

Analisis Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mulia Motor

Andi Prasetya¹, Nina Lelawati²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

E-mail: andimetalicpunk04@gmail.com¹, nina12.elz@gmail.com²

Abstrak

Kepuasan atas pelayanan yang diberikan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Terkait kondisi pelayanan yang ada di Bengkel Mulia Motor dapat diketahui masih terdapat karyawan yang memberikan pelayanan sekedarnya yang terlihat dari cara mereka menanggapi keluhan dari konsumen yang kurang antusias dan tidak memenuhi semua permintaan konsumen yang menyebabkan konsumen harus mengulangberkali-kali apa yang mereka inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mulia Motor. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini adalah metode explanatory survey. Objek penelitian pelayanan, fasilitas, lokasi dan kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Bengkel Mulia Motor. Populasi penelitian adalah pelanggan Bengkel Mulia Motor dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan secara partial pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan juga menunjukkan bahwa pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen.*

Abstract

Satisfaction with the services provided is something that is perceived by the customer. Regarding the service conditions at Bengkel Mulia Motor, it can be seen that there are still employees who provide minimal service, which can be seen from the way they respond to complaints from consumers who are less enthusiastic and do not fulfill all consumer requests, which causes consumers to have to repeat what they want many times. This study aims to determine the effect of service, facilities and location on customer satisfaction at Bengkel Mulia Motor. The research design is quantitative research. This research method is an explanatory survey method. The object of research is service, facilities, location and customer satisfaction. This research was conducted at Bengkel Mulia Motor. The research population is the Bengkel Mulia Motor customers with the number of samples taken as many as 70 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The analysis tool uses data quality analysis and multiple linear regression analysis with the SPSS program. The results show that partially service, facilities and location have a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously also shows that the service, facilities and location have a significant effect together have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service, Facilities, Location, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Pada dasarnya jumlah populasi kendaraan roda empat semakin meningkat tiap tahunnya. Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan, untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan baik. Dengan adanya kemajuan teknologi yang saat ini berkembang pesat, hal ini juga mempengaruhi kemajuan teknologi pada kendaraan roda empat, oleh karena itu pemilik kendaraan harus selalu mengontrol kondisi kendaraan yang mereka miliki, Kebutuhan service bagi kendaraan roda empat menjadi kebutuhan rutin yang wajib dilakukan oleh penggunanya. Terlebih pada daerah-daerah kota kecil seperti kota Metro yang dapat kita ketahui mayoritas masyarakat di kota ini memiliki kendaraan roda empat sebagai alat transportasi sehari-hari.

Dari hal tersebut maka kebutuhan akan jasa reparasi/perbaikan kendaraan sangat di butuhkan oleh masyarakat sebagai penunjang mobilitas sosial, khususnya di kota Metro. Dapat kita ketahui bahwa penyedia layanan jasa reparasi/perbaikan kendaraan roda empat di kota Metro sangat banyak dan tersebar luas disetiap wilayah kota. Hal tersebut Tentu sangat membantu masyarakat di Kota Metro dalam menentukan pilihan saat hendak memperbaiki atau sekedar melakukan perawatan wajib kendaraannya, seperti penggantian *sparepart* dan lain lain.

Maka dapat kita ketahui juga bawasanya dengan adanya banyak sekali bengkel perbaikan kendaraan roda empat di Kota Metro juga berpengaruh pada pemilihan lokasi untuk perbaikan kendaraan kesayangan mereka, di Kota Metro sendiri banyak sekali penyedia jasa reparasi/bengkel dengan menawarkan berbagai fasilitas yang dapat menunjang perbaikan dan tentunya juga sebagai daya tarik konsumen, mereka berlomba-lomba dalam memperoleh konsumen. Persaingan dalam memperebutkan konsumen menjadi salah satu tujuan dalam upaya untuk memajukan usaha, dimana hal tersebut dapat diupayakan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mendapatkan kepuasan kon-sumen.

Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik” (Bakdawi, 2018:2). Sedangkan menurut Dewi dan Juanim (2018: 5) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas.

