





Gambar 2.0 Peta Kompetitor Bengkel di Wilayah Karawang

Sumber: Diolah peneliti (2024).

Di wilayah Karawang, misalnya, terdapat banyak bengkel yang menawarkan berbagai layanan dengan harga dan kualitas yang beragam. Beberapa hal yang dianggap penting oleh pelanggan adalah keramahan karyawan, durasi pelayanan yang efektif, dan ketersediaan ruang tunggu luas dan nyaman, akses Internet gratis, adanya minuman dan makanan gratis. Survei yang sama menyatakan jika fasilitas tidak memadai, 60% pelanggan akan beralih ke bengkel lain. Ini terjadi meskipun kualitas teknis pelayanan dianggap baik. Ini menunjukkan bahwa customer satisfaction ditetapkan pengalaman keseluruhan bengkel dan perbaikan teknis (Siregar & Tanjung, 2024).

Bengkel Dinan Motor menjadi salah satu diantara bengkel umum yang cukup dikenal di daerah Karawang karena menawarkan layanan servis dan perawatan motor dengan harga yang relatif terjangkau. Meskipun demikian, hasil observasi awal dan tanggapan dari beberapa pelanggan menunjukkan bahwa beberapa aspek masih perlu ditingkatkan, seperti kecepatan pelayanan, kenyamanan ruang tunggu, serta ketersediaan fasilitas pendukung lainnya. Di sisi lain, sebagian pelanggan menyatakan puas terhadap hasil servis dan profesionalisme mekanik yang dianggap mampu menyelesaikan masalah kendaraan dengan baik.

Bulan	Tidak Puas	Puas	Jumlah Konsumen	Persentase
Desember	2	20	22	9%
Januari	2	20	22	9%
Februari	16	8	24	67%
Maret	15	5	20	75%
April	20	8	28	71%
Mei	10	14	24	42%
Juni	6	18	24	25%

Gambar 3: Tingkat kepuasan konsumen pada bengkel dinan motor selama 7 bulan terakhir

Sumber: Observasi Peneliti (2024).

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan hasil observasi tingkat kepuasan konsumen di Bengkel Dinan Motor selama tujuh bulan terakhir tahun kemarin. Dari data terlihat bahwa tingkat ketidakpuasan pelanggan sempat meningkat tajam pada bulan Februari hingga April, namun menurun pada Mei dan Juni. Hal ini menunjukkan bahwa setelah mengalami penurunan kualitas pelayanan di awal tahun, bengkel berhasil memperbaiki kinerjanya sehingga kepuasan pelanggan meningkat kembali di bulan-bulan berikutnya.

Customer satisfaction merupakan rangkuman kondisi psikologis yang muncul saat emosi yang dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapan awal, yang kemudian dipengaruhi oleh pengalaman setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa (Siregar & Tanjung, 2024). Kepuasan konsumen juga dapat dipahami sebagai kondisi psikologis yang timbul dari proses evaluasi pasca konsumsi, di mana konsumen melihat kinerja jasa atau produk dibandingkan dengan harapan telah terbentuk sebelumnya berdasarkan pengalaman konsumsi (Wahyudin, 2024.). Dengan demikian, kepuasan konsumen mencerminkan tingkat kecocokan antara kinerja produk atau layanan dengan harapan pelanggan setelah proses konsumsi.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen, service quality menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan dalam bisnis. Service quality merupakan penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan karena keinginan dan kebutuhan konsumen semakin

mengalami perubahan secara bertahap. Maka sebab dari itu, *service quality* yang diberikan harus mampu menyesuaikan dengan perkembangan tersebut. Konsumen akan mengevaluasi pelayanan yang diberikan dengan membandingkannya dengan pelayanan dari pesaing serta mempertimbangkan kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan harapan mereka (Nurlenawati, 2024). Upaya untuk mencapai standar keunggulan juga dapat diartikan sebagai *Service quality* yang diharapkan serta mengelolanya secara konsisten guna menjamin terpenuhinya harapan pelanggan. (Albaniya, 2024).

