

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA CUCI MOTOR MANDIRI

Luthfia Maydiana

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
: luthfiamaydiana@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan peneliti ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jasa cuci motor mandiri. Metode peneliti yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis peneliti deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel *non probability sample* dengan pendekatan *accidental sampling*. Tehnik analisis data yang dipakai dalam peneliti ini yaitu menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Dan pengumpulan data menggunakan angket pada pelanggan cuci motor mandiri. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 3,542. Dan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 3,333.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction in independent motorbike washing services. The research method used in this research is quantitative descriptive research, with the sampling technique using non-probability sampling method with an accidental sampling approach. The data analysis technique used in this study was using the Classic Assumption Test, Normality Test, Multicollinearity Test. And data collection uses a questionnaire on Mandiri motorbike washing customers. The result of this study indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction of 3,542. And the effect of facilities on customer satisfaction is 3,333

Keyword: service quality, facilities and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perdagangan di negeri makin meningkat dan makin banyak perubahan dan kesuksesan, didukung beserta terwujudnya fasilitas transportasi penghubung dalam bidang otomotif yang semakin tinggi. Dengan berkembangnya jumlah kendaraan roda dua di Indonesia, maka akan membuka jenis – jenis peluang usaha seperti perusahaan asuransi kendaraan roda dua, usaha bengkel, dan aksesoris roda dua, sampai dengan usaha cuci motor.

Dalam pengembangan usaha cuci motor faktor keberhasilan yang dipertimbangkan oleh pelanggan berasal dari lokasi atau tempat. Lokasi menurut Huriati, (2010: 78) merupakan layanan yang dipakai pada pemasok jasa pada pelanggan yang diincar. Dengan demikian bahwa lokasi atau tempat yang nyaman dapat menarik pelanggan sehingga membuat usaha jasa cuci motor dapat bertahan lebih lama.

Daya tarik sendiri untuk memperhitungkan bisnis cuci motor sebagai alternatif sebuah peluang usaha dengan

melihat potensi tersebut dan hanya membutuhkan modal sedikit serta pengelolaan yang tidak rumit. Selain melihat sebuah peluang usaha yang menguntungkan dan bisa meningkatkan penghasilan, usaha tersebut juga menyerap tenaga kerja yang ahli dan terlatih, yang diharapkan di kemudian hari bisa mandiri dalam melakukan pekerjaannya.

Dalam layanan cuci sepeda motor, karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan harus dapat melayani dengan baik. Layanan yang menyenangkan bagi pelanggan sangat berguna sehingga jika pelanggan suka dengan layanan yang diberikan, pelanggan akan berpikir untuk melakukan pembelian berulang. Para pelanggan dapat menunggu dengan santai karena area yang luas dan nyaman.

Faktor yang tak kalah penting untuk diperhatikan adalah fasilitas. Keberhasilan dalam menjalankan usaha steam motor atau usaha cuci motor adalah penyediaan fasilitas. Fasilitas adalah suatu yang penting dalam bisnis jasa. Oleh karena itu, fasilitas yang ada yaitu kebersihan

selalu dipertimbangkan terutama yang terkait erat dengan apa yang dirasakan pelanggan langsung, desain interior, fasilitas dan kondisi eksterior.

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh angan – angan dari pelanggan tentu akan semakin puas. Apabila pelanggan merasa senang, pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang. Dengan kualitas yang bagus akan membawa pelanggan untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Hal ini sejalan oleh apa yang disediakan perusahaan jasa cuci motor mandiri sebagai industri yang bergerak dalam bidang jasa cuci motor. Dengan adanya konsep pelayanan yang baik fasilitas yang memadai dan diharapkan mampu menjaring pelanggan lebih banyak lagi.

