

**Jejak Artikel:**

Unggah: 28 Juli 2022;

Revisi: 07 Agustus 2022;

Diterima: 09 Agustus 2022;

Tersedia online: 10 Agustus 2022

## **Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera di Batam**

**Debora Permata Sonya<sup>1</sup>, Suhardi<sup>2</sup>**

<sup>12</sup> Universitas Putera Batam

[pb180910332@upbatam.ac.id](mailto:pb180910332@upbatam.ac.id)

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan di Indomaret Panasera. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Indomaret Panasera. Untuk mengumpulkan data, peneliti menerapkan media kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Forms dan diolah dengan aplikasi SPSS versi 24 untuk membantu penemuan penelitian. Untuk mengetahui apakah ada permasalahan Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera, Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera, Bagaimana pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera dan Bagaimana pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera metode yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda, Kofisite determinasi, Uji T dan Uji F Maka Hasil ini menunjukkan pengaruh signifikan Fasilitas  $0,763 < 0,05$ , Pelayanan  $0,000 > 0,05$  terhadap Kepuasan Pelanggan  $0,000 > 0,05$ .

**Keywords: Analisis, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan, Kualitas, Pelayanan.**

### **Introduction**

Semakin ketatnya persaingan perdagangan di dunia retail, layanan menjadi salah satu yang penting. Contohnya adalah perusahaan Alfamart, Indomaret, Cricle, Mini Market, dan lain sebagainya. Persaingan ini terjadi karena kebanyakan perusahaan retail yang menjual produk yang sama. Hal tersebut memacu para pebisnis di bidang retail untuk meningkatkan layanannya, dengan cara memberikan potongan harga. Di Indomaret khususnya cara untuk meningkatkan daya Tarik pembeli adalah memberikan harga yang berbeda dan kualitas pelayanan yang terus ditingkatkan (Suardi, 2018a).

Indomaret terletak di lokasi strategis yang dapat dijangkau konsumen, didukung oleh ukuran toko dan toko yang dapat diakses konsumen. Indomaret adalah perusahaan ritel yang berkembang pesat. Berbelanja dengan percaya diri tidak butuh waktu lama. Keunggulan lain berbelanja di Indomaret adalah area belanja aman dan nyaman, tidak merasa kesulitan dalam pemilihan barang yang dibutuhkan, kualitas barang lebih terjamin daripada berbelanja di pasar, harga barang sudah memiliki tag, sehingga tidak perlu menawar, anda bisa membeli segala macam kebutuhan di satu tempat, sehingga menghemat waktu dan tenaga serta ketersediaan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan dan di Indomaret juga menyediakan layanan pesan antar, sehingga tidak perlu untuk

---

<sup>1</sup>Coressponden: Debora Permata Sonya. Universitas Putera Batam. Batam. [Pb180910332@upbatam.ac.id](mailto:Pb180910332@upbatam.ac.id)

pergi lagi, cukup pilih barang apa yang ingin kita beli, lalu pesan kemudian pihak Indomaret akan mengantarkan sampai ke depan pintu.

Menurut Kotler (2017); (Siboro & Suhardi, 2020) Kepuasan pelanggan adalah sebuah ungkapan perasaan senang atau tidak ketika kinerja suatu produk yang sedang dikembangkan menghasilkan hasil kinerja yang diharapkan. Memenuhi kebutuhan pelanggan adalah aspirasi setiap bisnis. Memenuhi harapan konsumen tidak hanya merupakan aspek penting dari kelangsungan hidup bisnis, tidak hanya meningkatkan elemen kunci dari kelangsungan hidup bisnis, tetapi juga meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas suatu produk atau jasa cenderung untuk kembali dan tetap loyal terhadap jasa tersebut jika kebutuhan yang sama muncul lagi di kemudian hari. Daya tarik utama yang dimaksud adalah kepuasan.

Faktor terpenting untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan adalah menyediakan layanan dengan kualitas terbaik. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan, retensi, dan profitabilitas. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan kepuasan konsumen, perlu dipahami dan dianalisis layanan, harga, dan ketersediaan produk yang diinginkan konsumen.

