

Open access available: ekobima@plb.ac.id

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Divisi Servis Auto2000 Cirebon

Imas^{1,*}, Lulu Sutyajaya², Pangestu Tirto Santoso³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Negara Bandung, Bandung, Indonesia

Politenik LP3I Cirebon, Cirebon, Indonesia

Politenik LP3I Cirebon, Cirebon, Indonesia

*imas@plb.ac.id

Info Artikel	Abstract
<p>Sejarah Artikel: Diterima bulan tahun Disetujui bulan tahun Dipublikasikan Juni 2025</p> <p>Keyword: Kualitas pelayanan¹ Fasilitas² Kepuasan³</p>	<p><i>This research intends to identify the influence of the quality of services and available amenities, either individually or collectively, toward client satisfaction within the Service Division of Auto2000 Cirebon, the population in this study is customers who have used services or replacement spare parts at the Auto2000 Cirebon Service workshop and samples taken by 93 respondents. The method in this study uses questionnaires.</i></p>

PENDAHULUAN

Auto2000 Cirebon merupakan anak perusahaan dari PT. Astra International Tbk, yang bergerak di bidang jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang telah ada mulai pada tahun 1975. Saat ini Auto2000 adalah retailer Toyota terbesar di Indonesia, yang mendominasi lingkungan sebanyak 45% dari keseluruhan penjualan Toyota. Dalam aktifitas bisnisnya, Auto2000 berhubungan dengan PT. Toyota Astra Motor sebagai agen tunggal pemegang merek (ATPM) Toyota. Auto2000 saat ini memiliki 101 outlet yang tersebar hampir seluruh wilayah negeri, salah satunya Auto2000 Cirebon sebagai dealer VSP (Vehicle, Service, Parts) yang menyediakan jasa penjualan, perbaikan atau perawatan, sparepart

serta cabang Auto2000 Cirebon tersedia perbaikan body and repair. Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri. Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa dilayani dengan ramah, cepat, dan profesional, mereka akan lebih cenderung merasa puas dan memiliki pengalaman positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting dalam menarik minat konsumen serta mendorong mereka untuk memilih dan tetap menggunakan produk maupun layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan. Pelayanan yang unggul tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga dapat menjadi pembeda dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Adapun pengertian lain mengungkapkan

bahwasanya pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang disampaikan oleh sebuah entitas kepada entitas lain yang sejatinya bersifat nonfisik dan juga tak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik (Supriyono, 2018). Fasilitas memegang peran krusial dalam menunjang tingkat kepuasan pelanggan. Keberadaan fasilitas yang memadai tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumen, tetapi juga berkontribusi besar dalam menciptakan rasa nyaman dan pengalaman yang menyenangkan selama berinteraksi dengan layanan. Dengan menyediakan sarana yang lengkap, bersih, dan terawat, perusahaan mampu memberikan kesan positif yang mendalam, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap layanan atau produk yang ditawarkan. Apabila jasa yang disediakan sesuai dengan kriteria, pelanggan akan merasa puas (Oetama & Sari, 2017). Rasa puas konsumen merupakan emosi positif yang timbul karena pengalaman yang diperoleh sejalan dengan ekspektasinya. Memenuhi keperluan konsumen menjadi tujuan setiap bisnis, karena selain sebagai aspek utama bagi keberlanjutan perusahaan, hal ini juga mampu memperkuat daya saing di tengah kompetisi. Konsumen yang merasa puas terhadap barang dan layanan cenderung melakukan repeat order atau memanfaatkan ulang servis ketika permintaan serupa muncul kembali di masa mendatang. Ini menandakan bahwa tingkat kepuasan menjadi elemen penting bagi pelanggan dalam mengulangi transaksi, yang memberikan kontribusi utama terhadap total

penjualan perusahaan (Margarena & Auliya, 2020)

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dampak mutu layanan terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam divisi servis di Auto2000 Cirebon. Dalam rangka mengetahui kontribusi mutu layanan serta sarana terhadap kepuasan konsumen pada unit servis di Auto2000 Cirebon.

LANDASAN TEORI

KUALITAS PELAYANAN

Kualitas layanan merupakan segala aksi maupun aktivitas yang bisa diberikan oleh sebuah entitas kepada entitas lainnya, secara prinsip bersifat tidak fisik dan tidak menimbulkan dampak langsung perpindahan kepemilikan apapun Hal ini sesuai dengan pengertian Kotler dalam (Kotler & Keller, 2014). Kualitas layanan berfungsi sebagai tolok ukur seberapa baik kualitas servis yang disediakan mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Terdapat elemen yang berdampak pada mutu layanan yaitu servis yang diantisipasi dan layanan yang dialami atau dinilai. Jika layanan yang diinginkan terpenuhi, maka mutu layanan tersebut akan dinilai positif. Namun, bila layanan yang dirasakan melampaui ekspektasi, mutu layanan justru dapat dinilai buruk. Dengan demikian, keberadaan mutu layanan bergantung pada kapasitas penyelenggara jasa dalam secara berkelanjutan memenuhi ekspektasi konsumen (Sinulingga et al., 2023). Layanan umum sangat berperan penting dalam pengembangan dan peningkatan kualitas perusahaan (Rachman, 2021).

