

## Upaya Membangun Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan, Lokasi Dan Fasilitas

Ahmad Fadli<sup>1</sup>, Debora Tambunan<sup>2</sup>, Roni Juliansyah<sup>3</sup>, Wasiman<sup>4</sup>,  
Zakia Fadila<sup>5</sup>

Manajemen, STIE Mahkota Tricom Unggul  
Akuntansi, STIE Mahkota Tricom Unggul  
Manajemen, Universitas Putera Batam  
Akuntansi, Politeknik Unggul LP3M  
Email: haqimdanyara@yahoo.co.id

### Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh layanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rekso National Food. Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Populasi dalam penelitian yaitu karyawan PT. Rekso National Food yang berjumlah 87 responden sedangkan teknik penentuan dengan *accidental sampling*. Adapun sumber data dalam penelitian ini dari data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil uji (t) atau uji parsial menunjukkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel lokasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta variabel fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian secara simultan layanan, lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rekso National Food.

**Keywords:** *Layanan, Lokasi, Fasilitas, Kepuasan*

### Abstract

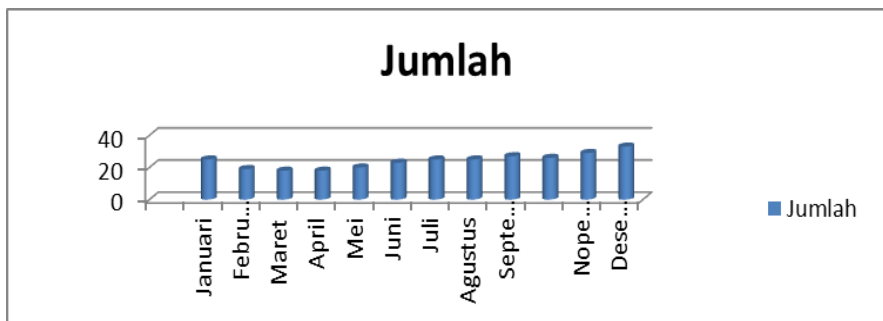
*The purpose of this study was to determine the effect of service, location and facilities on customer satisfaction at PT. Rekso National Food. The method in this research is quantitative. The population in the study were employees of PT. Rekso*

*National Food, amounting to 87 respondents, while the determination technique used accidental sampling. The data sources in this study were primary data and secondary data. While the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The result of test (t) or partial test shows that service has a positive and significant effect on customer satisfaction and location variables also have a positive and significant effect on customer satisfaction and facility variables also have a positive and significant effect on customer satisfaction. Then simultaneously service, location and facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Rekso National Food.*

**Keywords:** *Service, Location, Facilities, Satisfaction*

## A. PENDAHULUAN

PT. Rekso National Food merupakan perusahaan yang bergerak pada restoran modern. Dimana PT. Rekso National Food telah memiliki banyak cabang di Indonesia. Salah satu cabang terdapat di kota Medan yaitu PT. Rekso National Food cabang Medan. Tinggi persaingan diantara restoran modern dan cepat saji membuat PT. Rekso National Food cabang Medan untuk terus berbenah dalam memberikan nilai kepuasan kepada para pelanggannya. Berdasarkan fenomena yang peneliti dapatkan bahwa, masih banyak pelanggan yang merasa kecewa terhadap pelayanan ada. Daftar keluhan yang sampaikan melalui pelayanan SMS center, layanan bebas pulsa dan kotak saran. Berikut adalah hasil daftar complain pelanggan selama periode tahun 2018 adalah sebagai berikut:



Sumber: PT. Rekso National Food Cabang Medan (2019)