Menurut Nasution, (Suhardi, 2018b) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan keunggulan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam kondisi saat ini dan ke depan, Indomaret akan terus berupaya meningkatkan preferensi pembelian masyarakat. Berbagai upaya terus dilakukan, terutama dalam pelayanan dan distribusi barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

## **Literature Review**

### **Fasilitas**

Fasilitas adalah tentang memberikan kenyamanan untuk memfasilitasi proses pekerjaan yang terarah. Menurut Tjipoto dalam Sri Utari, (2021); (Handayani, 2021) Fasilitas adalah sumber daya berbentuk fisik yang harus tersedia sebelum layanan diberikan kepada pelanggan. Pelanggan merasa puas bila fasilitas yang diberikan memenuhi kebutuhannya. Kata fasilitas yang dimaksud adalah kenyamanan yang diberikan kepada konsumen didukung, konsumen terpuaskan, dan kebutuhan terpenuhi. Fasilitas merupakan hal penting untuk meningkatkan kebahagiaan, seperti: kenyamanan pelanggan, kepuasan kebutuhan dan kenyamanan pengguna jasa.

Menurut Saputra dalam Siregar (2021) Fasilitas adalah suatu bentuk yang diciptakan dengan hasil yang dibentuk untuk menambah nilai dan membuat produk atau jasa lebih menarik. Menurut Philip dalam Paramitha (2018) Fasilitas adalah segala sesuatu hal yang memudahkan suatu produk untuk dipasarkan.

Menurut Tjiptono dalam Paramitha (2018) Fasilitas adalah hal-hal yang dapat memberikan kenyamanan kepada pelanggan, dan dapat berupa kondisi fasilitas, penyelesaian interior dan eksterior, pemenuhan fasilitas dan kebersihan. Aset berwujud yang dimiliki oleh perusahaan dengan kepuasan pelanggan yang tinggi memuaskan kebutuhan konsumen, menarik perhatian konsumen, dan menimbulkan kesan yang baik terhadap perusahaan.

### **Pelayanan**

Pelayanan (*service*) adalah upaya untuk membantu mempersiapkan (mengelola) kebutuhan seseorang atau orang lain, dan bagi kami itu adalah tautan ke hak dan kewajiban masing-masing pihak. (Azizah, 2019); (Latifah, Suci, 2020). Oleh karena itu, definisi kualitas pelayanan dapat diartikan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga tepat dalam memberikan layanan.

Pelayanan menurut Mahmoedin dalam Dylan Trotsek (2018) adalah serangkaian aktivitas tidak berwujud yang terjadi sebagai hasil interaksi konsumen-karyawan atau aktivitas lain yang disediakan oleh penyedia layanan untuk memecahkan masalah pelanggan.

Pelayanan menurut Kasmir dalam Azizah (2019); (Claudia, 2022) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Harapan pelanggan dapat bervariasi dari pelanggan ke pelanggan meskipun layanan tidak konsisten. Kualitas layanan dapat dilihat sebagai kelemahan jika pelanggan menetapkan harapan mereka terlalu tinggi, bahkan dengan layanan yang baik. Pelayanan sangat penting bagi konsumen untuk menikmati produk dan jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang baik membuat mereka merasa puas.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggan, jika kualitas yang dirasakan pelanggan lebih rendah dari yang diharapkan maka akan terjadi ketidakpuasan. Pelanggan akan merasa puas, jika kualitas pelayanan di atas harapan, pelanggan (Riyanto, 2018). Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa setelah membandingkan pelayanan/produk yang diterima dengan pelayanan/produk yang diharapkan. (Zulkarnaen, 2018). Kepuasan pelanggan adalah penilaian seseorang akan melanjutkan membeli kembali dan bersedia membeli barang atau jasa lain yang diberikan seseorang rekomendasi melalui word of mouth (Gusmita 2021); (Idham & Suhardi, 2020).

