

ANALISIS FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Delta Puput pepbrilita¹, Fidyah Yuli Ernawati², Wachidah fauziyanti³
^{1,2,3}STIE Semarang

Jl..Menoreh Utara Raya No. 11 Sampangan Semarang
e-mail: ¹, ²fidyah@stiesemarang.ac.id, ³fwachidah@ymail.com

Abstrak

BB *Laundry* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Dalam memasarkan jasanya perusahaan lebih mengutamakan nilai dan kepuasan pelanggan atas jasa tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk dan jasa yang berkualitas. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggannya, yaitu dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas, terutama untuk sektor jasa yang sangat tergantung terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kualitas pelanggan pada BB *Laundry* di Sukoharjo, 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di BB *Laundry* di Sukoharjo, 3) Untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada BB *Laundry* di Sukoharjo.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa BB *Laundry* di Sukoharjo. Sampel berjumlah 100 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Variabel dalam penelitian ini adalah fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan observasi. Metode analisis: Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi. Analisis uji regresi linear berganda, uji F, uji hipotesis secara parsial (Uji t, uji determinasi (R^2))

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: 1) Hasil pengujian hipotesis fasilitas dengan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.100 dengan taraf signifikansi 0.038. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan. 2) Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.112 dengan taraf signifikansi 0.037. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu penelitian yang diteliti oleh penulis hanya terbatas kepada pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menambah variabel lain yang berhubungan seperti variabel harga, loyalitas dll.

Kata kunci: *Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan*

Abstract

BB Laundry is a company engaged in the service sector. In marketing its services, the company prioritizes value and customer satisfaction for these services. Companies that are able to compete are companies that can provide quality products and services. To win the competition, a company must be able to provide satisfaction to its customers, namely by providing quality products or services, especially for the service sector which is highly dependent on facilities and service quality. The objectives of this study were: 1) To determine the effect of facilities on customer quality at BB Laundry in Sukoharjo, 2) To determine the effect of service quality on customer satisfaction at BB Laundry in Sukoharjo, 3) To analyze the effect of facilities and service quality on customer satisfaction at BB Laundry Laundry in Sukoharjo.

The population in this study are all customers who have used BB Laundry services in Sukoharjo. The sample is 100 customers. The sampling technique used was non-probability sampling technique. The variables in this study are facilities, service quality and customer satisfaction. Methods of data collection using interviews, questionnaires and observations. Method of analysis: validity test, reliability test, classic assumption test consisting of multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test, autocorrelation test. Multiple linear regression analysis, F test, partial hypothesis test (t test, determination test (R^2))

The conclusions in this study are: 1) The results of testing the facility hypothesis with customer satisfaction show the t value of 2.100 with a significance level of 0.038. This significance level is less than 0.05, which means that there is a positive and significant influence between facilities and customer satisfaction. 2) The results of testing the service quality hypothesis with customer satisfaction, shows the t value of 2.112 with a significance level of 0.037. This significance level is less than 0.05, which means that there is a positive and significant influence between service quality and customer satisfaction.

Suggestions for further researchers are that the research studied by the author is only limited to the effect of facilities and service quality on customer satisfaction, for the next research it is better to add other related variables such as price, loyalty etc.

Keywords: *facilities, service quality, customer satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat saat ini sudah semakin bertambah dan mengikuti perkembangan zaman, persaingan dalam bidang usaha pun kian gencar dan tingkat pelanggan semakin meningkat tiap tahunnya, sehingga mendorong perkembangan dunia usaha untuk semakin meningkatkan usahanya. Perkembangan tersebut memungkinkan lahirnya perusahaan-perusahaan baru dengan tepat dalam bidang usaha yang sama. Hal ini menimbulkan persaingan diantara sesama perusahaan pesaing sebagai penghasil barang substitusi, sehingga baik secara langsung maupun tidak langsung mengakibatkan menurunnya tingkat volume penjualan perusahaan. Persaingan dunia usaha dewasa ini semakin