Di Surabaya saat ini banyak tersedia penyedia jasa cuci motor yang sedang bersaing saat ini salah satunya adalah cuci motor mandiri yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso yang letaknya tidak jauh dengan gedung Balai Kota Surabaya. Salah satu keunggulan yang dimiliki usaha cuci motor mandiri yaitu adanya ketersediaan ruang tunggu yang nyaman serta karyawan yang ramah dan sopan dalam melayani setiap pelanggan. Usaha cuci motor mandiri memberikan pelayanan mulai pukul 08.00 – 20.00. Adapun harga yang ditawarkan pada jasa tersebut yaitu motor matic dan motor bebek harganya Rp.15.000 serta motor sport harganya Rp. 22.000. Adapun fasilitas penunjang pada usaha cuci motor mandiri yaitu ketersediaan kursi yang memadai sehingga dapat digunakan untuk bersantai sambil menunggu cucian motornya selesai. Hasil cucian motornya bersih sehingga para pelanggan merasa puas dalam menggunakan jasa tersebut. Tidak adanya kompetitor di sekitar usaha cuci motor mandiri. Sehingga cuci motor mandiri mampu bertahan dalam mendirikan usahanya.

Beberapa peneliti terdahulu telah dilakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan diantaranya Yuriansyah (2013), penelitian hasil menunjukkan persepsi kualitas pelayanan, fasilitas, dan nilai produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menunjuk pada peneliti yang dibuat oleh Wendha et al, (2013), hasil menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, Mardikawati dan Farida (2013), hasil peneliti menunjuk pada kualitas pelayanan ada pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian selanjutnya oleh Kinayungan (2018), menyimpulkan variabel kehandalan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Variabel tangible (bukti fisik) memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Variabel daya tanggap tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Variabel jaminan tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan

pelanggan. Variabel perhatian tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan ringkasan dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya konsistensi terhadap masalah – masalah yang menentukan kepuasan pelanggan. Hasil yang diketahui oleh Mardikawati dan Farida (2013) menunjuk pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berkaitan dengan Fasilitas, hasil penelitian oleh Yuriansyah (2013) menunjukkan pada fasilitas berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Namun hasil berbeda ditunjukkan oleh Kinayungan (2018) bahwa bagian dari kualitas pelayanan yaitu keandalan, jaminan, daya tanggap, dan perhatian tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, maka penulis berminat untuk diteliti lebih lanjut tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri”.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut

1. Adakah pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan
2. Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Adakah pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama - sama antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.

KAJIAN TEORI

Pemasaran

Stanton (2000: 200) mendefinisikan bahwa “Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun kepada pembeli potensial mempromosikan dan mendistribusikan produk barang”.

Kolter (2013) mengemukakan pendapat bahwasanya adanya sistem kemasyarakatan dan administratif yang didalamnya individu dengan menciptakan, menawarkan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai

dengan pihak lain untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan adalah pemasaran.

Kualitas Pelayanan

Kotler (2013:145) mendefinisikan bahwa kualitas layanan adalah “setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dalam produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.”

Tjipjono (2006:59) mendefinisikan, “kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”. Pada sudut penelitian, kualitas dapat ditinjau pada hitungan dugaan pembeli terkait kualitas pelayanan.

Dalam peneliti tersebut, pengukuran kualitas pelayanan sesuai dengan Parasuraman, et al dalam (Lupiyoadi, 2006:182), yang terdiri dari lima dimensi:

1. Keandalan
2. Berwujud
3. Ketanggapan
4. Jaminan
5. Empati

Fasilitas

Tjiptono (2006) fasilitas yaitu “sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan”. Sebaliknya menurut Kotler dan Keller (2009) menjelaskan fasilitas yaitu “segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan”.

Sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau yang didapat pelanggan secara langsung merupakan fasilitas.