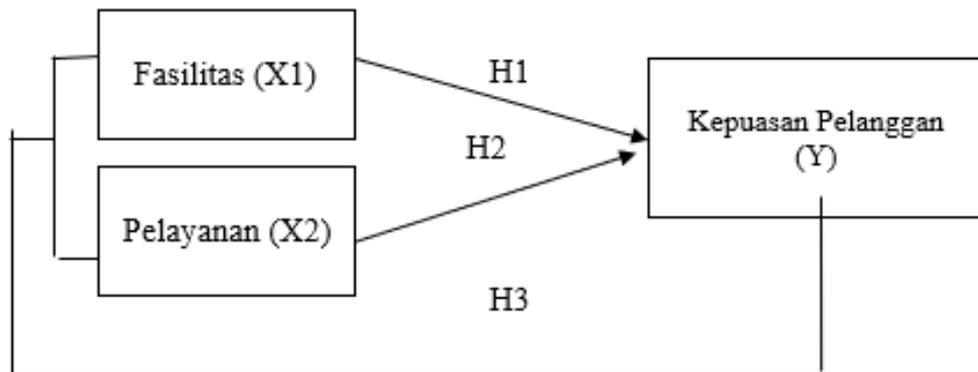
Kepuasan pelanggan adalah persepsi kinerja produk dibandingkan dengan harapannya dan digambarkan sebagai:

1. Konsumen tidak puas ketika kinerja memenuhi harapan.
2. Konsumen senang bila kinerja memenuhi harapan.
3. Konsumen sangat puas atau sangat puas bila kinerja melebihi harapan.

Oleh karena itu, tingkat kepuasan bergantung pada perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Kepuasan pelanggan tergantung pada kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggannya sehingga produk (barang dan jasa) yang ditawarkan memenuhi harapan mereka.

Menurut Fatihudin dalam Kelly (2020) Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan dengan apa yang mereka rasakan setelah menggunakan produk. Kepuasan pelanggan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan yang diharapkan. Jika kinerja jauh dari harapan, pelanggan tidak senang. Pelanggan sangat senang ketika kinerja melebihi harapan. Menciptakan kepuasan pelanggan dapat memiliki banyak manfaat. Ini berarti bahwa pengaruh antara bisnis dan konsumen lebih harmonis, menciptakan basis pelanggan tetap yang lebih baik dan mempertahankan pelanggan. Membentuk dan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bisnis

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang dirasakan seorang konsumen setelah menggunakan suatu barang atau jasa, karena tercapainya keselarasan antara apa yang dibutuhkan dengan apa yang diperlukan dan diinginkan dengan apa yang diharapkan konsumen. jika mereka harus melakukan upaya dan pengorbanan.



Gambar 1 kerangka pemikiran

### Hipotesis

**H1** : Di duga Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Panasera Batam.

**H2** : Diduga Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Panasera Batam.

**H3** : Diduga fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan indomaret batam.

### Methods

Penelitian ini didasarkan pada metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Analisis deskriptif, digunakan untuk menganalisis data, bertujuan untuk menjelaskan data yang diperoleh. Populasi pada penelitian ini ialah pelanggan Indomaret Panasera. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan Teknik *non-probability sampling*. Teknik dimana setiap anggota populasi dinyatakan memiliki peluang nol. Sehingga Teknik ini digunakan pengambilan sampel dengan beberapa metode yang didasarkan oleh kriteria sehingga penentuan sampel yang digunakan adalah *Accidental sampling*. Pendekatan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, dimana sampel yang digunakan berdasarkan dari pengunjung indomaret Panasera yang sedang berbelanja pada saat itu, kemudian peneliti melakukan penelitian dalam kurun waktu sekitar kurang lebih 2minggu dengan kriteria responden ialah yang sedang berbelanja pada saat waktu meneliti, yang berusia sekitar 18 – 35 tahun, dan Pendidikan min SMA. Sehingga jumlah sampel yang didapat berdasarkan hasil pendekatan *accidental sampling* sebanyak 100 responden.

Peyebaran kuesioner untuk dijadikan instrument dalam pengumpulan data dan melakukan observasi dengan menggunakan instrument skala likert. Lokasi penelitian peneliti bertempat di Indomaret Panasera yang beralamat di Kabil, kecamatan Nongsa, Batam, Kepulauan Riau.

