

JAMINAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Saparudin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serele Lahat
saparudin20@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jaminan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 53 orang dengan metode pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ialah pengujian pengaruh variabel Jaminan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), diperoleh nilai Sig $0,000 < 0,05$. Pengujian pengaruh variabel Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Sig $0,017 < 0,05$. Simpulan yang didapat sebagai berikut: a) variabel jaminan (x1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (y); b) variabel fasilitas (x2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (y); c) variabel jaminan (x1), dan fasilitas (x2) berpengaruh signifikan secara bersama - sama terhadap variabel kepuasan pelanggan (y).

Kata Kunci: Fasilitas, Jaminan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of guarantees and facilities on customer satisfaction either partially or simultaneously. The sample in this study was 53 people with a sampling method that was accidental sampling. The analytical method used is a quantitative analysis using the SPSS program. The result of this research is testing the effect of the Assurance variable (X1) on Customer Satisfaction (Y), obtained a Sig value of $0.000 < 0.05$. They are trying the influence of the Facility variable (X2) on Customer Satisfaction (Y) Sig $0.017 < 0.05$. The conclusions obtained are as follows: a) Assurance variable (X1) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y); b) The Facility Variable (X2) has a significant effect on the Customer Satisfaction variable (Y); c) Assurance variable (X1), and Facility (X2) have a significant effect together on the Customer Satisfaction variable (Y).

Keywords: Facilities, Guarantee, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Jaminan adalah suatu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi (Parasuraman, 2015). Jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku yang dilakukan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam membeli dan memakai jasa atau produk yang ditawarkan. Jaminan ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen

terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Jaminan meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi.

Perusahaan dalam membangun kepercayaan pelanggan dengan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan melalui karyawan terlibat langsung terhadap pelanggan, jadi hal yang berhubungan dengan jaminan terdiri dari kemampuan karyawan yang meliputi keterampilan dan pengetahuan karyawan yang dimiliki oleh seseorang karyawan untuk melakukan pelayanan dan memberikan kepercayaan kepada perusahaan yang pada akhirnya akan membuat pelanggan memiliki kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi perusahaan dan prestasi – prestasi lainnya.

Fasilitas merupakan bagian dari bukti fisik yang disediakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan, bukti fisik ini mencakup seluruh aspek fisik yang ada didalam perusahaan. Tjiptono (2016) mengemukakan bahwa fasilitas adalah desain dan tata letak fasilitas jasa sangat erat kaitannya dalam pembentukan persepsi pelanggan, sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa dimata pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk yang diberikan oleh perusahaan yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, kepuasan pelanggan ini berkaitan dengan tingkat perasaan pelanggan atau seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang diterima dengan harapannya (Kotler, 2018). kepuasan pelanggan merupakan respon emosional pelanggan terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk dan jasa yang telah dibelinya.

Riset pendahuluan yang dilakukan penulis di Bengkel Ezha Motor Lahat, jaminan yang ada bengkel belum membuat pelanggan memiliki rasa kepuasan dalam melakukan pembelian produk dan jasa yang ditawarkan, salah satunya adalah masih belum baiknya kemampuan karyawan melakukan servis kendaraan dalam melayani pelanggan. Selain itu, kesopansantunan karyawan dirasa masih kurang dalam menghadapi pelanggan yang melakukan servis kendaraan. Tingkat kepercayaan yang diberikan oleh karyawan dalam melayani pelanggan yang melakukan servis kendaraan juga masih tergolong rendah.

Adanya beberapa permasalahan yang ada di Bengkel Ezha Motor Lahat berkaitan dengan jaminan hal ini membuat kurangnya rasa kepuasan pelanggan, selain itu fasilitas yang diberikan masih kurang dan peralatan yang disediakan oleh bengkel juga belum lengkap, dimana pelanggan apabila kebutuhannya tidak terpenuhi maka akan mencari bengkel lain. Beberapa permasalahan ini membuat pelanggan tidak mendapatkan kepuasan dalam melakukan pembelian terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh bengkel, sehingga pelanggan tidak melakukan pembelian ulang terhadap produk dan jasa yang ditawarkan, pelanggan tidak merekomendasikan produk dan jasa kepada teman dan keluarga dan perusahaan/bengkel tidak menjadi pertimbangan pelanggan untuk melakukan pembelian ditempat lain.