Tjiptono dan Chandra (2016) ada beberapa indikator dalam mengukur fasilitas adalah:

1. Perencanaan ruang
2. Perencanaan spasial
3. Perlengkapan
4. Tata Cahaya dan warna

Kepuasan Pelanggan

Tjipjono (2008:157) ringkasan keadaan psikologis yang dihasilkan ketika emosi memenuhi harapan yang tidak sesuai merupakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah respons sentimental terhadap

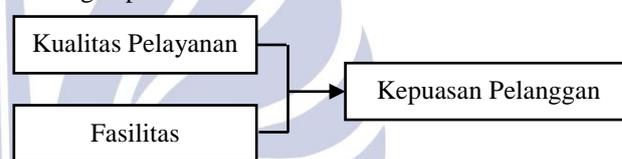
pengalaman yang terkait dengan produk atau layanan yang dibeli. Pendapat Kotler dan Keller (2009:58). Ketidakpuasan atau kepuasan pelanggan merupakan Dampak dari kinerja ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara angan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Tingkat perasaan seseorang sesudah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya adalah kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini pengukuran kepuasan pelanggan menurut Kinayungan (2018) yaitu:

1. Minat untuk selalu menggunakan jasa
2. Memberikan pelayanan yang terbaik
3. Kualitas pelayanan yang sesuai

Metode Penelitian

Peneliti disini menggunakan penelitian kuantitatif. Tujuan peneliti yaitu untuk bisa menyimpulkan kualitas pelayanan serta fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa cuci motor mandiri. Berikut rancangan penelitian ini



Gambar 1
Rancangan Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi disini yaitu pelanggan yang datang dan mencuci kendaraan bermotornya pada cuci motor mandiri Jl. Yos Sudarso Surabaya. Jumlah pelanggan rata – rata perminggu adalah sebanyak 110 pelanggan. Sedangkan sampel yang digunakan yaitu 61 orang.

Teknik sampling menggunakan metode aksidental sampling. Teknik pengumpulan sampel yang dipakai pada peneliti yaitu *Non Probability Sampling*.

Instrumen Penelitian

Peneliti memakai angket tersusun, di mana daftar pertanyaan pada peneliti ini diberikan langsung kepada responden. Pertanyaan yang digunakan adalah dalam bentuk pernyataan tertutup dan kisi angke peneliti menggunakan angket tersusun, dimana angket :

Tabel 1
Kisi-Kisi Angket

Variable	Indikator	Sub-indikator
----------	-----------	---------------

Kualitas Pelayanan (X ₁)	1. Keandalan	• Perlengkapan cuci motor	
	2. Berwujud	• Ketersediaan ruang tunggu	
	3. Ketanggapan	• Karyawan berhati-hati dalam mencuci	
	4. Jaminan	• Karyawan cekatan dalam mencuci	
	5. Empati	• Karyawan bersedia menanggapi	
Fasilitas (X ₂)	1. Perencanaan ruang	• Kesopanan karyawan	
		• Karyawan mampu memberikan rasa aman	
		• Karyawan menjelaskan jasa tambahan	
		2. Perencanaan spasial	• Lokasi mudah dijangkau
		• Ruas jalan memadai	
	3. Tata cahaya dan warna	• Lahan parkir memadai	
		• Letak bangunan strategis	
	4. Perlengkapan	• Terdapat PKL	
		• Ketersediaan kursi	
		• Ketersediaan toilet	
Kepuasan pelanggan (Y)	1. Memberikan pelayanan yang terbaik	• Pelanggan merasa puas	
	2. Minat untuk selalu menggunakan jasa	• Pelanggan berminat untuk menggunakan jasa kembali	
	3. Kualitas pelayanan yang sesuai	• Pelanggan merasa pelayanan yang sesuai	

Sumber: data diolah

Teknik pengumpulan data

1. Data primer

Sugiono (2009;155) mendefinisikan sumber data langsung yang menyediakan data kepada pengumpul data yaitu sumber data primer.

Bukti primer pada peneliti ini didapat dari penyebaran angket secara langsung kepada para pelanggan di cuci motor mandiri Surabaya. Jumlah data yang diperoleh diolah oleh peneliti.

2. Data sekunder

Maholita(2010;123) menjelaskan "data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi". Sumber data sekunder yang digunakan berupa referensi jurnal, buku, serta penelitian sebelumnya.

Uji Instrumen

Dari tabel di atas bisa dilihat dari semua angka *Pearson Correlation* atau *r* hitung lebih banyak dibanding *r* tabel. Maka bisa disimpulkan seluruh indikator dalam instrumen peneliti dinyatakan cocok.