Manajemen pemasaran adalah sebagai kegiatan yang direncanakan, dan diorganisasikan yang meliputi pendistribusian barang, penetapan harga dan dilakukan pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang telah dibuat yang tujuannya untuk mendapatkan tempat dipasar agar tujuan utama dari pemasaran dapat tercapai. (Febriyanto : 2017) Kebijakan pemasaran yang tepat merupakan kunci dari suatu perusahaan untuk menarik perhatian pengguna jasanya. Beberapa komponen dari kebijakan pemasaran adalah penentuan lokasi, kebijakan pelayanan, penetapan harga atau biaya pelayanan dan penyediaan fasilitas yang memadai. Pengaruh lokasi, pelayanan, biaya pelayanan dan fasilitas ini akan mengungkap apakah konsumen yang telah disediakan tersebut sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka, sebab konsumen akan merasa puas apabila apa yang mereka terima sesuai atau bahkan melebihi dari yang diharapkan sehingga konsumen akan menggunakan kembali jasa pelayanan tersebut.

Pelayanan merupakan upaya yang dilakukan guna menimbulkan kepuasan pelanggan yang nantinya diharapkan pelanggan dapat melakukan repeat order atas jasa yang diberikan. Menurut Tjiptono (dalam Prasetyo, 2012: 3) “Kepuasan atas pelayanan yang diberikan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan

menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Pelayanan pada unit usaha memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan, pelayanan unit usaha memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan yang kuat dengan unit usaha”.

Terkait kondisi pelayanan yang ada di Bengkel Mulia Motor berdasarkan pra survey dapat diketahui masih terdapat karyawan yang memberikan pelayanan yang terlihat dari cara mereka menanggapi keluhan dari konsumen yang kurang antusias dan tidak memenuhi semua permintaan konsumen yang menyebabkan konsumen harus mengulang berkali-kali apa yang mereka inginkan. Hal ini menunjukkan kesenjangan antara konsep pelayanan yang seharusnya diberikan penyedia jasa kepada konsumen.

Fasilitas adalah aspek penting bagi jasa. Fasilitas merupakan bukti fisik representasi dari jasa, yang biasanya berupa peralatan yang digunakan. Fasilitas atau sarana prasarana adalah merupakan salah satu faktor pendukung tercapainya tujuan perusahaan sebagai pelayanan perusahaan jasa kepada pengguna jasa. Menurut Tjiptono dalam Riswardani (2013: 9) “fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan salah satu pertimbangan pelanggan dalam menentukan jasa yang akan dibeli. Adanya fasilitas yang memadai akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan”.

Terkait dengan fasilitas yang ada di Bengkel Mulya Motor tergambar bahwa masih terdapat beberapa peralatan yang belum tersedia khususnya untuk mobil keluaran terbaru yang sistemnya sebagian besar sudah digital, sehingga konsumen sedikit ragu atas pelayanan yang diberikan karena dikerjakan secara manual, dimana hal ini menunjukkan kesenjangan dengan teori penyediaan fasilitas oleh penyedia jasa kepada konsumennya yang harus lengkap. Dalam penelitian Situmeang (2017:7) yang menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan konsumen pada. Hal ini dapat diduga bahwa pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau merupakan salah satu faktor yang menentukan terhadap kepuasan konsumen.

Terkait dengan kondisi lokasi Bengkel Mulya Motor masih terdapat indikator lokasi yang kurang mendukung yaitu lokasi parkir kendaraan yang kurang luas sehingga banyak mobil konsumen yang harus diparkir di pinggir jalan, dimana hal ini sering di keluhkan konsumen terkait dengan kurangnya lahan parkir. Terkait dengan beberapa kondisi yang ada di lapangan tersebut, maka pihak bengkel juga dihadapkan dengan kendala terkait kepuasan konsumennya, dimana suatu usaha jasa seharusnya sangat tergantung dari kepuasan konsumennya, jika konsumen puas maka ia akan kembali lagi dan akan memberikan rekomendasi positif terhadap calon konsumen lain yang memiliki permasalahan yang sama. Namun kenyataannya bengkel Mulya Motor juga memiliki permasalahan terkait dengan kepuasan konsumennya, yang terlihat dengan masih adanya konsumen yang mengeluhkan berbagai ketidakpuasan mereka mulai dari pelayanan yang dirasa kurang memuaskan, kurangnya fasilitas peralatan yang sesuai dengan kendaraan konsumen khususnya kendaraan yang sudah menggunakan sistem digital serta lokasi dan tempat yang kurang memadai.