FASILITAS

Sarana merupakan aspek utama guna meningkatkan tingkat kepuasan, misalnya kenyamanan konsumen serta pemenuhan kebutuhan dan kenyamanan pemakai jasa. Apabila pelayanan yang ditawarkan sesuai standar, pelanggan akan merasa puas (Oetama & Sari, 2017). Berdasarkan

pendapat (Relitania, 2017) terdapat dua komponen indikator fasilitas, yaitu: Bukti fisik mencakup berbagai elemen yang dirancang untuk menciptakan pengalaman yang nyaman dan menyenangkan bagi pelanggan. Beberapa di antaranya meliputi ruang lobi yang nyaman, bersih, dan tertata rapi, memberikan kesan profesional sejak pertama kali pengunjung memasuki area. Selain itu, tersedia pula fasilitas ruang tunggu yang menyenangkan, lengkap dengan tempat duduk yang ergonomis dan suasana yang tenang, sehingga pelanggan dapat menunggu dengan nyaman. Tak kalah penting, area parkir yang luas dan memadai juga disediakan untuk memastikan kemudahan akses dan kenyamanan bagi setiap pengunjung yang datang dengan kendaraan pribadi. Dukungan Fisik (meliputi sejumlah faktor seperti penataan sarana dekorasi, jaminan, nilai kegunaan, dan peralatan pendukung). Fasilitas dan sarana yang dimiliki perusahaan adalah salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Kotler, 2017).

KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan pendapat (Kotler & Keller, 2014) mengartikan kepuasan sebagai perasaan bahagia atau tidak puas yang timbul pada individu setelah mengukur performa (atau hasil) barang yang dibayangkan dengan performa (atau hasil) yang diinginkan. Apabila layanan yang ditawarkan penyedia jasa mengakomodasi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Demikian pula sebaliknya, jika harapan pelanggan tidak terpenuhi sesuai yang mereka inginkan, maka pelanggan akan merasa kecewa (Ronaldi & Hadya, 2022).

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Presentase
Laki-laki	66 (70.97%)
Perempuan	27 (29.03%)
Total	93 (100.00%)

Sumber: Hasil pengolahan data 2023

Berdasarkan informasi tersebut, dapat diamati bahwa menunjukkan bahwa dari 93 responden yang di jadikan sample dalam penelitian pada pelanggan bengkel toyota Auto2000 Cirebon ada partisipan pria sebanyak 66 orang atau 70,97%, dan selebihnya adalah peserta perempuan sebanyak 27 orang atau 29,03%. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar partisipan merupakan pria.

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Butir Pertanyaan	<i>Correted Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1	0,654	0,201	Valid
2	0,703	0,201	Valid
3	0,763	0,201	Valid
4	0,652	0,201	Valid
5	0,798	0,201	Valid

Sumber : Hasil SPSS yang diolah
Hasil Uji Validitas Fasilitas (X2)

Butir Pertanyaan	<i>Correted Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
------------------	--	---------	------------

1	0,731	0,201	Valid
2	0,852	0,201	Valid
3	0,860	0,201	Valid
4	0,859	0,201	Valid

Sumber : Hasil SPSS yang diolah
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Butir Pertanyaan	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
1	0,716	0,201	Valid
2	0,720	0,201	Valid
3	0,799	0,201	Valid
4	0,854	0,201	Valid
5	0,709	0,201	Valid
6	0,807	0,201	Valid
7	0,779	0,201	Valid

Sumber : Hasil SPSS yang diolah
Uji Reabilitas
Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X1) Reability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.713	5

Sumber : Hasil SPSS yang diolah
Hasil Uji Reabilitas Fasilitas (X2) Reability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.817	4

Sumber : Hasil SPSS yang diolah
Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan (Y) Reability Statistics

Cronbach's Alpha	N Of Items
.815	7

Sumber : Hasil SPSS yang diolah
Regresi Linier Berganda
Hasil Regresi Linier Berganda Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.854	2.305		3.841	.000
Kualitas pelayanan (X1)	.841	.135	.613	6.221	.000
Fasilitas (X2)	.225	.137	.163	1.649	.103

Sumber : Hasil SPSS yang diolah
Berdasar pada tabel 4.30 diatas dapat di ambil bahwa, persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 8.854 + 0.841X_1 + 0.225X_2$$

Model regresi yang tercantum sebelumnya menggambarkan hubungan tiap-tiap variabel bebas mengenai variabel terikat dan bisa dipaparkan seperti di bawah ini:

Nilai konstan adalah 8,854 situasi ini mengindikasikan bahwa apabila dampak mutu layanan dan sarana terhadap kepuasan konsumen bersifat konstan, maka kepuasan pelanggan nilainya sebesar 8,854. Koefisiensi regresi X1 sebesar 0,841 yang mengartikan bahwa kondisi ini memperlihatkan pola hubungan yang sejalan antara dampak mutu layanan dengan kepuasan konsumen. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan faktor mutu layanan akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,225 menyiratkan adanya keterkaitan yang sejalan antara sarana dengan kepuasan pelanggan. Artinya, setiap peningkatan dalam aspek fasilitas juga berkontribusi terhadap meningkatnya maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisiensi Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.539	.529	1.99643

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2),

Besarnya koefisiensi determinasi ialah di berikut ini: $KD = (R)^2 \times 100\%$
 $= 0,529 \times 100\%$
 $= 52,9\%$

Merujuk pada data yang telah disajikan, besaran koefisien determinasi R² (adjusted) sebesar 0,529 mengindikasikan bahwa sumbangan faktor mutu layanan dan sarana terhadap kepuasan konsumen mencapai 52,9% dan sisanya sebesar 47,1% kepuasan pelanggan yang

dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Uji T Parsial

Berdasarkan hasil uji t, didapatkan bahwa angka t statistik sebesar 6,221 lebih tinggi dibandingkan nilai t kritis sebesar 1,986. Temuan ini mengonfirmasi bahwa implementasi mutu layanan dan sarana yang optimal secara signifikan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t diatas, bisa disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara mutu layanan dan sarana dengan tingkat kepuasan konsumen pada bengkel servis toyota Auto2000 Cirebon. Nilai koefisiensi determinasi menunjukkan hasil 0,529 atau 52,9% yang artinya 52,9% di jelaskan oleh variabel kepuasan. pelanggan dan sisa nya 47,1 % di pengaruhi oleh elemen lain yang berada di luar cakupan variabel yang dianalisis.

Berdasarkan pada fakta itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan faktor yang tidak terpisahkan dalam kepuasan pelanggan, sebab tinggi rendahnya mutu layanan serta sarana penunjang dapat memengaruhi fluktuasi tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan servis di Auto2000 Cirebon.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang baik pada positif terhadap pemenuhan rasa puas konsumen bengkel Toyota Auto2000 Cirebon. Hal ini memperlihatkan bahwasanya makin baik baik standar layanan yang disediakan oleh pihak bengkel, maka makin tinggi juga level puas yang dialami oleh bengkel toyota Auto2000 Cirebon pada konsumen, semakin besar taraf rasa puas yang diperoleh, demikian juga sebaliknya. Sarana memberikan dampak positif bagi kepuasan konsumen di bengkel Toyota Auto2000 Cirebon. Hal ini menunjukkan bahwa semakin optimal sarana yang

disediakan oleh bengkel Toyota Auto2000 Cirebon kepada pelanggan, untuknya makin tinggi juga level rasa puas yang diraih pelanggan tersebut, dan sebaliknya. Kualitas layanan dan sarana secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel Toyota Auto2000 Cirebon. Ini memperlihatkan bahwasanya mutu layanan dan fasilitas tersebut memberi dampak baik dalam meningkatkan rasa puas pelanggan bengkel Toyota Auto2000 Cirebon.

Saran

Temuan riset mengindikasikan bahwa secara bersamaan faktor mutu layanan

dan sarana memiliki dampak yang signifikan pada rasa puas konsumen. Dengan memperhatikan hal tersebut sebaiknya bengkel toyota Auto2000 Cirebon dapat mempertahankan bahkan lebih ditingkatkan lagi tanpa mengabaikan variabel lainnya. Bengkel Auto2000 Cirebon perlu memperhatikan lagi faktor-faktor lain selain dampak mutu layanan dan sarana juga berperan, karena dua faktor tersebut memberikan pengaruh signifikan sebesar 52,9%, sedangkan selebihnya, yaitu 47,1%, dipengaruhi oleh aspek lain di luar variabel yang tidak termasuk dalam riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2), 203–208.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Philip Kotler*. Astromax Entertainment.
- Margarena, A. N., & Auliya, Z. F. (2020). *The Influence of Customer's Satisfaction, Switching Barrier and Trust for Brands on Customer Retention: A Research on Millennials*.
- Oetama, S., & Sari, D. H. (2017). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 195527.
- Rachman, M. (2021). *Manajemen pelayanan publik*. Tahta Media.
- Relitania, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel harmoni Batam. *Jurnal Ilmu Dan Manajemen*.
- Ronaldi, S., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Pariaman. *Matua Jurnal*, 4(1), 29–38.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi keperilakuan*. Ugm Press.