Seterusnya, jumlah uji reliabilitas pada responden, diluar responden sampel:

Tabel 2
Uji Instrumen

Butiran	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Ket
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,820	0,70	Reliabel
Fasilitas (X ₂)	0,745	0,70	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,840	0,70	Reliabel

Sumber: diolah peneliti

Dari data tersebut dapat diketahui *cronbach's alpha* pada seluruh butiran instrumen lebih dari 0,70.

semua butiran instrumen lebih dari 0,70. Jadi kesimpulannya maka semua butiran kuesioner atau instrumen yang dipakai dapat diandalkan dan sesuai pengumpulan data.

Teknik Analisis Data

Observasi ini yaitu tersusun dari teknik analisis data seperti berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ciri - Ciri Responden

Tabel 3
Ciri - Ciri Responden

Demografi	Responden	Frequency
Jenis Kelamin	Laki-laki	31
	Perempuan	30
	Total	61
Usia	17-25 tahun	25
	26-35 tahun	21
	36-55 tahun	15
Jenis Motor	Matic	35
	Bebek	19
	Sport	7
Wilayah	Pusat	9
	Utara	17
	Selatan	13
Domisili	Timur	13
	Barat	9

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa responden terbanyak yaitu laki-laki sebanyak 50,8%. Responden dengan usia terbanyak adalah 17-25 tahun sebanyak 41,0%. Jenis motor responden terbanyak adalah motor matic yang berjumlah 57,4%. Wilayah domisili pelanggan terbanyak adalah berdomisili di Surabaya Utara yaitu 27,9%.

Jumlah Kajian Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Deskripsi diterima dalam peneliti ini terlihat persamaan model regresi linier berganda dengan jumlah .072^c yang artinya normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4

Uji Multikolinieritas Collinearity Statistic	
VIF	
Kualitas Pelayanan	2.302
Fasilitas	2.302

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4 menuju pada variabel independen (X) yang dipakai dalam peneliti ini memiliki angka toleran $\geq 0,10$ dan angka VIF ≤ 10 , sehingga antara variabel bebas atau bebas multikolinieritas dalam persamaan regresi tidak ada korelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5

Uji Heterokedastisitas Coefficients ^a	
Model	Sig
(Constant)	0.486
Kual. Pelayanan	0.193
Fasilitas	0.272

Sumber: output SPSS

Hasil uji heterokedastisitas diketahui dari nilai $P > 0,05$ sehingga tidak ada heteroskedastisitas. Jumlah analisis menunjukkan bahwa X_1 mempunyai angka 0,193 dan X_2 0,272. Hasilnya menunjuk angka yang tinggi dari 0,005. Bisa diringkas tidak ada heterokedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6

Analisis Regresi Linier Berganda	
Model	Koefisien nonstandard B
(Constant)	0.379

Kual Pelayanan	0.432
Fasilitas	0.473

Berdasarkan 4.13 di atas bisa diambil kesamaan regresi linier berganda seperti berikut:

$$y = 0,379 + 0,432X_1 + 0,473X_2$$

Keterangan:

y = Kepuasan Pelanggan

A = 0,379

b_1 = 0,432

b_2 = 0,473

X_1 = Kual. Pelayanan

X_2 = Fasilitas

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	Adjusted R Square
1	0.438

Sumber: output SPSS

Menurut tabel 7 hasil disimpulkan koefisien determinasi atau angka Adjusted R Square sebanyak 0,438

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel 8

Uji t
Coefficients^a

Model	Sig
(Constant)	0.520
Kualitas Pelayanan	0.001
Fasilitas	0.002

Sumber: output SPSS

Menurut tabel di atas disimpulkan nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebanyak 0,001. Variabel fasilitas (X_2) sebanyak 0,002 secara berhubungan mempunyai pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan pelanggan (Y).

b. Uji F

Tabel 9

Uji F

Model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig
1. Regresi	13.860	2	6.930	24.406	.000 ^b
Residual	16.468	58	0.284		