Berdasarkan kondisi tersebut, bengkel Mulya Motor perlu mengetahui hal-hal yang menjadi prioritas kepentingan konsumen dalam memilih layanan bengkel, agar dapat menarik konsumen baru dan konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan, sehingga konsumen akan setia dan bahkan loyal terhadap bengkel. Beberapa kebijakan sebenarnya telah diupayakan oleh bengkel Mulya Motor dalam memuaskan konsumen serta menghadapi persaingan dengan bengkel yang banyak bermunculan saat ini, dengan mengupayakan beberapa strategi peningkatan kualitas pelayanan, penetapan biaya yang

terjangkau, berupaya melengkapi fasilitas serta memberikan tempat tunggu yang memadai sesuai dengan harapan konsumen, namun hal tersebut dirasa belum memenuhi sesuai harapan dari konsumennya.

Untuk mengetahui apakah kebijakan pemasaran yang telah diterapkan sudah berhasil atau belum maka diperlukan adanya analisis kepuasan konsumen, dimana nanti hasilnya dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pihak pe-rusahaan guna melakukan evaluasi atas strategi pemasaran yang telah diterap-kan. Hal ini sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi hal-hal yang mendukung tingkat kepuasan konsumen dalam penggunaan layanan jasa Bengkel di Mulya Motor, serta untuk mengkomunikasikan jasa unggulan bengkel agar menarik konsumen pada layanan unggulan Mulya Motor, dan merencanakan strategi pemasaran yang tepat dan efektif bagi bengkel Mulya Motor, berdasarkan kepentingan dan layanan yang diharapkan konsumen. Langkah awal yang dilakukan adalah dengan melakukan pengamatan awal dengan observasi langsung di bengkel Mulya Motor, dan wawancara dengan pihak Mulya Motor. Kemudian, dilanjutkan dengan melakukan perumusan masalah, yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi oleh unit usaha saat ini.

Berdasarkan hasil survei awal maka didapatkan hasil bahwa masih banyak konsumen yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan (35% dan 5%). Setelah disesuaikan dengan hasil wawancara diperoleh gambaran bahwa mereka belum puas terhadap pelayanan, fasilitas dan lokasi dengan berbagai alasan di-antaranya yaitu masih adanya beberapa pelanggan yang menyatakan bahwa pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan dikarenakan dianggap kurang bisa memahami apa yang diinginkan konsumen ataupun masalah adanya peralatan yang belum tersedia di bengkel, begitu pula dengan lokasi yang dianggap minim lahan parkir, tempat menunggu service yang kurang memadai sehingga kendaraan yang akan diservice atau diperbaiki sebagian besar harus di tinggalkan oleh pemilik di pinggir jalan raya

Dari hasil tersebut maka beberapa fenomena yang ditemukan di lapangan terdapat kesenjangan dengan teori yang ada dimana peningkatan pelayanan, melengkapi fasilitas dan pemilihan lokasi dapat meningkatkan kepuasan kon-sumen yang menggunakan suatu jasa suatu perusahaan, namun kenyataanya meskipun telah diterapkan beberapa upaya perbaikan ketiga hal tersebut, namun belum sesuai dengan harapan dari konsumen dan berdampak pada pertumbuhan jumlah konsumen belum juga tercapai sesuai target dan pertumbuhan penggunaan jasa di Bengkel Mulya Motor belum stabil setiap bulannya

II. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Mulya Motor. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bengkel dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 70 responden dengan teknik *accidental sampling*. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Bengkel Mulya Motor. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Uji hipotesis dilakukan dengan bantuan software SPSS Ver. 24

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,895	5,450		-,898	,372
	Pelayanan	,253	,086	,277	2,955	,004
	Fasilitas	,557	,101	,511	5,498	,000
	Lokasi	,241	,089	,200	2,708	,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -4,895 + 0.253 X_1 + 0.557X_2 + 0.241X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diperoleh nilai konstanta yang positif bernilai -4,895 yang menunjukkan bahwa jika nilai dari variabel bebas X_1 , X_2 , dan X_3 sama dengan 0 maka nilai Y sebesar -4,895.