Berikut kuesioner yang disebarakan oleh peneliti kepada pelanggan Indomaret :

Tabel 1. Variabel Penelitian

<b>Pernyataan Variabel Fasilitas (X1)</b>
Perencanaan tata ruang Sangat dibutuhkan di indomaret panasera Batam
Indomaret Panasera dirancang Spesial untuk menarik minat pembeli
Perlengkapan di Indomaret Panasera terbilang lengkap
Penataan cahaya dan Warna di Indomaret panasera sangat lah memuaskan
Pesan yang disampaikan secara grafis di Indomaret Panasera sangat mudah di mengerti
Unsur pendukung yang terdapat di Indomaret berupa CCTV sangat membantu
<b>Pernyataan Variabel Pelayanan (X2)</b>
Kesederhanaan pogram Indomaret Sangat memudahkan karyawan dan pembeli
Indomaret Panasera Sudah memenuhi Satandar
Indomaret Panasera Memiliki Pengaman Yang memadai
Indomaret Panasera memiliki keterbukaan tentang pergantian harga terbaru
Indomaret Panasera memiliki peralatan kerjadengan efektif dan efisien
Ekonomi Indomaret panasera terbilang baik
Keadilan yang diberikan Indomaret kepada karyawan sudah memenuhi standar kerja
Indomaret Panasera sangat disiplin dengan waktu
<b>Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)</b>
Harga yang ditawarkan di Indomaret penasera lebih murah dengan tokoh lain
Indomaret panasera menjual berbagai macammakanan dan minuman.
Anda merekomendasikan kepada orang lain untukmembeli makan dan minuman di Indomaret panasera karena dengan harga yang murah pembelisudah bisa menikmati banyak makanan ataupunminuman
Penjual di Indomaret Panasera mampuberkomunikasi dengan baik dengan konsumen.
Penjual di Indomaret Panasere melayanipembeli dengan sikap yang ramah
Indomaret Panasera Merupakanperusahaan yang memilikikemampuan bersaing denganpara pesaingnya
Indomaret Panasera Berada di daerah keramaian

Aspek penelitian ini terdiri dari dua variabel independent (fasilitas dan pelayanan) dan satu variabel dependen (kepuasan pelanggan). Unit observasi pada penelitian ini adalah Indomaret Panasera Batam, cakupan penelitiannya dan responden penelitiannya adalah pelanggan Indomaret.

### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan didasarkan paparan pada tanggapan responden yang hasilnya di olah dengan statistik deskriptif untuk validasi data. Pengelolaan data dengan program SPSS versi 24.

- a. Uji validitas data  
Uji validasi adalah ukuran tingkat efektivitas atau stabilitas instrumen. Validitas menunjukkan seberapa baik ketelitian dan ketepatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya.
- b. Uji realibilitas  
Uji reliabilitas untuk mengetahui seberapa reliabel hasil pengukuran. Pengujian reliabilitas juga merupakan metode untuk memeriksa apakah kuesioner pengukuran alternatif yang digunakan konsisten.
- c. Uji asumsi klasik  
Setelah menguji kualitas data, langkah selanjutnya adalah menguji asumsi tradisional untuk memenuhi kebutuhan data dan menjalankan uji regresi untuk menguji validitas data.

- d. Uji normalisasi Data  
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel normal. Uji normalitas diperlukan untuk menguji variabel lain, dengan asumsi bahwa residual mengikuti distribusi normal.
- e. Uji multikolinieritas  
Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk melacak apakah model regresi mendeteksi adanya korelasi (ketergantungan) antar variabel bebas. Model regresi baik, sehingga tidak ada korelasi antar variabel bebas.
- f. Uji heterokedastitas  
Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah pertidaksamaan dalam varians dan residual dari pengamatan lain teramati dalam suatu model regresi.
- g. Uji regresi linier berganda  
Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah pertidaksamaan dalam variabel dependen dan variabel independen dari pengamatan lain teramati dalam suatu model regresi.
- h. Uji koefisien determinasi  
Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel terikat.

**Results**

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Indomaret Panesera Batam. Karakteristik responden berikut dalam survei ini terbagi dalam beberapa kategori, antara lain jenis kelamin, usia, dan latar belakang pendidikan.