Total	30.328	60
-------	--------	----

Sumber: output SPSS

Dari tabel bisa dilihat F hitung sebesar 24,406 didukung adanya peringkat signifikansi sebanyak 0,000 yang jumlahnya kecil dari 0,05 atau 5%. Hal tersebut yang artinya kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan pada kepuasan pelanggan (Y) pada cuci motor mandiri Jl. Yos Sudarso Surabaya.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut jumlah uji t diketahui dari variabel kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Sedangkan koefisien regresi menunjukkan adanya pengaruh positif sehingga hipotesis pertama diterima (H1 diterima). Berarti terdapat hubungan searah atas Kualitas Pelayanan beserta Kepuasan Pelanggan. Kualitas pelayanan yaitu hubungan beserta barang, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan (Tjiptono, 2006:52). Bagaimana mendefinisikan keinginan pelanggan tersebut dengan benar dan untuk itu perusahaan dapat mengerti pelanggannya Kepuasan pelanggan terletak dalam hubungan antara prestasi pelayanan yang dirasa (perceived performance) harapan (ekspektasi) pelanggan atas jasa atau produk (Kotler dan Keller, 2016:207). Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat dipengaruhi dari keahlian penyedia jasa dalam memenuhi angsan pelanggan dengan konsisten.

Peneliti ini konsisten dengan penelitian yang dibuat oleh Yuriansyah (2013) yang menemukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut jumlah uji t diketahui Fasilitas berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan. Sedangkan koefisien regresi menunjukkan adanya pengaruh positif sehingga hipotesis kedua diterima (H2 diterima). Pengertiannya adanya hubungan searah atas Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan.

Fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan, (Tjiptono dan Chandra, 2016:184). Selain itu industri yang memberikan suasana menyenangkan dengan atribut fasilitas yang mengesankan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Peneliti ini konsisten dengan peneliti

yang dilaksanakan oleh Apriyani (2011) yang menemukan fasilitas berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut jumlah uji Anova atau uji F diketahui variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan. Sedangkan koefisien regresi menunjukkan adanya pengaruh positif sehingga hipotesis ketiga diterima (H3 diterima). Berarti adanya hubungan searah Kualitas Pelayanan dan Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan.

Bagian terpenuhinya harapan pelanggan yang tidak terlepas dari bagaimana usaha dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dan fasilitas bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan bilamana difungsikan secara bersamaan, keseimbangan antara fasilitas dan kualitas pelayanan yang difungsikan secara bersamaan akan memberikan dampak terpenuhinya kepuasan pelanggan. Peneliti konsisten dengan peneliti yang dilaksanakan oleh Apriyani (2011) yang menunjukkan fasilitas kualitas pelayanan pengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

Penutup.

Kesimpulan

Data uji hipotesis dan analisis, dapat disimpulkan terdiri dari:

- Variabel Fasilitas terpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan
- Variabel Kualitas Pelayanan terpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan.
- Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama terpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diperoleh maka saran yang dapat diberikan untuk perkembangan usaha cuci motor mandiri yaitu, semakin besar kualitas pelayanan dan fasilitas pada usaha cuci motor mandiri Surabaya, maka bisa meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu saran kepada usaha cuci motor mandiri Surabaya untuk senantiasa menjaga keindahan lingkungan serta tetap mempertahankan pelayanan dengan ramah dan sopan sehingga para pelanggan merasa nyaman ketika berada dilokasi usaha cuci motor mandiri Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyani, M. 2011. Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap

Minat Mereferensikan (Studi Kasus pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang).*Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Kinayungan, P. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Usaha Cuci Motor Basudewa). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Mangement*, 15th Edition. Pearson Education Inc.

Kotler, Philip dan Keller Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*.

Maholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran*. Jakarta:Indeks.

Mardikawati, W dan Farida. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 2, no. 1, maret 2013.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction* Yogyakarta; Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta; Offset.

Wendha, A. A.P. Rahyuda, I.K. Suasana, I.G. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* Vol. 7, No. 1, Februari 2013.

Yuriansyah, A. L. 2103. Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, Vol.2 No. 1 : ISSN 2252-6552.

www.aisi.or.id, diakses 19 Januari 2019