1. Koefisien regresi variabel pelayanan adalah 0,253 yang menunjukkan jika ada peningkatan variabel pelayanan (X_1) sebesar 1%, akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 25,3% dengan asumsi variabel lainnya konstan.
2. Koefisien regresi variabel fasilitas adalah 0,557 yang menunjukkan jika ada peningkatan variabel fasilitas (X_2) sebesar 1%, akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 55,7% dengan asumsi variabel lainnya konstan.
3. Koefisien regresi variabel lokasi adalah 0,241 yang menunjukkan jika ada peningkatan variabel lokasi (X_3) sebesar 1%, akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 24,1% dengan asumsi variabel lainnya konstan.

2. Uji t

1. Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan koefisien variabel pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 2,955 > t_{tabel (1.668)}$ yang berarti adanya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumendan berdasarkan nilai $Sig 0,004 < \alpha: 0,05$ yang berarti pengaruhnya yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai $t_{hitung} 5,498 > t_{tabel (1.668)}$ yang berarti adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumendan berdasarkan nilai $Sig 0,000 < \alpha: 0,05$ yang berarti pengaruhnya yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,708 > t_{tabel (1.668)}$ yang berarti adanya pengaruh lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan berdasarkan nilai $Sig 0,009 < \alpha: 0,05$ yang berarti pengaruhnya yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Uji F

Tabel 2. Tabel Anova Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2562,955	3	854,318	68,025	,000 ^b
	Residual	828,887	66	12,559		
	Total	3391,843	69			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas, Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan koefisien variabel pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} 68,025$. Berdasarkan nilai $F_{hitung} (68,025) > F_{tabel} (2,744)$ dan nilai $Sig (0,00) \leq \alpha (0,05)$, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. R² Determinasi

Tabel 3. Tabel Hasil R² Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,869 ^a	,756	,745	3,544

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas, Pelayanan

Koefisien determinasi (R square) 0,756. Hal ini berarti 75,6% variasi dari variabel dependen dijelaskan oleh variasi dari variabel independen. Sedangkan sisanya (100% - 75,6% = 24,4%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel-variabel yang diteliti, yang artinya variabel pelayanan, fasilitas dan lokasi mempunyai kontribusi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasilnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien yang dihasilkan bertanda positif yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dimana pelayanan merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Pelayanan juga upaya yang dilakukan guna menimbulkan kepercayaan pelanggan yang nantinya diharapkan dapat melakukan repeat order atas jasa yang diberikan. Pelayanan merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk membangun kepercayaan pelanggan yang digunakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen yang puas akan terus menggunakan jasa yang ditawarkan yang selanjutnya akan menjadi pelanggan tetap. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Ari Prasetyo (2012) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan hasil bahwa pelayanan berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasilnya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen, koefisien regresi yang dihasilkan bertanda positif yang menyatakan bahwa ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Dengan melihat signifikansi variabel fasilitas dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika fasilitas ditingkatkan, maka kepuasan konsumennya juga akan meningkat. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumendimana fasilitas segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan selama memberikan pelayanan. Pemberian fasilitas memegang peranan yang penting dalam perkembangan perusahaan, dimasa-masa yang akan datang. Karenanya perusahaan jasa perlu memberikan fasilitas yang sebaik-baiknya kepada konsumennya. Tujuan dari fasilitas adalah untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen dan diharapkan konsumen akan mau untuk mengulangi lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan. Dengan begitu perusahaan telah membentuk suatu kesan yang baik terhadap konsumen sehingga mendorong mereka agar mau berhubungan dengan perusahaan setiap kali mereka membutuhkan jasa yang ada pada perusahaan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Sartika Moha dan Sjendry Loindong (2015) dengan judul Analisis kualitas pe-layanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado dengan hasil fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasilnya pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi yang dihasilkan bertanda positif yang menyatakan bahwa ada pengaruh lokasi dengan kepuasan konsumen. Dengan melihat signifikansi variabel lokasi dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika lokasi sangat strategis dan mendukung usaha, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumendimana lokasi berkaitan dengan tempat dimana perusahaan menjalankan usahanya dan juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Sehingga dengan persepsi dan pandangan lokasi yang baik dan tepat diduga dapat memenuhi kepuasan konsumen. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi sangat berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus strategic*. Prinsip-prinsip yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi suatu bisnis, yaitu daerah perdagangan yang cukup potensial, lokasi mudah dijangkau, mempunyai potensi pertumbuhan, terletak dalam arus bisnis, ada daya tarik yang kuat, dalam lalulintas lancar persaingan minim.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Faiz Hanifudin dkk (2017) dengan judul Analisis kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dengan hasil lokasi berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan konsumen