**Grafik 1: Daftar Keluhan Pelanggan**

Dari grafik di atas, menunjukkan bahwa angka keluhan yang paling tinggi terjadi pada bulan Desember sebanyak 33 komplaian yang terdiri dari komplaian SMS Center sebanyak 21 keluhan, Layanan Bebas Pulsa sebanyak 7 keluhan serta Kotak Saran sebanyak 5 keluhan. Secara umumnya yang sering dikeluhkan para pelanggan yaitu karyawan kurang memiliki empati yang baik kepada para pelanggan. Misalnya ketika pelanggan memesan makanan, sering kali karyawan salah dalam memberikan pesanan yang diminta. Setelah itu karyawan tidak memiliki upaya untuk meminta maaf. Kemudian pesanan membutuhkan waktu yang lama. Sehingga pelanggan harus antri lama dalam mendapatkan yang diinginkan. Faktor selanjutnya yaitu area parkir yang kuran nyaman. Dimana pelanggan merasa sulit untuk memarkirkan mobil atau sepeda motornya. Pelanggan merasa sulit untuk menyeberang ke jalan untuk menuju tempat parkir yang ada. Terakhir keluhan yang dirasakan, yaitu fasilitas kurang mendukung. Misalnya sarana bermain anak yang tidak tersedia. Sehingga membuat pelanggan terkadang bingung untuk menghibur anaknya selama berada dalam restoran.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang ril atau actual dengan kinerja produk yang diharapkan (Etta Mamang Sangaji Dan Sopiah 2013). Selanjutnya kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi

terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (F Tjiptono 2013).

Sebagai seorang pelanggan tentunya menuntut mendapatkan rasa kepuasan yang maksimal. Hal menjadi penting khususnya bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan telah didapatkan oleh para pelanggannya. Manajemen kualitas ini menjadi wajib bagi banyak produsen yang merupakan subkontraktor dari perusahaan terkemuka di dunia. Jadi, kualitas kini ibarat “tiket” masuk ke dalam genggamannya pertandingan global apabila ingin bertahan dalam ranah yang kompetitif (Lupiyoadi 2013).

## **2. Layanan**

Layanan dapat diartikan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya (Durianto 2013). Selanjutnya segala sesuatu yang mempengaruhi kebutuhannya. Selera konsumen terhadap barang selalu berubah dan cenderung meningkat. Hal ini tentu mempengaruhi ekspektasi konsumen terhadap produk yang menjadi kebutuhannya, yaitu kualitas yang baik (Yuri; Rahmat Nurcahyo 2013).

## **3. Lokasi**

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Fandy Tjiptono 2012). Lokasi yang strategi juga akan membuat seorang pelanggan untuk mempertimbangkan dalam melakukan keputusan

pembelian (Chaniago 2018). Akan tetapi jika produk atau jasa telah terbukti mampu memberikan rasa kepuasan, maka lokasi yang jauh tidak menjadi masalah bagi para pelanggan (Nasib 2019a)

#### **4. Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Layanan merupakan kunci keberhasilan baik itu perusahaan jasa maupun manufaktur sekalipun dagang. Dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan tentunya akan membuat pelanggan merasa puas. Dengan kepuasan tersebut tidak hanya untuk hari ini, melainkan kepuasan ini akan berubah dari waktu yang akan datang. Sehingga upaya untuk memahami apa yang inginkan pelanggan sangat penting. Menurut penelitian terdahulu menyatakan bahwa layanan pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Nasib 2017)(Amelia 2018)(Nasib 2019b)(Lestari et al. 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika layanan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

*H1: Layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah*

#### **5. Hubungan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pemilihan lokasi yang strategi, nyaman dan mudah dengan akses menjunya tentunya sering dikeluhkan pelanggan. Bagi perusahaan yang mampu memenuhi dari keinginan pelanggan tentunya akan berpeluang untuk dapat meningkatkan penjualannya. Lokasi ini dipilih dengan banyak pertimbangan, mulai dari harga sewa, pesaing dan sebagainya. Sehingga perusahaan harus mempertimbangkan faktor

mana yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi toko. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Chaniago 2018)(Nasib 2019a)(Nirmalasari 2019). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika lokasi ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