Tabel 2. Berdasarkan jenis kelamin

Jenis_kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	48	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jumlah jenis kelamin pelanggan laki-laki sebanyak 48 orang atau 48% dari jumlah sampel dan perempuan sebanyak 52 orang atau 52% dari jumlah sampel

Tabel 3. Berdasarkan umur

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-23	76	76,0	76,0	76,0
	24-29	16	16,0	16,0	92,0
	30-35	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jumlah usia pelanggan Indomaret Panesera 18-23 tahun sebanyak 76 orang atau 76,0% dari jumlah sampel, 24-29 tahun sebanyak 16 orang atau 16,0% dari jumlah sampel dan 30-35 tahun sebanyak 8 orang atau 8,0% dari jumlah sampel. Dalam table ini berdasarkan usia 18-23 lebih banyak dari pada usia 24-29 dan 30-35 tahun.

Tabel 3. Berdasarkan pendidikan

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMKN/SMA	81	81,0	81,0	81,0
	S1	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jumlah pelanggan pendidikan Indomaret Panasera, pendidikan terakhir responden dengan lulusan SMA/SMK berjumlah 81 orang dengan presentase 81%, lulusan S1 berjumlah 19 orang dengan presentase 19%. Dapat disimpulkan bahwa responden pada kategori pendidikan terakhir lebih dominan dibandingkan responden SMA/SMK.

**Uji Validitas**

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dan T tabel. Suatu elemen instrumen dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari T tabel. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari T tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid. Dalam penelitian ini, uji efikasi dihitung hingga 30 responden.

**Table 4. Uji Validitas**

variabel	Indikator	Nilai Kolerasi	Nilai T table	Keterangan
Fasilitas (X1)	X1.1	0,667	0,3061	Valid
	X1.2	0,616		
	X1.3	0,574		
	X1.4	0,734		
	X1.5	0,812		
	X1.6	0,516		
Pelayanan (X2)	X2.1	0,703	0,3061	Valid
	X2.2	0,690		
	X.2.3	0,779		
	X2.4	0,712		
	X2.5	0,639		
	X2.6	0,702		
	X2.7	0,414		
	X2.8	0,626		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,793	0,3601	Valid
	Y2	0,599		
	Y3	0,683		
	Y4	0,664		
	Y5	0,617		
	Y6	0,686		
	Y7	0,675		

Paparan Tabel 4, tiap butir pernyataan fasilitas, pelayanan serta kepuasan pelanggan dapat disimpulkan ketiga variabel mempunyai r hitung >r tabel. Karena itu disimpulkan bahwa variabel fasilitas, pelayanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji realibilitas dihitung sebanyak 30 responden, maka hasil seperti tabel dibawah ini :

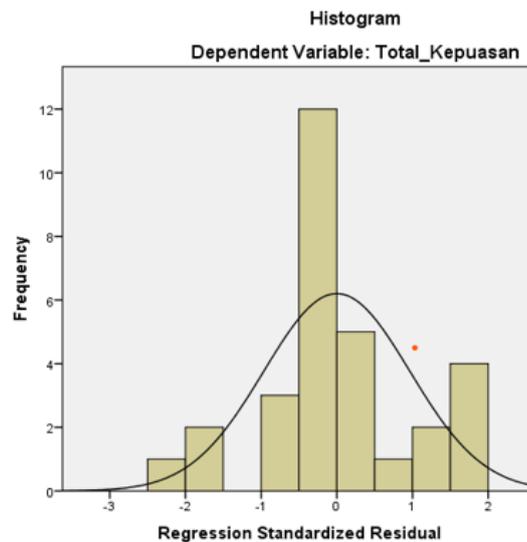
**Table 5. Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	r tabel	Keterangan
Fasilitas	0,757	0,60	Reliabel
Pelayanan	0,794		
Kepuasan pelanggan	0,790		

Uji reliabilitas pada riset ini ialah *Cronbach's Alpha*. Bila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga dapat disimpulkan realibel. Paparan tabel 5, dinyatakan variabel fasilitas, pelayanan dan kepuasan pelanggan realibel karena nilai yang didapat > 0,60.

