penelitiannya adalah Tingkatan perasaan yang dialami oleh konsumen setelah membandingkan kinerja dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen (Khairani, Siregar, Hutabalian, & Karolina, 2019: 131).

Untuk mengukur tingkat *consumer satisfaction* menurut (Kotler & Keller, 2016: 155) terdapat 3 indikator yang digunakan yaitu:.

1. Keinginan melakukan pembelian kembali
2. Kesiediaan merekomendasikan
3. Kesesuaian harapan

2.4 Penelitian Terdahulu

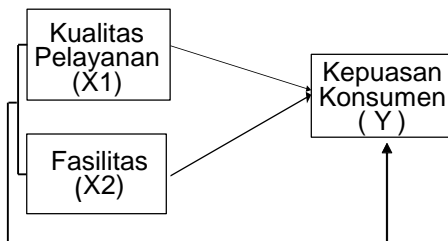
Penelitian sebelumnya yakni (Ajizah, E., & Nurlaela, S. (2018)) memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian sebelumnya yakni (Ahmad Zaenudin, Tiurniari Purba) memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan dan pengaruhnya positif.

Penelitian sebelumnya yakni (Hartini, Sri. (2017)) memperoleh hasil yakni kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan berpengaruh positif.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berikut ini kerangka pemikiran guna merumuskan hipotesis yang penulis teliti :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir (Sumber : Peneliti, 2021)

2.6 Hipotesis

Jawaban sementara ditetapkan pada penelitian ialah :

H1 : Kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam

H2 : Fasilitas memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam

H3 : Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama – sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen yang datang dari bulan januari sampai desember 2020 yang berjumlah 334 pada Dealer Yamaha Graha Batam. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti sehingga mewakili dari keseluruhan populasi yang ada (Hartini, 2017: 409).Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni *Accidental Sampling*, karena jumlah konsumen *Dealer* yang sangat banyak sehingga sulit untuk mengidentifikasi konsumen satu persatu, dan diperlukan waktu penelitian yang lama.

Dalam penelitian ini, teknologi pengumpulan data yang dipakai menggunakan survei kuisisioner, yaitu dengan mengajukan serangkaian pernyataan tertulis kepada responden (Sanusi, 2011: 109). Data primer adalah data dari hasil penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke konsumen yang menggunakan jasa Dealer Yamaha Graha Batam melalui penyebaran kuisisioner. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan kuisisioner sebagai instrument utama. Hal ini dilakukan agar mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini ialah guna melihat apakah kualitas pelayanan serta fasilitas bisa mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Graha Batam. Metode yang digunakan peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden atau konsumen Dealer Yamaha Graha Batam. Dengan penyebaran kuisisioner sebanyak 182 lembar dan jumlah yang kembali juga sama. Setelah mendapatkan pengembalian data kuisisioner, kemudian menggunakan

aplikasi untuk memproses data yang diperoleh, yakni SPSS versi 25.

4.1 Uji Validitas Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,571	0,146	Valid
	X1.2	0,570	0,146	Valid
	X1.3	0,755	0,146	Valid
	X1.4	0,754	0,146	Valid
	X1.5	0,820	0,146	Valid
	X1.6	0,811	0,146	Valid
	X1.7	0,777	0,146	Valid
	X1.8	0,765	0,146	Valid
	X1.9	0,770	0,146	Valid
	X1.10	0,727	0,146	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0,573	0,146	Valid
	X2.2	0,659	0,146	Valid
	X2.3	0,638	0,146	Valid
	X2.4	0,675	0,146	Valid
	X2.5	0,531	0,146	Valid
	X2.6	0,634	0,146	Valid
	X2.7	0,665	0,146	Valid
	X2.8	0,725	0,146	Valid
	X2.9	0,651	0,146	Valid
	X2.10	0,617	0,146	Valid
	X2.11	0,626	0,146	Valid
	X2.12	0,568	0,146	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,715	0,146	Valid
	Y2	0,711	0,146	Valid
	Y3	0,723	0,146	Valid
	Y4	0,743	0,146	Valid
	Y5	0,747	0,146	Valid
	Y6	0,643	0,146	Valid

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Hal tersebut dapat dilihat dari Tabel 1. di atas bahwa, nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ untuk semua pernyataan dengan r_{tabel} berjumlah 0,146 (df = 180).