*H2: Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah*

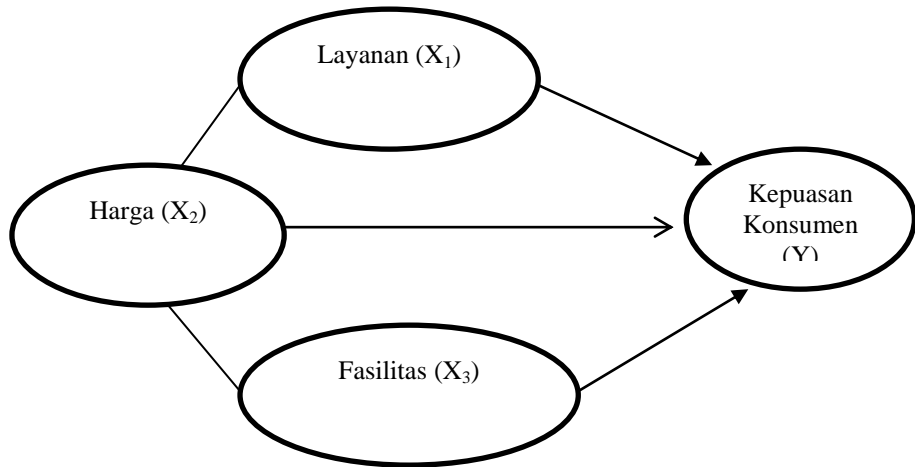
## **6. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penyediaan fasilitas dalam memberikan kepuasan pelanggan harus disesuaikan dengan produk yang ditawarkan. Adanya jaringan internet, kenyamanan di ruang tunggu akan membuat konsumen merasa betah dan nyaman ketika menunggu mendapatkan layanan yang ia inginkan. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan (Indawati Lestari; Nasib 2019)(Nasib 2019b)(Fadli 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika fasilitas mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan.

*H3: Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah*

## 7. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian teori di atas, maka kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka Konseptual

## C. METODE

Jenis peneliti ini tergolong dalam penelitian kuantitatif. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian yaitu pelanggan pada PT. Rekso National Food dimana jumlah pelanggan berjumlah 87 orang. Dalam penelitian ini memakai teknik pengambilan sampel secara *Non Propability Sampling* dengan cara *Accidental Sampling*. Dengan teknik penentuan sampel bagi responden yang kebetulan ditemui oleh peneliti pada saat pengumpulan data. Sehingga sampel dalam penelitian ini 87 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Akan tetapi sebelum data diregresi data terlebih dahulu harus dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari analisis normalitas data, multikonieritas dan heteroskedastisitas.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nasib 2019b)(Herwan Nafil 2019)(Lestari et al. 2020)(Nasib 2017)(Amelia 2018) yang menyatakan bahwa layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai signifikansinya untuk variabel Layanan (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} = 3,437 > t_{tabel} 1,988$  ( $n-k=87-4=83$ ). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variabel Layanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Rekso National Food. Hal ini menunjukkan bahwa ketika layanan semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

### 2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nasib 2019a)-(Loindong 2015)-(Chaniago 2018) yang menyatakan bahwa lokasi mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini nilai signifikansinya untuk variabel Lokasi (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} = 2,339 > t_{tabel} 1,988$  ( $n-k=87-4=83$ ). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variabel Lokasi. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Rekso National Food. Lokasi dengan akses yang mudah dicapai oleh pelanggan merupakan salah satu metode strategi pemasaran dan meningkatkan



keputusan pembelian di masa akan datang (Fandy Tjiptono 2014). Sehingga hal ini akan berdampak pada meningkatnya konsumen menjadi pelanggan tetap perusahaan.

### **3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nasib 2019b)-(Lubis 2019)-(Selamet 2017) yang menyatakan fasilitas akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini nilai signifikansinya untuk variabel Fasilitas (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} = 5,233 > t_{tabel} 1,988$  ( $n-k=87-4=83$ ). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variabel Lokasi. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Rekso National Food.

### **4. Pengaruh Layanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Amelia 2018)-(Kurbani 2017)-(Selamet 2017)-(Yuriansyah 2013) yang menyatakan bahwa layanan, lokasi dan fasilitas mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan dalam penelitian ini diketahui nilai signifikansi 0,000. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai  $F_{hitung} = 96,743 > F_{tabel} 2,71$  ( $df1 = k-1=4-1=3$ ) sedangkan ( $df2 = n - k$  ( $87-4=83$ )). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu layanan, lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Rekso National Food.