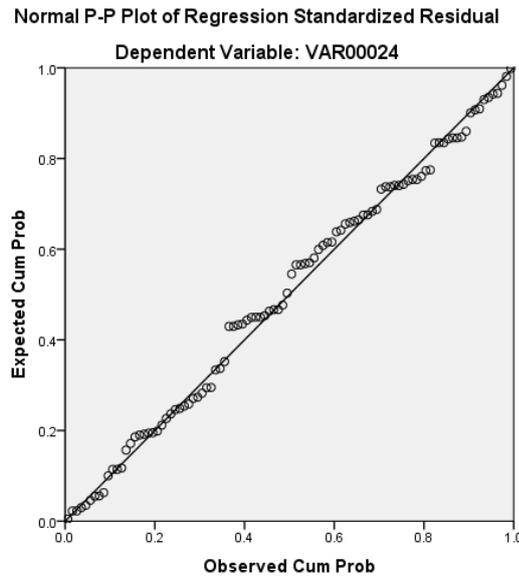
### Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan karena digunakan untuk melakukan pengujian pada variabel lain dengan asumsi residual berdistribusi normal.



Gambar 2. Histogram Uji Normalitas

Dari diagram di atas, kurva pada gambar sudah berbentuk lonceng. Sehingga bisa dinyatakan data telah terdistribusi normal.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot

Apabila keberadaan titik-titik terletak pada seputar zona garis diagonal dengan demikian data yang dianalisis telah terdistribusi normal. Berdasarkan pada gambar diatas, diketahui titik-titik menyebar pada seputar zona garis diagonal, dengan demikian dinyatakan data terdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

**Table 6. Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

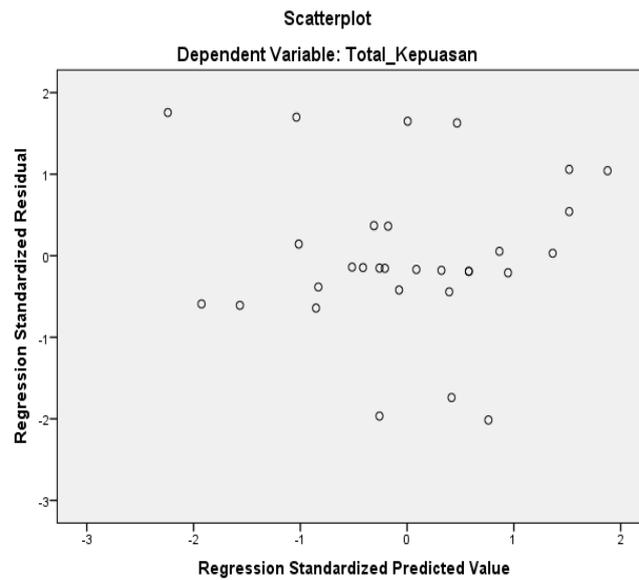
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	FASILITAS	,998	1,002
	PELAYANAN	,998	1,002

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Jika hasil VIF < 10 serta nilai tolerance >0,10 , dengan demikian disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolineritas. Pada hasil olah data dapat dinyatakan model regresi tidak mengalami multikolineritas karena hasil VIF 1,002 < 10 serta *Tolerance* 0,998 > 0,10.

### Uji Heteroskedastisitas

Jika dihasilkan nilai sig >0,05 dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas pada regresi.



**Gambar 4.** Hasil Uji Scatterplot

Pada paparan ini dapat dilihat jika tersebar di area yang luas dan tidak menunjukkan pola yang jelas. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan semua variabel bebas dari uji hipotesis klasik heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Correlations			Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	t						
(Constant)	10.734	3.081		3.484	.001					
TOTALFASILITAS	.030	.101	.023	.302	.763	.049	.031	.023	.998	1.002
TOTALPELAYANAN	.527	.059	.674	8.994	.000	.675	.674	.674	.998	1.002

Paparan hasil di atas akan disusun ke persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 10,734 + 0,030X_1 + 0,527X_2 + e$$

Persamaan di Tabel 5 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta memiliki tanda positif adalah 10,734, artinya jika Fasilitas dan Pelayanan = 0, maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan.
2. Nilai pada konstanta regresi variabel adalah 0.030, artinya Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Nilai konstanta regresi variabel adalah 0,527, artinya Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan.