kompetitif. Setiap perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan cara memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Pelanggan relatif mudah untuk pindah ke perusahaan pesaing apabila kepuasannya tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan. Semakin banyak pelanggan yang meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing, sehingga berdampak pada penjualan perusahaan akan menurun, dan laba perusahaan juga akan menurun. Persaingan yang ketat juga terjadi pada pemasaran jasa *laundry* kiloan. *Laundry* kiloan di Sukoharjo marak bermunculan tahun-tahun belakangan ini. *Laundry* kiloan ini memiliki harga yang sangat terjangkau sehingga

dapat menjangkau semua kalangan. Tidak hanya melayani pencucian pakaian yang bertekstur sulit tetapi melayani pencucian pakaian sehari-hari. Orang yang memiliki mobilitas cenderung memilih *laundry* kiloan ini untuk membantu menangani kebutuhan pakaian bersih. Semakin meningkatnya mobilitas dalam kehidupan manusia, banyak perubahan-perubahan yang terjadi dalam aktifitas kehidupan manusia pada umumnya. Kecenderungan mengikuti gaya hidup membuat orang lebih memilih untuk mengefesienkan waktu. Proses peningkatan mutu dalam usaha *laundry* juga disertai dengan berbagai risiko kegagalan. Guna memperkecil risiko kegagalan, mutu perlu dibuat berdasarkan konsep produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Seiring dengan meningkatnya *laundry* kiloan akan pelayanan jasa khususnya wilayah Sukoharjo mengalami kemajuan yang cukup baik, hal ini terlihat dari semakin banyaknya orang yang terlibat dalam kegiatan penawaran produk jasa. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa *laundry* yaitu BB Laundry yang berdiri pada tahun 2015 dan berlokasi di Sukoharjo. BB Laundry merupakan salah satu perusahaan jasa. Di dalam memasarkan jasanya perusahaan lebih mengutamakan nilai dan kepuasan pelanggan atas jasa tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk dan jasa yang berkualitas. Untuk memenangkan suatu persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggannya, yaitu dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas, terutama untuk sektor jasa yang sangat tergantung terhadap fasilitas serta kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah respon yang ditunjukkan pelanggan terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan tingkat kepuasan mereka. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa.

Penelitian menurut Dealisna Pantilu, Rosalina A.M. Koleangan dan Ferdy Roring (2018) fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Selain faktor fasilitas, kualitas pelayanan juga memiliki andil yang penting. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menggambarkan seberapa penting pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah pelayanan yang diberikan memuaskan atau tidak,

Hasil penelitian dari Siti Syahsudarmi (2018) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Karena semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung.

Tujuan dari sebuah bisnis pada dasarnya adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis. Berdasarkan uraian di atas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul: “ANALISIS FASILITAS DAN KUALITAS

PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada BB *Laundry* di Sukoharjo)”

Rumusan masalah sebagai berikut : Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada BB *Laundry*?, Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada BB *Laundry*?, Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada BB *laundry*?

2. KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Zeithaml dan Bitner dalam Rusmawati, Marlindawaty (2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan sebuah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Terdapat lima indikator utama yang menentukan menyebutkan bahwa yang mendorong nilai kepuasan pelanggan adalah: Pertama adalah atribut layanan, adalah penyampaian layanan yang tepat waktu, akurat, dengan perhatian dan keramahan. Kedua adalah kualitas pelayanan. Menurut Philip Kotler (2009) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produksi dan harapan harapannya. Menurut definisi tersebut bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan.

Fasilitas merupakan salah satu faktor yang menunjukkan kepuasan konsumen. Semakin baik fasilitas yang ditawarkan maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2004) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Dalam mewujudkan kualitas fasilitas terdapat beberapa indikator yang harus dipertimbangkan perusahaan, yaitu:

1. Perencanaan Spasial yang berkaitan dengan unsur jarak, lokasi, bentuk dan ukuran, hal ini sangat berkaitan dengan pemanfaatan waktu.
2. Perencanaan ruang, yaitu unsur yang mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan.
3. Perlengkapan, yaitu sebagai sarana pelengkap yang dapat memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung dalam penggunaan barang pelanggan.
4. Tata cahaya dan warna, yaitu pengaturan cahaya dan warna ruangan yang sesuai aktivitas yang dilakukan serta suasana yang ingin dibangun dalam ruangan tersebut.
5. Pesan-pesan yang disampaikan grafis, yaitu penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan

warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang yang ingin digunakan untuk maksud tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Syahsudarmi (2018) mengatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

H1 : fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Gronroos (2010) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai hasil dari proses evaluasi dimana konsumen membandingkan harapan mereka atas layanan tertentu yang mereka terima. Tjiptono dalam Dahniar Feranita Septiani (2018), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasurahman dalam Tjiptono (2012), yaitu:

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. *Realibility*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani (2017) mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan BB *Laundry* di Sukoharjo. sampel yang didapat yaitu sebesar 96 untuk lebih memudahkan maka dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi penelitian ini menggunakan 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian menggunakan rumus slovin.

Definisi Operasional Variabel

N	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
1.	Y (Kepuasan pelanggan)		

	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produksi dan harapan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atribut layanan 2. Kualitas pelayanan 3. Faktor emosional 4. Harga 5. Biaya dan kemudahan 	Philip Kotler (2009)
2.	<p>X1 (Fasilitas) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan spasial 2. Lokasi strategis 3. Perencanaan ruang 4. Perlengkapan 5. Tata cahaya dan warna 6. Pesan-pesan grafis 	Tjiptono (2004)
3.	<p>X2 (Kualitas Pelayanan) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik 2. Perlengkapan 3. Keandalan dalam pelayanan 4. Kemampuan pelayanan 5. Ketanggapan 6. Informasi yang jelas 7. Jaminan tepat waktu 	Tjiptono (2012)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil spss dapat diketahui bahwa semua variabel valid dan reliable. Pada uji asumsi klasik (uji multikolaritas, heterokedastisitas, dan normalitas) semua variabel memenuhi syarat, yaitu pada uji multikoleaneritas tidak terjadi multikoleaneritas, uji heterokedastiitas bahwa pada model penelitian tidak terjadi heterokedastisitas, dan uji normalitas yaitu berdistribusi normal sehingga persyaratan normalitas terpenuhi.

Analisis regresi Linier Berganda

$$Y = 10,485 + 0,192 X_1 + 0,169 X_2$$

Keterangan:
Y = Kepuasan Pelanggan
X1 = Fasilitas

X2 = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai konstanta 10.485.
- b. Koefisien fasilitas memberikan nilai sebesar 0,192 yang berarti bahwa fasilitas semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan. Dan setiap kenaikan 1 satuan fasilitas maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 1.
- c. Koefisien kualitas pelayanan memberikan nilai sebesar 0,169 yang berarti bahwa jika semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan. Dan setiap kenaikan 1 satuan kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 1.

Hasil dari uji t

1. Uji Hipotesis 1 (H1)

Perumusan Hipotesis

H1: Ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Dari tabel di atas terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis fasilitas dengan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,100 dengan taraf signifikansi 0,038. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha. Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H1 Ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan sapat diterima.

2. Uji Hipotesis 2 (H2)

Perumusan Hipotesis

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	10.485	3.506		2.991	.004		
1 FASILITAS	.192	.091	.205	2.100	.038	.980	1.020
KUALITAS PELAYANAN	.169	.080	.206	2.112	.037	.980	1.020

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: data

Berdasarkan t

+

H2: Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Dari tabel di atas terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, menunjukkan nilai hitung 2,112 dengan taraf signifikansi 0,037. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H2 Ada pengaruh yang positif dan signifikan antar kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dapat diterima

Pembahasan

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian H1 telah membuktikan terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis fasilitas dengan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,100 dengan taraf signifikansi 0,038. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H1 Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produksi dan harapan harapannya. Menurut definisi tersebut bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas.

Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi fasilitas, maka pelanggan akan merasa puas. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Anggun Lestari (2018) menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian H2 telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.112 dengan taraf signifikansi 0.037. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H2 Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan menggambarkan seberapa penting pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah pelayanan yang diberikan memuaskan atau tidak. Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan

eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus selalu menjaga kualitas pelayanan mereka. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dalam memilih barang dan jasa yang nantinya mempengaruhi jenis, citra rasa barang, jasa yang dibelinya. Dalam membeli suatu produk barang atau jasa, para konsumen tidak ingin membeli suatu produk atau jasa yang tidak memiliki standar mutu. Apa yang membuat konsumen akan puas atau tidak puas terhadap suatu produk atau jasa.

Hasil penelitian yang mendukung penelitian ini adalah hasil penelitian Dahniar Feranita Septiani (2018) menunjukkan secara bersama-sama atau simultan seluruh dimensi dari kualitas pelayanan, yaitu faktor keandalan, faktor daya tanggap, faktor jaminan, faktor empati dan faktor bukti nyata berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

1. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis fasilitas dengan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menggambarkan seberapa penting pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah pelayanan yang diberikan memuaskan atau tidak. Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika puas akan kembali menggunakan jasa dan

3. menceritakan pengalamannya kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Jika konsumen tidak puas maka akan berhenti menggunakan jasa dan memperburuk eksistensi perusahaan.

b. Saran

1. Saran bagi perusahaan

- a. Terkait dengan fasilitas pada dimensi perencanaan ruang, perusahaan perlu meningkatkan ruangan yang lebih luas agar memadai dengan adanya konsumen yang cukup banyak tiap harinya.
- b. Perusahaan perlu meningkatkan kecepatan dalam pelayanan, salah satunya dengan cara mendahulukan yang pelanggan yang lebih dahulu, alternative lain juga dapat menambah pegawai atau karyawan untuk melayani pelanggan sehingga dapat meningkatkan kecepatan dalam pelayanan dan menciptakan kenyamanan bagi pelanggan.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian yang diteliti oleh penulis hanya terbatas kepada pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menambah variabel lain yang berhubungan seperti variabel harga, loyalitas dll.
- b. Peneliti hanya melakukan penelitian pada BB Laundry di Sukoharjo saja, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti pada perusahaan cabang lain sebagai pembandingan

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, Rini dan Zulkifli. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman*. Jurnal **MENARA Ilmu**. ISSN: 1693-2617. Vol.XI, No.78 November 2017. Hal. 152 – 166.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. 2010. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. 2nd edition. UK: John Wiley & Sons, Chichester.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

- Lestari, Anggun. 2018. *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada GUEST HOUSE Humanitas Pematangsiantar*. Jurnal **MAKER**. ISSN: 2502-4434. Vol.4, No.1. Juni 2018. Hal.40-48.
- Lubis, Syahri Alfi dan Andayani, Nur Rahmah. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam*. Journal of Business Administration. e-ISSN: 2548-9909. Vol. 1, No.2 September 2017. Hal. 232-243.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Marketing Research an Applied Orientation*. Prestice Hall, United State of America.
- Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pantilu, Dealisna, Koleangan Rosalina A.M dan Roring Ferdy. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado*. Jurnal **EMBA**. ISSN: 2303-1174. Vol.6, No.4 September 2018. Hal. 3723 – 3732.
- Puspita, Richa Megha dan Santoso Singgih. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta*. Jurnal **EKSIS**. ISSN: 2549-6018 (Online) ISSN 1907-7513 (Print). Eksis, Vol 13, No 1 April 2018. Hal. 69-80.
- Rusmawati dan Marlindawaty. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Laundry BJR Batakan Balikpapan*. Jurnal **EKSEKUTIF**. Vol.15, No.1. Juni 2018. Hal.216-243.

- Septiani, Dahniar Feranita. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Jeans Cabang Jalan P. Antasari Kota Samarinda*. eJournal **Administrasi Bisnis**. ISSN: 2355-5408. Vol.6, No.1 2018. Hal. 102-114.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahsudarmi, Siti. 2018. *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru*. Jurnal **DEVELOPMENT**. pISSN: 2338-6746. Vol.6, No.1 Juni 2018. Hal. 47- 96.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakan ke-6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