Koefisien pengaruh pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasankonsumen yang dihasilkan menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dari keseluruhan variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika pelayanan, fasilitas dan lokasi dilaksanakan secara simultan dengan baik, maka kepuasan konsumen akan dapat

tercapai dengan baik. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pelayanan, fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Adanya perpaduan dari ketiga variabel yang secara partial memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, maka pengaruh tersebut semakin lebih kuat dengan diterapkan pengaruh dari ketiga variabel pelayanan, fasilitas dan lokasi tersebut, dimana setiap variabel semakin melengkapi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Dyah Ayu Permatasary (2014) dengan judul Pengaruh harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil pelayanan, harga dan lokasi tersebut berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan ketiga kondisi dari pelayanan, fasilitas dan lokasi akan mendukung dan meningkatkan kepuasan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka disarankan untuk:

1. Dapat meningkatkan pelayanan dengan memenuhi semua permintaan dan menanggapi semua keluhan dari pelanggan, memberikan pelatihan terkini tentang otomotif bagi para montir agar mereka dapat memberikan pelayanan jasa servis yang lebih baik serta memberikan pelayanan purna jual dengan memberikan garansi servis sehingga kepuasan konsumen meningkat.
2. Dari segi fasilitas perlu diupayakan dengan menambah fasilitas bengkel dengan peralatan-peralatan terbaru yang lebih mengikuti perkembangan zaman mengingat perkembangan teknologi dibidang otomotif yang sudah sangat berkembang pesat saat ini kepuasan konsumen meningkat.
3. Dari segi lokasi sebaiknya dilakukan peningkatan kenyamanan dari ruang parkir agar konsumen lebih nyaman selama menunggu jasa servis serta menambahkan sarana yang dapat menambah kenyamanan ruang tunggu pelanggan kepuasan konsumen meningkat.
4. Dengan adanya pengaruh dari pelayanan, fasilitas dan lokasi, maka diharapkan pihak bengkel dapat mengkolaborasikan ketiga faktor tersebut agar lebih bersinergi sehingga kepuasan konsumen dapat lebih tinggi lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakdawi, S. (2018). *Analisis Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Po. Delima Sri Gemilang (Studi Pada Bus Po. Sri Gemilang Cabang Ponorogo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Dewi, L. L., dan Juanim, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bukti Fisik (Physical Evidence) Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel California Bandung (Survei Pada Pelanggan Hotel California Bandung)* (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).

- Febriyanto, F. (2017). Optimalisasi Pemasaran Melalui Pembentukan Kelompok Hasil Panen Budi Daya Karet Rajabasa Lama Labuhan Ratu Lampung Timur. Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 35-41.
- Hanifudin, F., Syaifuddin, T., dan Hasiholan, L. B. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto. *Journal of Management*, 3(3).
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung SidoMampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Moha, S., dan Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Pane, A. M. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN SyarifHidayatullah Jakarta).
- Pantilu, D., Koleangan, R. M., dan Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada WarunkBendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Permatasary, D. A. (2014). *Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan PecelMadiunLaris Manis Jebres Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Pratama, F., & Suwanto, S. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(3), 505-520.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Riswardani, Y. T. (2013). *Pengaruh Fasilitas, Biaya Rawat Inap Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Saidani, B., dan Arifin, S. (2012). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3 (1), 1-22.
- Situmeang, L. S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Syarif, A., dan Widodo, A. (2020). *Analysis Of Service Quality And Consumer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) And Important Performance Analysis (IPA) In Workshop Auto 2000 Asia Afrika Bandung. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 685-701.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., dan Tawas, H. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).

- William, W., dan Purba, T. (2020). *Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Wiwit, A. (2018). *Pengaruh Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Catur Lintasindo. (Studi kasus: di PT. Catur Putra Lintasindo)*” (Doctoral dissertation, Universitas DarmaPersada).