## Koefisien Determinasi

Table 8. Koefisien Determinasi  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 <sup>a</sup>	.456	.445	3.64968

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

Penjelasan di atas menunjukkan  $R^2 = 0,67.5$ . Artinya persentase variabel fasilitas dan pelayanan dalam model ini adalah 67,5%. Dengan kata lain, 67,5% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi variabel fasilitas dan layanan, tetapi 32,5%. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

## Uji T

Uji-t digunakan untuk menentukan apakah fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan pada saat yang sama dan variabel layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada saat yang sama.

Table 9. Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	3.484	.001
.023	3.302	.763
.674	8.994	.000

Paparan diatas dapat dijelaskan hipotesis masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Variabel Fasilitas  $t_{hitung} (3,302) < t_{tabel} (1,660)$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak berpengaruh antara fasilitas terhadap Kepuasan Pelangan. Nilai signifikan  $0,000 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa vaiabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelangan atau di terima.
2. Variabel Pelayanan  $t_{hitung} (8,994) > t_{tabel} (1,660)$ , maka dapat dikatakan bahwa Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelangan. Dilihat dari nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa vaiabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelangan atau hipotesis di terima.

## Uji F

Uji-F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji-f untuk mengetahui apakah fasilitas dan pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Table 10. Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1083.185	2	541.593	40,660	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1292.005	97	13.320		
	Total	2375.240	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

Paparan diatas, dapat diperhatikan variabel fasilitas serta variabel pelayanan dapat mempengaruhi secara simultan karena didapat nilai Fhitung 40,660 serta nilai signifikansi  $0,000 > 0,05$  dan oleh sebab itu, maka hipotesis ketiga diterima.

**Conclusion**

Berdasarkan hasil dan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut adalah hasil kesimpulan beberapa hal mengenai penelitian ini yaitu variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Indomaret Panasera di Batam. Variabel fasilitas dapat diterima dalam penelitian ini karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya dalam penelitian ini bila fasilitas memadai akan meningkatkan jumlah pengunjung yang berbelanja di Indomaret, sedangkan fasilitas yang tidak memadai akan menurunkan minat berbelanja yang berbelanja di Indomaret. Variabel Pelayanan dikatakan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel pelayanan dapat diterima dalam penelitian ini karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu kerja dan pelanggan akan merasa betah untuk berbelanja, sedangkan pelayanan yang buruk akan menurunkan minat pengunjung untuk berbelanja. Sehingga tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Indomaret Panasera di Batam. Secara keseluruhan antara fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya sangat penting meningkatkan kualitas pelayanan dan memadai fasilitas sehingga akan menciptakan toko yang nyaman dan mampu menarik daya pengunjung untuk berbelanja yang menciptakan kepuasan pelanggan.

**References**

Azizah, N. A. (2019). *Pelaksanaan Pelayanan Prima Customer Service Dalam Menangani Komplain Nasabah Pada Bank Bca Syariah Cabang Pondok Indah Jakarta*. 1, 7–10.

Claudia, C. S. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT WELLINDO BLAST MEDIA. *Scientia Journal*, 5(3).

Dylan Trotsek. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Asuransi Multi Artha Guna, Tbk Cabang Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.

Handayani, N. S. (2021). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PESERTA PELATIHAN DI YAYASAN

- PENDIDIKAN IKBAL-M-YOS BATAM. *Scientia Journal*, 3(2).
- Idham, E. R., & Suhardi. (2020). Pengaruh Promotion , Brand Image Dan Word Of Mouth. *Ekuivalensi*, 6(2), 297–311.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Latifah, Suci, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam. *Ekuivalensi*, 6(1), 57–72.
- Paramitha, I. A. (2018). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 6–37.
- Siboro, R. M., & Suhardi, S. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 6(1), 118–132.
- Siregar, Y. K. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Capella Batam*.
- Sri Utari, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayyanaan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Bhayangkara Setukpa Sukabumi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 60–78.
- Suardi. (2018a). *Pengantar Manajemen* (A. Eliyana (ed.); 1st ed.). Gava Media.
- Suardi. (2018b). Persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan publik pada kantor dinas kependudukan kota batam. *Jurnal Benefita*, 3(1), 53–63.