

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mini Market Afif Toserba Di Kecamatan Kibin Serang

Siti Ferliana¹⁾, Juhandi²⁾, Abdul Aziz³⁾

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa^{1,2,3)}
Ferliana0898@gmail.com¹⁾, djoehandhi@gmail.com²⁾, azizkakang82@gmail.com³⁾

Abstract

Customer satisfaction is affected by the quality of services and facilities. If the service variable can be improved and the facilities are in accordance with the expectations and demands of customers, a higher impact on customer satisfaction will be obtained. The purpose of this study was to determine whether the quality of service and facilities affect customer satisfaction at the Mini Market Afif Toserba in Kibin District, Serang. This study uses a survey method with a quantitative approach. With a sample of 80 respondents who are customers of Mini Market Afif Toserba. Based on data analysis on the partial significance test of the service quality variable, it shows the value of Sig. 0.000 t_{table} 1.668 and the facility variable shows the value of Sig. 0.000 t_{table} 1.668. While the simultaneous significance test shows the value of Sig. 0.000 < 0.05 and F_{count} 37.162 > F_{table} 2.37. Based on the results of data analysis, it can be concluded that the service quality variable (X1) and the facility variable (X2) have a significant effect on the customer satisfaction variable (Y) partially or simultaneously.

Keywords: Service Quality; Facilities; Customer Satisfaction

Abstrak

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas. Jika variabel pelayanan dapat ditingkatkan dan fasilitas yang memadai sesuai dengan harapan dan permintaan konsumen maka akan diperoleh dampak yang lebih tinggi terhadap kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba Kecamatan Kibin Serang. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Dengan jumlah sampel 80 responden yang merupakan konsumen Mini Market Afif Toserba. Berdasarkan analisa data pada uji signifikansi parsial variabel kualitas pelayanan menunjukkan Sig. 0,000 < 0,05 serta nilai t_{hitung} 4,194 > t_{tabel} 1,668 dan variabel fasilitas menunjukkan nilai Sig. 0,000 < 0,05 serta nilai t_{hitung} 6,036 > t_{tabel} 1,668. Sedangkan pada uji signifikansi simultan menunjukkan nilai Sig. 0,000 < 0,05 serta nilai F_{hitung} 37,162 > F_{tabel} 2,37. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya. Ritel adalah usaha yang menjual produk atau dagangan kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang menggunakan sistem swalayan (konsumen mengambil barang atau produk itu sendiri). Masyarakat sekarang dengan pola konsumsinya yang cenderung ingin praktis dan serba cepat, selera konsumen dalam berbelanja juga semakin berkembang. Konsumen datang tidak hanya untuk sekedar berbelanja, namun bereaksi untuk mencari informasi tentang berbagai produk atau untuk membandingkan harga dengan tempat pembelanjaan lain. Bisnis ritel adalah salah satu bisnis yang banyak terdapat di Indonesia seperti Mini Market. Mini Market menjadi tempat berbelanja favorite karena tempatnya yang bersih, rapi dan lengkap. Keberhasilan usaha Mini Market yaitu pelaku usaha harus dapat menawarkan produk yang tepat dengan harga, pelayanan dan tempat yang tepat. Pelaku usaha harus dapat memberikan kepada konsumen barang atau jasa yang memiliki pelayanan yang lebih baik, harga lebih murah, fasilitas yang memadai dan nilai lebih tinggi dengan mutu yang lebih baik dari pesaingnya.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas. Jika variabel pelayanan dapat ditingkatkan dan fasilitas yang sesuai dengan harapan dan permintaan konsumen maka akan diperoleh dampak yang lebih tinggi terhadap kepuasan konsumen. Kualitas merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Ini berarti pengusaha harus dapat memberikan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas. Kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan atau persepsi konsumen, maka pengusaha secara tidak langsung telah memberikan kepuasan bagi para konsumennya. Ketika konsumen merasa puas akan pelayanan yang didapat pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga yang akan merekomendasikan pada teman-teman, keluarga, kerabat tentang badan usaha tersebut atas produk-produk dan pelayanan yang telah diberikan, sehingga konsumen akan semakin bertambah banyak.

Mini market Afif Toserba merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang penjualan barang dagangan eceran seperti makanan, minuman maupun barang kebutuhan hidup dan lainnya. Untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah disepakati oleh manajemen, maka mini market Afif Toserba harus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas konsumen. Namun dalam peningkatannya belum terlaksana dengan maksimal, sehingga tujuan mini market Afif Toserba untuk memberikan kepuasan kepada konsumen menjadi terhambat.