Kesimpulannya, maka seluruh *question* dikatakan memiliki korelasi yang signifikan dengan total skor proyek dan data tersebut valid.

4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cobrach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.904	>0.60	Valid
Fasilitas (X2)	0.862	>0.60	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	0.804	>0.60	Valid

(Sumber: Data diolah SPSS 25 (2021))

Diketahui bahwa dengan menggunakan metode Cronbach's Alphas diperoleh nilai untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,904. Untuk variabel fasilitas diperoleh nilai 0,862 dan variabel *Customer Satisfaction* berjumlah 0,804. Semua hasil perhitungan reliabilitas melebihi

>0,60. Maka kesimpulannya adalah instrument dari penelitian ini reliabel atau bisa di percaya. bahwa adanya distribusi normal yang terjadi pada analisis data Kolmogorov-Smirnov. Hal ini bisa dilihat dari 0,200 dimana jumlah itu memiliki tingkat significant <0,05.

4.3 Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		182
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	2,44234022
Most Extreme Differences	Absolute	0,075
	Positive	0,075
	Negative	-0,040
Test Statistic		0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015 ^{c,d}

(Sumber: Pengolahan data spss 25,2021)

Nilai Asymp dapat dilihat pada hasil tabel sampel uji Kolmogorov-Smirnov. Sig Kolmogorov-Smirnov adalah 0,015, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dan

data berdistribusi normal. Dengan kata lain, semua variabel memenuhi persyaratan analisis regresi linier sederhana.

4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.669	1.495
	Fasilitas	.669	1.495

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Hasil pengujian multikolinearitas disajikan pada tabel 4. diatas nilai VIF dengan variabel independent kualitas pelayanan sebesar 1.495 dan *tolerance* 0,669, variabel *independent* fasilitas diperoleh 1.495 dan *tolerance* 0,669. Dengan demikian bisa ditarik

kesimpulan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10 dan toleransi lebih besar dari 0,1 maka variabel bebas tidak memiliki gejala multikolinearitas. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi.

4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.264	.839		2.699	.008
Kualitas Pelayanan	-.004	.022	-.016	-.177	.860
Fasilitas	-.007	.025	-.027	-.300	.765

a. Dependent Variable: RES2

(**Sumner:** Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Jika nilai probabilitas atau tingkat *significant* Lebih besar dari 0,05. Jadi dikatakan bahwa modelnya tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa pada variabel kualitas

pelayanan Nilai signifikansi (X1) adalah 0,860, dan nilai signifikansi variabel instalasi (X2) adalah 0,765. Sehingga nilai diatas dapat diambil kesimpulan tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas.

4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.085	1.275		1.635	.104
Kualitas Pelayanan	.153	.034	.248	4.580	.000
Fasilitas	.310	.038	.519	8.236	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(**Sumner:** Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Dari tabel 6. bisa ditarik kesimpulan persamaan analisis regresi linear berganda yaitu :

$$Y = 2,085 + 0,153X_1 + 0,310X_2$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Konsumen
 X₁ : Kualitas Pelayanan
 X₂ : Fasilitas

Persamaan di atas diperoleh dari hasil pengolahan SPSS 25. Persamaan regresi memiliki arti yakni :

1. Terdapat nilai *constant* berjumlah 2,085; artinya nilai kepuasan konsumen (Y) nilainya adalah 2,085.
2. Hasil uji F penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen

mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Tabel 4.20 menunjukkan hasil perhitungan uji F, dimana $F_{hitung} 98,870 > F_{tabel} 3,04$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (F.Sig $0,000 < 0,005$),.

3. Nilai koefisien regresi (X2) variabel fasilitas sebesar 0,310 artinya setiap kenaikan pangkat akan meningkat

sebesar 1%. Dengan asumsi variabel lain tetap, kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,310. Koefisien positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara fasilitas dengan *customer satisfaction*, semakin besar fasilitas semakin tinggi kepuasan pelanggan..