Berdasarkan latar belakang diatas maka perlu dilakukan kajian mengenai pengaruh jaminan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Ezha Motor Lahat).

KAJIAN TEORI

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2016) jaminan yaitu pengetahuan, kesopanansantunan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan. Jaminan meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi. Jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku yang dilakukan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam membeli dan memakai jasa atau produk yang ditawarkan. Jaminan ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.

Menurut Parasuraman (2015) ada beberapa indikator jaminan dalam manajemen pemasaran yaitu sebagai berikut, a) kompetensi; b) kesopanan; c) kredibilitas. Yazid (2015) mengemukakan pengertian fasilitas adalah bagian dari bukti fisik yang disediakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan, bukti fisik ini mencakup seluruh aspek fisik yang ada didalam perusahaan. Fasilitas berguna untuk memuaskan perasaan pelanggan berkaitan dengan kenyamanan, keamanan, kemudahan, dan kepuasan dari para pelanggan. Menurut Moodie dan Cootam (2017) setidaknya terdapat enam faktor yaitu, a) perencanaan spasial; b) perencanaan ruangan; c)

perlengkapan/perabotan; d) tata cahaya; e) warna; f) pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Menurut Kotler (2018) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk yang diberikan oleh perusahaan yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, kepuasan pelanggan ini berkaitan dengan tingkat perasaan pelanggan atau seseorang setelah membandingkan anatara kinerja produk yang diterima dengan harapannya. Lupiyoadi (2015) menyebutkan lima faktor utama yang perlu di perhatikan dalam kaitantya dengan kepuasan konsumen antara lain, a) kualitas produk; b) kualitas pelayanan; c) emosional; d) harga; e) biaya.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan bengkel Ezha Motor Lahat pada bulan April–Juni tahun 2020 dengan jumlah pelanggan berjumlah 115 orang pelanggan. Berdasarkan perhitungan Slovin, didapat jumlah sampel yaitu sebanyak 53 orang pelanggan yang akan diambil dengan metode *accidental sampling*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh jaminan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bengkel Ezha Motor Lahat. Uji Parsial digunakan untuk mengetahui signifikan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau sendiri-sendiri, sedangkan Uji Simultan digunakan untuk mengetahui signifikan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Perhitungan persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1
Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | |
|--------------|-----------------------------|------------|
| | B | Std. Error |
| 1 (Constant) | 10.691 | 5.830 |
| Jaminan | .478 | .110 |
| Fasilitas | .274 | .111 |

Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan Uji Parsial (Uji T) didapatkan nilai sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Parsial (Uji T)

| | Model | T | Sig. |
|---|------------|-------|------|
| 1 | (Constant) | 1.834 | .073 |
| | Jaminan | 4.358 | .000 |
| | Fasilitas | 2.459 | .017 |

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan pengujian pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat dengan pengujian secara simultan didapat nilai sebagai berikut :

Tabel 3
Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA ^b | | | |
|--------------------|------------|--------|-------------------|
| | Model | F | Sig. |
| 1 | Regression | 15.390 | .000 ^a |
| | Residual | | |
| | Total | | |

PEMBAHASAN**Analisis Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai persamaan regresi $Y = 10,691 + 0,478 X_1 + 0,274 X_2$. Nilai constanta sebesar 10,691 berarti jika variabel – variabel bebas diabaikan atau di asumsikan Nol maka nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 10,691. Nilai variabel Jaminan (X_1) sebesar 0,478 yang berarti jika variabel Jaminan (X_1) ditingkatkan sebesar satu - satuan maka akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,478 satu - satuan. Nilai variabel Fasilitas (X_2) sebesar 0,274 yang berarti jika variabel Fasilitas (X_2) ditingkatkan sebesar satu - satuan maka akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,274 satu - satuan.