Berdasarkan obsevasi yang penulis lakukan dengan melakukan wawancara pada beberapa konsumen mini market Afif Toserba, ada beberapa keluhan yang menjadi permasalahan pada mini market Afif Toserba yaitu saat proses pembayaran memakan

waktu yang lama dan menyebabkan antrian panjang karna mesin scan harga yang sering terjadi error, keterbatasannya fasilitas parkir untuk konsumen yang tidak mencukupi jumlah konsumen yang berbelanja, sehingga sering terjadi kendaraan yang parkir di bagian jalan raya dan penataan produk yang kurang rapi serta terkadang tidak sesuai dengan nama maupun harga produk sehingga membingungkan konsumen. Adapun masalah pada pelayanannya, konsumen mengeluhkan tentang ketidaktanggapan pelayanan mini market Afif Toserba akan keluhan konsumen sehingga mempengaruhi kualitas pelayanan yang kurang baik.

KAJIAN LITERATUR

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan kegiatan usahanya. Konsumen yang puas adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusias untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Kepuasan konsumen tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, citra atau emosi, harga dan biaya.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku Priansa (2017) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Sedangkan menurut Setiawan *et al.* (2019) Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.

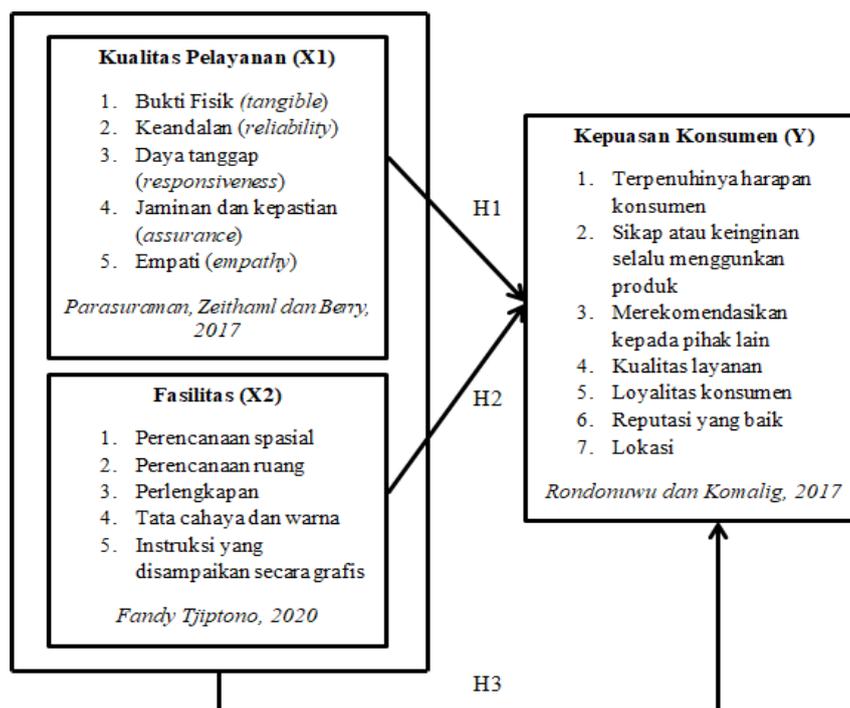
Kualitas Pelayanan

Pelayanan pelanggan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Menurut Fandy Tjiptono dan Gorgeous Chandra dalam jurnal Puspita dan Santoso (2018) Kualitas pelayanan adalah upaya untuk mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pembeli serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pembeli. Menurut Philip Kotler dalam jurnal Lubis dan

dan Andayani (2017) Kualitas pelayanan merupakan sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.

Fasilitas

Salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemenuhan kepuasan konsumen yaitu ketersediaan fasilitas. Dengan terpenuhinya fasilitas yang dibutuhkan konsumen akan memberikan kenyamanan lebih maksimal kepada konsumen. Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan konsumen, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Menurut Philip Kotler dalam jurnal Angga Adi Saputra Fasilitas merupakan segala sesuatu yang telah disediakan oleh perusahaan untuk konsumen yang dapat memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan, dan kepuasan. Sedangkan Tjiptono Chandra dalam jurnal Harfika dan Abdullah (2017), Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif bertumpu sangat kuat pada pengumpulan data. Data yang dimaksud berupa angka hasil pengukuran. Karena itu, dalam penelitian ini statistik memegang peran sangat penting sebagai alat untuk menganalisis jawaban suatu masalah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba.

Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori-teori dan pengetahuan yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan. Permasalahan tersebut diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolakannya berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan. Adapun data yang diperoleh dari lapangan dalam bentuk skor kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen dalam bentuk angka-angka yang sifatnya kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini yaitu member konsumen Mini Market Afif Toserba dengan jumlah 275 orang responden. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pemilihan sampel probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penulis menggunakan teknik simple random sampling karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Penulis menggunakan perhitungan jumlah sampel rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10% hingga didapat jumlah sampel sebanyak 73 yang penulis bulatkan menjadi 80 responden.

Pada pengumpulan data penelitian ini, penulis menggunakan sumber data primer dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, angket, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Menurut Sugiono (2019) Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sedangkan bila dilihat dari segi cara atau tekniknya, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), angket (kuesioner), pengamatan (observasi) dan gabungan dari ketiganya.

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting, karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Penulis menganalisis data dengan bantuan program *SPSS Versi 26* meliputi uji validitas dan perhitungan, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas data, uji heterokedastisitas, uji multiklonieritas, uji autokorelasi.

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan linier antara dua variabel bebas (*independent*) atau lebih dengan satu variabel tergantung (*dependent*). Analisis regresi berganda ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) berada pada rentang angka nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi yang mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel mendekati satu (1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dan t_{tabel} .

Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya masing-masing variabel *independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*, dan sebaliknya. Atau apabila taraf signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *independent* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*, dan sebaliknya.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama atau simultan variabel bebas mempunyai daya dukung yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F yaitu Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima H_0 menolak H_1 , artinya masing-masing variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*, dan sebaliknya. Atau jika signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya bahwa variabel *independent* secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*, dan sebaliknya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson Product Moment, untuk mendeteksi validitas dari masing-masing item pernyataan. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas sebuah instrumen. Sebuah item pernyataan dikatakan memiliki validitas tinggi jika memiliki korelasi yang tinggi terhadap skor total item. Untuk pengambilan keputusan berdasarkan responden dan nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 10%. Artinya item instrumen tersebut valid jika lebih besar dari nilai r_{tabel} . Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS Statistical Product and Service Solution for Windows (SPSS) versi 26,00*.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No. Item	r hitung			r tabel (n=(80-2) Sig. 10%)	Keterangan
	Y	X1	X2		
1	0.537	0.540	0.307	0.185	Valid
2	0.494	0.405	0.468	0.185	Valid
3	0.505	0.503	0.310	0.185	Valid
4	0.526	0.525	0.260	0.185	Valid
5	0.414	0.584	0.473	0.185	Valid
6	0.478	0.708	0.261	0.185	Valid
7	0.581	0.556	0.446	0.185	Valid
8	0.574	0.532	0.379	0.185	Valid
9	0.547	0.582	0.243	0.185	Valid
10	0.526	0.308	0.511	0.185	Valid
11	0.556	0.404	0.547	0.185	Valid
12	0.386	0.319	0.323	0.185	Valid
13	0.396	0.575	0.411	0.185	Valid
14	0.426	0.436	0.484	0.185	Valid
15	0.227	0.518	0.459	0.185	Valid

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 1 diatas maka dapat dilihat bahwa untuk hasil kuesioner dengan 15 pernyataan ketiga variabel dinyatakan valid, karena memiliki nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} 0.185. Selanjutnya, pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrument penulis menggunakan Alpha Cronbach dengan menggunakan bantuan program *Statistick Package for Sosial Science for Windows (SPSS) versi 26,00*. Hasil uji reliabilitas dikatakan reliabel, jika nilai $alpha > 0,6$ atau diatas 0,6.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
Y	0.762 > 0.600	Reliabel
X1	0.787 > 0.600	Reliabel
X2	0.608 > 0.600	Reliabel

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 2 diatas maka dapat dilihat bahwa untuk hasil kuesioner dengan 15 pernyataan ketiga variabel dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai *Alpha Cronbach* > dari 0.600. Kemudian uji normalitas data, uji ini bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi data. Apabila terjadi penyimpangan, seberapa jauh penyimpangan tersebut. Uji normalitas ini menggunakan teknik Uji *Kolmogorov Smirnov*, dan pengujiannya menggunakan program *Statistick Package for Sosial Science for Windows (SPSS) versi 26,00*, dengan kaidah jika nilai signifikansi > 0,05 maka distribusi sebaran skor variabel adalah normal, artinya sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan *One Sample KS*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,57656669
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,049
	Negative	-,034
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov* di atas, dapat disimpulkan bahwa data

berdistribusi normal. Kemudian uji multikolinieritas, Tujuan dilakukannya uji multikolinieritas ini adalah untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terdapat korelasi antar variabel bebasnya. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas, dapat digunakan dengan cara melihat nilai VIF (*Varian Inflating Factor*). Apabila nilai VIF tidak melebihi dari 10 maka terbebas multikolinieritas, dan sebaliknya jika nilai VIF melebihi dari 10 maka terjadi multikolinieritas. Selain pengujian dengan VIF, untuk melihat ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dengan cara, yaitu apabila terdapat korelasi yang tinggi (≤ 0.1) antar variabel bebas, maka data dikatakan terdapat multikolinier. Namun apabila koefisien korelasinya ≥ 0.1 , maka dikatakan tidak terdapat multikolinier.