4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.525	.520	2.456

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas, nilai *R-square* yang telah disesuaikan adalah 0,532. Angka tersebut akan dikonversikan menjadi persentase, artinya persentase kontribusi variabel kualitas pelayanan

(X1) dan fasilitas (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 52,5%. Sedangkan 47,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan didalam penelitian`.

4.8 Hasil Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.085	1.275		1.635	.104
Kualitas Pelayanan	.153	.034	.248	4.580	.000
Fasilitas	.310	.038	.519	8.236	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Pengolahan data SPSS 25, 2021)

Hasil pengujian variabel *customer satisfaction* dan *facility* terhadap kepuasan konsumen dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) diwakili oleh nilai $t_{hitung} (4580) > t_{tabel} (1,653)$ dan nilai

significant $0,000 < 0,05$. Oleh sebab itu variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

2. Variabel fasilitas (X2) diwakilipada nilai $t_{hitung} (8,236)$

> t_{tabel} (1,653) dan nilai *significant* $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu variabel fasilitas mempunyai pengaruh penting

terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

4.9 Hasil Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1192.704	2	596.352	98.870	.000 ^b
	Residual	1079.670	179	6.032		
	Total	2272.374	181			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan dan Fasilitas

(Sumber : Pengolahan data SPSS 25, 2021)

Hasil uji F penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Tabel 4.20 menunjukkan hasil perhitungan uji F, dimana $F_{\text{hitung}} 98,870 > F_{\text{tabel}} 3,04$ dan nilai signifikansi $0,000$ atau $< 0,05$ (F_{Sig}

$0,000 < 0,005$) artinya semua variabel independen valid untuk variabel dependen. Dilihat dari segi kualitas pelayanan dan fasilitas, hal ini menjadi penjelasan penting bagi kepuasan konsumen, Oleh karena itu, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah selesai dengan pembahasan sebelumnya maka bisa ditarik kesimpulan dari penelitian ini yakni:

1. Berdasarkan analisis data terbukti bahwa variabel kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Dealer Yamaha Graha Batam.

2. Berdasarkan analisis data terbukti bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Dealer Yamaha Graha Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, E., & Nurlaela, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Mutiara Di Rangkasbitung. *Journal of Management Studies*, 5, 38.
- Dora, Y. M. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Pendidikan, dan Metode Pembelajaran, Kepuasan dan Loyalitas Siswa terhadap
- Mahasiswa - Studi di Universitas Widyatama Bandung. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4, 18.
- Erlinda, L., & Kurniawan, P. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Duta Karya Indo Perkasa Batam. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 6.
- Hartini, sri. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN

KONSUMEN UNTUK MENGINAP
DI HOTEL SAKURA PALANGKA
RAYA. *Ilmu Sosial Dan Humaniora*,
3, 409.

Khairani, R., Siregar, C. A., Hutabalian,
R. H., & Karolina, I. I. (2019).
Pengaruh Harga Dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Pt. Matahari
Putera Prima (Hypermart). *Jurnal
Manajemen*, 5.

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing
Management*.

Kusuma, T. A., Suroija, N., & Supaya, S.
(2018). ANALYSIS THE
INFLUENCE OF DOCUMENT
SERVICE QUALITY, FACILITY,
AND THE USE OF ACCEPTANCE
ONLINE MODULE TECHNOLOGY
TOWARD SERVICE USER
SATISFACTION (CASE STUDY AT
KPPBC TMP-A SEMARANG).
Jurnal JOBS, 4.

Mutmainnah. (2017). PENGARUH
KUALITAS LAYANAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH. *Manajemen Dan
Pemasaran Jasa*, 10, 205.

Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas
Layanan Dan Pemanfaatan
Teknologi Terhadap Kepuasan Dan
Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal
Ecodemica*, 1, 212.

Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian
Bisnis*. Salemba Empat.

Septian, D., & Saputra, A. (2020).
Pengaruh Promosi Dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Kepri Mall. *Jurnal
Manajemen*, 6, 45.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di
Era Internet*. Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa:
Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
Andi Offset.