



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AHASS SHINTA MOTOR BANJARNEGARA

Lustono¹, Setijadi², Ariyanto³

STIE Tamansiswa Banjarmasin Jl. Mayjend Panjaitan No. 29 Banjarmasin

Email : lustonots@gmail.com¹, setijadi72@gmail.com², ariyanto.2801@gmail.com³

ABSTRACT

This research takes the title "The Effect of Service Quality, Facilities and Product Completeness on Consumer Satisfaction at AHASS Shinta Motor Banjarmasin". This study aims to determine the effect of service quality, facilities and product completeness on consumer satisfaction at AHASS Shinta Motor Banjarmasin. This study uses quantitative methods, using primary data from consumers of AHASS Shinta Motor Banjarmasin as many as 10,435 people. While the sample in this study were 100 respondents. Data analysis used classical assumption test, namely normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, for hypothesis testing using t test and F test. Data analysis tool using SPSS. The results of this study by partial test indicate that service quality has an effect and is significant on consumer satisfaction, facilities have no and no significant effect on customer satisfaction, product completeness has no effect and is not significant on consumer satisfaction. Simultaneous test results show that the quality of service, facilities and product completeness simultaneously and significantly affect customer satisfaction. The value of the coefficient of determination in this study is 0.616. This shows the ability of the independent variable to explain the dependent variable by 61.6% while the rest is explained by other variables not included in this study.

Keywords: service quality, facilities, product completeness, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar belakang

Semakin berkembangnya zaman ini, transportasi adalah suatu bagian yang selalu di butuhkan oleh semua kalangan masyarakat. Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang banyak digunakan masyarakat untuk melakukan

aktifitas. Dengan banyaknya masyarakat pengguna sepeda motor, semakin berkembang pula kebutuhan akan pelayanan servis sepeda motor. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi

kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna / pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut, Cronin dan Taylor dalam Annisa (2019). Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa adalah Bengkel Honda AHASS Shinta Motor. Bengkel resmi sepeda motor Honda yang berlokasi di JL. Pemuda No.73 Banjarnegara. Seperti halnya bengkel-bengkel AHASS lainnya, Bengkel Honda AHASS Shinta Motor ini juga memberikan pelayanan purna jual bagi pengguna sepeda motor Honda serta menyediakan pelayanan service, perbaikan sepeda motor dan menjual sparepart sepeda motor beserta aksesorisnya.

Berdasarkan atas hasil dari kotak saran konsumen, masih terdapat keluhan yang dirasakan oleh konsumen seperti hasil servis yang masih kurang maksimal, kelengkapan ruang tunggu, beberapa sparepart yang tidak tersedia, sehingga konsumen merasakan ketidakpuasan atas kinerja dari AHASS Shinta Motor.

Idealnya, AHASS Shinta Motor mampu memberikan kepuasan atas pelayanannya, konsumen yang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh AHASS Shinta Motor cenderung

akan kembali menggunakan pelayanan AHASS Shinta Motor. Sedangkan konsumen yang kurang puas atau tidak puas memiliki kecenderungan untuk beralih kepada perusahaan sejenis yang lain yang mampu menawarkan pelayanan dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena itu, AHASS Shinta Motor diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan pelayanannya, dimulai dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh konsumennya.

Rumusan

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara?
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas , maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah di AHASS Shinta Motor Banjarnegara

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis statistic.

Variabel Penelitian

- a. Variabel bebas : Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2), Kelengkapan Produk (X_3)
- b. Variabel terikat : Kepuasan Konsumen (Y).

Definisi Konsep dan Definisi operasional Variabel

- a. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (costumer behavior) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut, Dharmmesta dan Handoko dalam Firdaus (2018).

Menurut Shiffman dkk dalam Tjiptono (2014), perilaku konsumen adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk jasa atau ide yang diharapkan dapat memuaskan

konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Kepuasan Konsumen (Y)

Definisi Konsep : Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi dan terlampaui, Gerson dalam Suryoko (2012)

Definisi Operasional : Kepuasan Konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan pembeli atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Indikator : kepuasan menyeluruh, minat membeli ulang, kesediaan untuk merekomendasi

c. Kualitas Pelayanan (X1)

Definisi Konsep : Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, Tjiptono dalam Anggareni (2015)

Definisi Operasional : Kualitas pelayanan merupakan hal yang dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen yang di harapkan konsumen

Indikator : pemenuhan kebutuhan, ketepatan dalam penyampaian, harapan konsumen

d. Fasilitas

Definisi Konsep : Fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen, Kotler dan Keller dalam Harfika (2017)

Definisi Operasional : Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang disediakan

pengelola jasa untuk menunjang pelayanan dan memenuhi kebutuhan konsumen

Indikator : sarana, prasarana, penunjang layanan, kebutuhan konsumen

e. Kelengkapan Produk

Definisi Konsep : Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan, Tjiptono dalam Novita (2017)

Definisi Operasional : Kelengkapan produk merupakan suatu kegiatan pengadaan barang dalam suatu bisnis yang bertujuan menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen

Indikator : ketersediaan produk, produk yang di tawarkan berkualitas, kelengkapan variasi produk

Populasi Sampel dan Teknik Sampel

a. Populasi Penelitian

Dalam penelitian ini populasinya adalah Semua konsumen Bengkel Resmi Honda AHASS Shinta Motor Banjarnegara sejumlah 10.435 konsumen.

b. Teknik Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *accidental sampling*.

c. Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan peneliti adalah semua konsumen yang menggunakan Pelayanan Bengkel Resmi Honda AHASS Shinta Motor Banjarnegara sebanyak 100 konsumen dari 10.435 populasi konsumen, dengan menggunakan rumus Slovin.

Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Uji Instrumen, terdiri dari :

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas

2. Uji Asumsi Klasik, terdiri dari :

- a. Uji Normalitas
- b. Uji Heterokedastisitas
- c. Uji Multikolinieritas

3. Uji Ketepatan Model, terdiri dari :

- a. Koefisien determinasi (R^2)
- b. Uji parsial (uji t)
- c. Uji simultan (uji F)

4. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Variabel Y	r Hitung	r Tabel	Signifikan	Keterangan
Item 1	0,711	0,202	0,000	Valid
Item 2	0,753	0,202	0,000	Valid
Item 3	0,776	0,202	0,000	Valid
Item 4	0,845	0,202	0,000	Valid
Item 5	0,934	0,202	0,000	Valid
Item 6	0,848	0,202	0,000	Valid

Variabel X1				
Item 1	0,767	0,202	0,000	Valid
Item 2	0,701	0,202	0,000	Valid
Item 3	0,801	0,202	0,000	Valid
Item 4	0,773	0,202	0,000	Valid
Item 5	0,713	0,202	0,000	Valid
Item 6	0,772	0,202	0,000	Valid

Variabel X2				
Item 1	0,757	0,202	0,000	Valid
Item 2	0,829	0,202	0,000	Valid
Item 3	0,675	0,202	0,000	Valid
Item 4	0,673	0,202	0,000	Valid
Item 5	0,649	0,202	0,000	Valid
Item 6	0,669	0,202	0,000	Valid
Item 7	0,753	0,202	0,000	Valid
Item 8	0,727	0,202	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel dari hasil uji reabilitas diatas menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kelengkapan Produk semua mencapai 0,600. Maka dapat dikatakan reliabel karena nilai alpha lebih besar dari 0,600.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Standardized Residual	
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98473193
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.062
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.703
Asymp. Sig. (2-tailed)		.706
a. Test distribution is Normal.		
Sumber : Data Primer Diolah, 2022		

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Asym. Sig memperoleh nilai residual sebesar 0,706 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk semua variabel memiliki rhitung > rtabel yaitu 0,202 dan tingkat signifikasi < 0,05. Sehingga pernyataan yang digunakan untuk mengukur semua variabel dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Hasil
Kepuasan Konsumen (Y)	0,881	6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0,845	6	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,863	8	Reliabel
Kelengkapan Produk (X3)	0,901	6	Reliabel

b. Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,588	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Faslilitas (X2)	0,489	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kelengkapan Produk (X3)	0,572	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Dependent Variabel</i> : Kepuasan Konsumen		

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen dari Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk > 0,05. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.613	2.243		-.719	.474		
X1_Kualitas_Pelayanan	.812	.125	.638	6.520	.000	.418	2.390
X2_Fasilitas	.158	.102	.178	1.541	.127	.300	3.336
X3_Kelengkapan_Produk	.010	.115	.009	.083	.934	.316	3.164

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan_Konsumen
Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai tolerance > 0,01. Sedangkan nilai VIF untuk masing-masing variabel memiliki nilai VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari adanya multikolinieritas.

3. Uji Ketepatan Model

a. Koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.616	.604	1.96782

a. Predictors: (Constant), X3_Kelengkapan_Produk, X1_Kualitas_Pelayanan, X2_Fasilitas
Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui R Square sebesar 0,616. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk memiliki pengaruh sebesar 61,6% terhadap Kepuasan Konsumen dan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.613	2.243		-.719	.474
	X1_Kualitas_Pelayanan	.812	.125	.638	6.520	.000
	X2_Fasilitas	.158	.102	.178	1.541	.127
	X3_Kelengkapan_Produk	.010	.115	.009	.083	.934

a. Dependent Variable: Y_ Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan hasil tabel diatas adalah

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H1 = Kualitas Pelayanan Berpengaruh dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

2. Pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen berdasarkan uji hipotesis menunjukkan variabel Fasilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H2 = Fasilitas Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

3. Pengaruh kelengkapan produk terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kelengkapan Produk (X3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H3 = Kelengkapan Produk Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

- c. Uji simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	596.048	3	198.683	51.309	.000 ^a
	Residual	371.742	96	3.872		
	Total	967.790	99			

a. Dependent Variable: Y_Kepuasa_Konsumen
b. Predictors: (Constant), X3_Kelengkapan_Produk, X1_Kualitas_Pelayanan, X2_Fasilitas
Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen dan signifikan.