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian Pengaruh Jaminan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian pengaruh variabel Jaminan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), diperoleh nilai Sig 0,000 < 0,05 yang berarti variabel Jaminan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), maka terbukti menunjukkan ada pengaruh yang signifikan variabel Jaminan (X₁) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian oleh Akbar *et al.* (2016) menyatakan bahwa adanya jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dengan hasil serupa juga dijumpai pada Atika *et al.* (2013) bahwa pelanggan menyatakan bahwa jaminan yang diberikan membuat pelanggan menjadi puas. Jaminan bisa mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan (Pratiwi & Sriathi, 2017).

Pengujian Pengaruh Variabel Fasilitas (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian pengaruh Fasilitas (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai Sig 0,017 < 0,05 yang berarti Fasilitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), maka terbukti menunjukkan ada pengaruh yang signifikan Fasilitas (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil yang sama juga dijumpai pada penelitian oleh Relitania (2017) dengan hasil fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas merupakan salah satu komponen penting bagi perusahaan, maka suatu perusahaan harus dapat mengelola dengan baik, sehingga dapat berfungsi dengan baik, ekonomis, efisien dan efektif (Soemitro & Suprayitno, 2018). Fasilitas yang diberikan dapat memberikan hasil dan manfaat bagi bisnis karena kepuasan pelanggan telah terjadi (Baiti *et al.*, 2018). Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama langgengnya suatu perusahaan, dan sudah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Khadijah & Dianasari, 2018).

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3. menunjukkan nilai Sig 0,000 < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Jaminan (X₁), dan Fasilitas (X₂), berpengaruh signifikan secara bersama – sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Kriteria penerimaan dan penolakan dalam pengujian hipotesis dengan pengujian pengaruh Jaminan (X₁) dan Fasilitas (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersama – sama diperoleh nilai

F hitung sebesar 15,390, sedangkan untuk menentukan nilai F tabel yaitu : $Df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $Df2 = n - k = 53 - 3 = 50$ dengan melihat Df1 dan Df2 diperoleh nilai 3,18, jadi F hitung, $15,390 > F$ tabel, 3,18, sedangkan nilai signifikan (Sig) sebesar 0,000, maka Sig, $0,000 < 0,05$, berarti Jaminan (X_1) dan Fasilitas (X_2) berpengaruh signifikan secara bersama – sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), maka penelitian ini terbukti menunjukkan ada pengaruh yang signifikan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2008). Sedangkan menurut Tjiptono (2006) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Dengan jaminan dan fasilitas yang memadai mampu meningkatkan rasa puas dari pelanggan, sehingga pelanggan akan kembali berkunjung.

SIMPULAN

Variabel jaminan, fasilitas, dan pengaruh dari keduanya berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. N., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 1-8. <https://media.neliti.com/media/publications/86601-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>
- Atika, P., Rahyuda, R., & Suasana, S. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indobesia di Denpasar. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*, 7(1), 19-28. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/6066>
- Baiti, M., Stefanus, P. A., & Silva, Y. F. (2018). Pengaruh lokasi, harga dan fasilitas hotel terhadap keputusan menginap pelanggan. *JIA&P*, 1(2), 47–58. <http://repository.matanauniversity.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/194/jia%26p%20v.1%20no.2%2047-58.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Khadijah, S. A., & Dianasari, I. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik. *Gema ekonomi*, 7(2), 220–235. <http://journal.aakdelimahusadagresik.ac.id/index.php/GemaEkonomi/article/view/766>

- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Lupiyoadi, L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Lupiyoadi, L., & Hamdani, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Moodie, M., & Cootam, C. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Parasuraman, P. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Pratiwi, L. P. Y. A., & Sriathi, A. A. A. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Retensi Karyawan pada Hotel Santika Nusa Dua Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1478–1506. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/28109>
- Relitania, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel harmoni Batam. *Skripsi*. Akademi Akuntansi Permata Harapan. Batam
- Soemitro, A. R. A., dan Suprayitno, H. (2018). Pemikiran Awal tentang Konsep Dasar Manajemen Aset Fasilitas. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 2, 1–14. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v2i0.4225>
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, T. (2016). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Yazid, Y. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Revika Adiatam