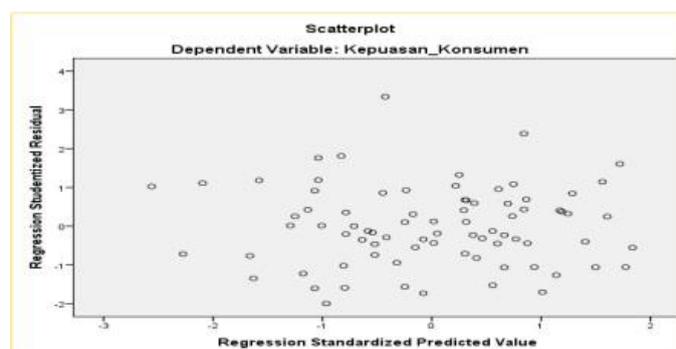
Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,903	5,534		1,428	,157		
	Kualitas_Pelayanan_X1	,334	,080	,355	4,194	,000	,920	1,087
	Fasilitas_X2	,631	,105	,512	6,036	,000	,920	1,087

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_Y

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 4, pada bagian *Collinearity Statistics* diketahui nilai *Tolerance* untuk kedua variabel adalah 0,920 lebih besar dari 0,1. Sementara nilai VIF untuk kedua variabel adalah 1,087 lebih kecil dari 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Selanjutnya uji heterokedastisitas, Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari nilai residual yang ada. Model regresi yang baik adalah non heterokedastisitas atau tidak mengalami heterokedastisitas. Pengujian heterokedastisitas menggunakan garfik scatterplot. Melalui garfik *scatterplot* dapat terlihat suatu model regresi mengalami heterokedastisitas atau tidak. Jika terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angkat 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan output *scatterplot* diatas diketahui bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja dan penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,701 ^a	,491	,478	3,623	1,697

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X2, Kualitas_Pelayanan_X1
 b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_Y

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 5, diketahui nilai *Durbin Watson* (d) adalah sebesar 1,697. Selanjutnya nilai ini akan penulis bandingkan dengan nilai *durbin watson* pada signifikansi 5% dengan rumus $(k ; N)$. Adapun jumlah variabel independen adalah 2 atau “k” = 2, sementara jumlah sampel atau “N” = 80, maka $(k ; N) = (2 ; 80)$. Dilihat dari distribusi nilai tabel *durbin watson*, maka ditemukan nilai dL sebesar 1,586 dan dU sebesar 1,688. Maka nilai *durbin watson* (d) sebesar 1,697 lebih besar dari batas atas (dU) yaitu 1,688 dan kurang dari $(4 - dU) = 4 - 1,688 = 2,312$. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *durbin watson* dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau autokorelasi.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,903	5,534		1,428	,157
	Kualitas_Pelayanan_X1	,334	,080	,355	4,194	,000
	Fasilitas_X2	,631	,105	,512	6,036	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_Y

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan nilai koefisien dalam persamaan regresi linear berganda yang dapat dilihat pada kolom B. Nilai persamaan regresi linear berganda dapat diperoleh hasil yaitu sebagai berikut:

$$Y = 7,903 + 0,334 X1 + 0,631 X2 + 0,1$$

Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) secara linear. Pengaruh tersebut terlihat pada hasil konstanta sebesar 7,903 artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) bernilai konstan atau tetap, maka kepuasan konsumen (Y) sebesar 7,903. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,334 artinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X1) nilainya tetap, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,334. Koefisien regresi variabel fasilitas (X2) sebesar 0,631 artinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) dengan asumsi variabel fasilitas (X2) nilainya tetap, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,631.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,701 ^a	,491	,478	3,623

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X2, Kualitas_Pelayanan_X1

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 7, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,491. Nilai R Square 0,491 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu $0,701 \times 0,701 = 0,491$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,491 atau sama dengan 49,1%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel fasilitas (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 49,1%. Sedangkan sisanya 50,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak penulis teliti.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,903	5,534		1,428	,157
	Kualitas_Pelayanan_X1	,334	,080	,355	4,194	,000
	Fasilitas_X2	,631	,105	,512	6,036	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_Y