H4 = Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk Berpengaruh dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

4. Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.613	2.243		-.719	.474
	X1_Kualitas Pelayanan	.812	.125	.638	6.520	.000
	X2_Fasilitas	.158	.102	.178	1.541	.127
	X3_Kelengkapan Produk	.010	.115	.009	.083	.934

a. Dependent Variable: Y_ Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan hasil regresi tersebut menyatakan bahwa :

- a. Nilai konstanta sebesar -1.613 artinya nilai konstanta Kepuasan Konsumen apabila mengesampingkan nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) dan Kelengkapan Produk (X3), maka variabel Kepuasan Konsumen nilainya sebesar -1,613.
- b. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,812 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat sebesar 1%, maka Kepuasan Konsumen juga meningkat sebesar 0,812.

- c. Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas sebesar 0,158 menunjukkan bahwa jika variabel Fasilitas meningkat sebesar 1%, maka Kepuasan Konsumen juga meningkat sebesar 0,158.
- d. Nilai koefisien regresi variabel Kelengkapan Produk sebesar 0,010 menunjukkan bahwa variabel Kelengkapan Produk meningkat sebesar 1%, maka Kepuasan Konsumen juga meningkat sebesar 0,010.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hipotesis bisa dilihat bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan AHASS Shinta Motor Banjarnegara, semakin baik juga tingkat kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novita (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan Apotek K-24 Bondowoso.

Perilaku konsumen (costumer behavior) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut, Dharmmesta dan Handoko dalam Firdaus (2018)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara. Hasil deskripsi variable Kualitas Pelayanan juga menunjukkan bahwa indikator-indikator pembentuk variable seperti kepuasan menyeluruh sesuai harapan responden.

Sehingga bisa di simpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hipotesis bisa dilihat bahwa Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismunandar (2020) menunjukkan bahwa secara parsial Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mahfoed Life Gym di Kota Bima.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk jasa atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan Shiffman dkk dalam Tjiptono (2014).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara konsumen merasa nyaman servis di AHASS Shinta Motor Banjarnegara tanpa

mempertimbangkan fasilitas yang ada.

Sehingga bisa di simpulkan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara.

3. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hipotesis bisa dilihat bahwa Kelengkapan Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairi (2017) kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Koperasi Pegawai Republik Indonesia Omi Swalayan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk jasa atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan

mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan Shiffman dkk dalam Tjiptono (2014).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara dikarenakan dipengaruhi faktor lain yang tidak ikut di teliti seperti konsumen mempercayakan kepada karyawan AHASS Shinta Motor Banjarnegara untuk mencari produk yang tidak ada tanpa mempertimbangkan Kelengkapan Produk yang tersedia.

Sehingga bisa di simpulkan bahwa Kelengkapan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen AHASS Shinta Motor

Banjarnegara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novita (2017) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek K-24 Bondowoso.

Sehingga bisa di simpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. Fasilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
- c. Kelengkapan Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

- d. Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Diharapkan AHASS Shinta Motor Banjarnegara selalu mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen selalu merasa puas dan menjadi pelanggan yang setia yang dapat menjadi duta AHASS Shinta Motor Banjarnegara yang loyal.
- b. Kepuasan Konsumen AHASS Shinta Motor Banjarnegara yang berpengaruh tidak hanya dari faktor kualitas pelayanannya saja. Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga penelitiannya lebih baik lagi dan diharapkan dapat mengembangkan hasil penelitian ini dan menjadi referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Tri Setya. 2015. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan pelanggan Di Bengkel Ahass 12658 Crystan Motor Surabaya. *Jurnal Aplikasi Administrasi Vol.18 No. 2.*
- Annisa. 2019. *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Resmi Honda Ahass Ums Motor.* Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Genoveva, 2015. Analyzing of Customer Satisfaction and Customer Loyalty Based on Brand Image and Perceived Servis Quality. *Journal of US-China Public Administration. Vol 12.*
- Harfika, Jarliyah. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance Vol. XIV No. 1*
- Ismunandar. 2020. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Jurnal Pamator. Volume 13 No 1, April 2020 Hlm. 105-109.*
- Ngaliman. 2019. The Effect Of Tangibles, Responsiveness, and Reliability on Customer Satisfaction of Delivery Services. *Journal of Economic and Manajement Studies. Vol 6.*
- Ningrum, Erdha Ervinna Putri. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Melakukan Service Pada Bengkel Sepeda Motor Ahass Tanjungtani Prambon Nganjuk. *Simki-Economic Vol. 01 No. 10 Tahun 2017*
- Novita , Ela Septianti. 2017. Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek K-24 Bondowoso. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi.*
- Putra , Achmad Daviv Bintama. 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung.* Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
- Khairi, Wijan Nanda. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Koperasi Pegawai Republik Indonesia Omi Swalayan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.* Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Retnoningtyas, Dyah Ayu. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Galeri Smartfren Cabang Nganjuk. *Simki-Economic Vol. 01 No. 02 Tahun 2017*
- Saryadi. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servisbengkel Ahass 0002 Semarang Honda Center. *Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2012, Hal. 1-8*

Suryoko, sri. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis

Bengkel Ahas 0002 Semarang Honda Center. *Diponegoro Journal Of Social And Politic. Hal 1-8.*