## E. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial (satu-persatu) didapat pengaruh dari variabel dimensi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dimana variabel dimensi kualitas pelayanan nilai  $t_{hitung}$  sebesar dari  $t_{tabel}$  dari  $t_{tabel}$ .
2. Secara parsial (satu-persatu) didapat pengaruh dari variabel lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dimana variabel lokasi nilai  $t_{hitung}$  sebesar dari  $t_{tabel}$  dari  $t_{tabel}$ .
3. Secara parsial (satu-persatu) didapat pengaruh dari variabel fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dimana variabel fasilitas nilai  $t_{hitung}$  sebesar dari  $t_{tabel}$  dari  $t_{tabel}$ .
4. Secara keseluruhan (simultan) didapat pengaruh dari variabel dimensi kualitas pelayanan ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) karena nilai  $F_{hitung}$  untuk variabel dimensi kualitas pelayanan ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ )  $> F$  tabel.
5. Hasil determinasi diperoleh lokasi ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) dapat menunjukkan hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Bagi peneliti selanjutnya mengingat masih ada faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 33%

maka hal itu dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar lebih diketahui tentang faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Hendaknya manajemen pada PT. Rekso National Food melakukan penelitian lanjutan untuk mencari variabel apa yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan selain dari variabel dimensi kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Nasib; Ratih. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Kampus Terhadap Loyalitas Mahasiswa Mengikuti Program MGM (Member Get Member) Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening.” *Abdi Ilmu* 1(1): 121–33.
- Chaniago, Nasib; Sabaruddin. 2018. “Pengaruh Bauran Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Kuliah Pada Politeknik Unggul LP3M.” *JUPI* 2(1): 38–50.
- Durianto, D. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek Edisi 10*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Etta Mamang Sangaji Dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Fadli, Nasib; Martin; Zahri Fadli; Ahmad. 2020. “Analysis Of Impact Factors On College Decisions On Private College Lecture In Medan City.” *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)* 9(3): 18–24.
- Herwan Nafil, Nasib. 2019. “Optimalisasi Kepuasan Pelayanan Dan Komunikasi Pada Supermarket Mr. Ben Medan.” *Juranl Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 4(2): 111–18.
- Indawati Lestari; Nasib, Sabaruddin Chaniago; An Suci Azzahra; Ihsan Effendi. 2019. “Trust Identification And Smartphone Purchase Decisions (Structural Equation Modeling Approach).” In *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, , 1020–32.
- Kurbani, Adie. 2017. “Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Kuliah Pada

Universitas PGRI Palembang.” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 13(4): 23.

Lestari, Nasib Indawati, Khairatun Nazah, Cici Handayani, and Ayu Wirda. 2020. “Online Shopping the Satisfaction through Perceived Quality and It ’ s Impact On Customer Loyalty.” *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)* 9(3): 56–61.

Loindong, Nicklouse Christian Lempoy; Silvy L. Mandey; Sjendry S.R. 2015. “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(1): 1072–83.

Lubis, Sri Eka Wulandari; Amrin Fauzi; Arlina Nurbaity. 2019. “Pengaruh Brand Image, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Politeknik Unggul LP3I Medan Kampus Medan Baru.” *Journal of Management Review* 3(3): 369–78.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

Nasib. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kola Renan Bengawan Solo Pangkalan Brandan).” *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 18(1): 30–44.

———. 2019a. “Optimalisasi Personal Selling, Lokasi Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Mengikuti Program Kepemilikan Rumah KPR Tipe 36.” *Jurnal Mantik Penusa* 3(1): 14–20.

- Nasib, Maya Syahlina; 2019b. “Pengukuran Kepuasan Pengguna Kereta Api Indonesia (Persero) Medan Melalui Fasilitas Dan Pelayanan.” *Abdi Ilmu* 12(2): 51–57.
- Nirmalasari, Indwati Lestrai; Nasib; 2019. “Determinant of Customer Relation Management Towards Minimarket Customers in Medan City.” *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* 21(10): 45–52.
- Selamet, Fuji Santoso; Rois Arifin; Afi Rachmat. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014-2016 Universitas Islam Malang.” *e – Jurnal Riset*: 41–49.
- Tjiptono, F. 2013. *Strategi Pemasaran, Ed. 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- . 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta.
- Yuri; Rahmat Nurcahyo. 2013. *TQM Manajemen Kualitas Total Dalam Perspektif Teknik Industri*. Jakarta: PT. Indeks.
- Yuriansyah, Auli Lucky. 2013. “Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Management Analysis Journal* 2(1): 8–14.