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 8, diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < \text{probabilitas } 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh

kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dan diketahui nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 4,194. Sedangkan untuk nilai t_{tabel} dengan rumus $(a/2 ; n-k-1)$. Adapun untuk nilai "a" yaitu *standar error* sebesar 0,10, nilai "n" yaitu jumlah sampel sebanyak 80 dan nilai "k" yaitu jumlah variabel bebas sebanyak 2. Maka $(0,1/2 ; 80-2-1) = (0,05 ; 77)$, dilihat dari distribusi nilai t_{tabel} statistik maka ditemukan nilai t_{tabel} sebesar 1,668. Karena nilai t_{hitung} 4,194 > t_{tabel} 1,668, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan Tabel 8, diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel fasilitas (X2) adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya terdapat pengaruh fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dan diketahui nilai t_{hitung} variabel fasilitas (X2) adalah sebesar 6,036. Karena nilai t_{hitung} 6,036 > t_{tabel} 1,668, maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya terdapat pengaruh fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,903	5,534		1,428	,157
	Kualitas_Pelayanan_X1	,334	,080	,355	4,194	,000
	Fasilitas_X2	,631	,105	,512	6,036	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_Y

Sumber: Hasil olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai Sig. adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga diterima atau dengan kata lain variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dan diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar 37,162. Sedangkan untuk nilai F_{tabel} dengan rumus $(k ; n-k)$. Dimana "k" adalah jumlah variabel bebas yaitu sebanyak 2 dan "n" jumlah sampel sebanyak 80. Maka $(2 ; 80-2)$ dilihat dari distribusi nilai F_{tabel} statistik signifikansi 0,10 didapat nilai F_{tabel} sebesar 2,37. Karena nilai F_{hitung} 37,162 > F_{tabel} 2,37, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari perhitungan uji parsial (uji t) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan

dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai $t_{hitung} 4,194 > t_{tabel} 1,668$ yang berarti bahwa variabel (X1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan cukup berperan penting dalam kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba Kecamatan Kibin Serang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari perhitungan uji parsial (uji t) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai $t_{hitung} 6,036 > t_{tabel} 1,668$ yang berarti bahwa variabel (X2) fasilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas juga merupakan hal penting dalam kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba Kecamatan Kibin Serang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, pada uji signifikansi parsial (uji t) untuk variabel kualitas pelayanan (X1) maupun fasilitas (X2) masing-masing terdapat pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Pada uji signifikansi simultan (uji F) kedua variabel secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Y. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai Sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai $F_{hitung} 37,162 > F_{tabel} 2,37$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama, dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,491. Artinya, kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh sebesar 49,1% terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba, sedangkan sisanya 50,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba Kecamatan Kibin Serang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba Kecamatan Kibin Serang. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai $t_{hitung} 4,194 > t_{tabel} 1,668$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Fasilitas

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba Kecamatan Kibin Serang. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai $t_{hitung} 6,036 > t_{tabel} 1,668$ yang berarti bahwa variabel (X2) fasilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Afif Toserba Kecamatan Kibin Serang. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai Sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai $F_{hitung} 37,162 > F_{tabel} 2,37$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dengan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,491 yang berarti kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh sebesar 49,1% terhadap kepuasan konsumen.

Adapun saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini diantaranya: Untuk tempat penelitian yaitu Mini Market Afif Toserba, penulis memberikan saran untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas bagi konsumen. Hal ini sangat diperlukan karena dengan kualitas pelayanan yang baik konsumen akan puas dan senang berbelanja di Mini Market Afif Toserba. Serta fasilitas yang memadai untuk menunjang transaksi konsumen. Hal tersebut juga penting untuk diperhatikan dan dilakukan peningkatan, karena kenyamanan konsumen dengan adanya fasilitas yang lengkap dapat membuat konsumen merasa puas dan senang sehingga memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Mini Market Afif Toserba. Kemudian bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan materi sejenis, hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai bahan acuan pengembangan penelitian lanjutan tentunya dengan memperhatikan kelemahan dan keterbatasan penelitian ini. Kemudian hendaknya peneliti selanjutnya lebih memperluas penelitian dengan mengkaji lebih banyak sumber dan referensi sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(01), 44-56.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan pt. sucofindo batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232-243.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puspita, R. M., & Santoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 69-80.
- Saputra, A. A. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *(JMK) Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 72-89.

Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Tan, S., & Putu. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Wisley Golf & Sport Centre. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 110-118.