Selain *service quality*, *facilities* menjadi faktor yang dapat memengaruhi pengalaman konsumen dalam menggunakan suatu layanan. *Facilities* mencakup seluruh komponen fisik yang diberikan oleh penyedia layanan. memiliki tujuan untuk meningkatkan *consumer comfort* (Chindy, Agnes & Hastono., 2025), Sementara itu, *facilities* juga dapat didefinisikan sebagai sumber daya material perwujudan tersedia bagi pelanggan sebelum melakukan layanan diberikan (Siregar & Tanjung, 2024), Ketersediaan fasilitas yang memadai pelanggan dapat merasa lebih nyaman menggunakan layanan sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Beberapa hasil studi mengindikasikan bahwa temuan tidak konsisten tentang bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka hal demikian mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel *service quality*, *facilities*, dan kepuasan konsumen masih perlu dipelajari lebih lanjut dalam berbagai situasi penelitian, termasuk pada sektor jasa bengkel sepeda motor. Penelitian mengenai kepuasan konsumen pada usaha bengkel menjadi penting karena pelayanan yang diberikan tidak hanya berkaitan dengan hasil perbaikan kendaraan, tetapi juga pengalaman konsumen selama proses pelayanan berlangsung.

Pada penelitian sebelumnya yang membahas antara hubungan kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen, menurut penelitian (Marlina, Nana., 2025.), menunjukkan bahwa *service quality* tidak memiliki pengaruh kuat terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan menurut (Siregar & Tanjung, 2024), *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Studi oleh (Utomo & Rianawati, 2022), *service quality*, dan *facilities* sangat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

#### METODE

Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif melalui *survey method*, fokus penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan, serta fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Dinan Motor di Kabupaten Karawang. Metode *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel; 97 konsumen adalah responden yang dipilih berdasarkan keterjangkauan responden dan kesesuaian dengan kriteria penelitian. Data diperoleh melalui kuesioner yang terstruktur dan sudah tersusun didasari sesuai indikator setiap variabelnya. Skala empat tingkat Likert juga digunakan untuk mengukur data.

Teknik analisis Data studi ini menggunakan perangkat lunak SPSS, dimana sebelum menggunakan analisis *multiple linear regression* data tersebut pertama-tama diuji kelayakannya melalui *validity test* dan *reliability instrumen*, serta memenuhi *classical assumption* yang diperlukan. Pengujian hipotesis dilakukan baik secara simultan dan juga parsial untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *facilities* terhadap *customer satisfaction*.

#### HASIL PENELITIAN

Pengaruh *service quality* dan *facilities* terhadap *customer satisfaction* dapat dilihat dari data yang dikumpulkan dari konsumen yang melakukan perbaikan kendaraan di Bengkel Dinan Motor. Hasil penelitian ini diperoleh dari data

yang dikumpulkan melalui analisis regresi linier berganda.

**Uji Validitas**

*Validity Test Product Moment* menunjukkan adanya *correlation* antara skor total jawaban skor item angket, jika nilai r hitung melebihi R table (0,256) = valid, serta nilai r hitung lebih kecil dari R tabel (0,256) = tidak valid

**Tabel 2. Uji Validitas**

Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel	Hasil
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.616	0.256	Valid
	X1.2	0.674	0.256	Valid
	X1.3	0.717	0.256	Valid
	X1.4	0.606	0.256	Valid
	X1.5	0.747	0.256	Valid
	X1.6	0.67	0.256	Valid
	X1.7	0.666	0.256	Valid
	X1.8	0.688	0.256	Valid
	X1.9	0.784	0.256	Valid
	X1.10	0.756	0.256	Valid
	X1.11	0.765	0.256	Valid
	X1.12	0.684	0.256	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0.665	0.256	Valid
	X2.2	0.659	0.256	Valid
	X2.3	0.688	0.256	Valid
	X2.4	0.824	0.256	Valid
	X2.5	0.755	0.256	Valid
	X2.6	0.764	0.256	Valid
	X2.7	0.626	0.256	Valid
	X2.8	0.726	0.256	Valid
	X2.9	0.695	0.256	Valid
	X2.10	0.737	0.256	Valid
	X2.11	0.644	0.256	Valid
	X2.12	0.674	0.256	Valid
X2.13	0.766	0.256	Valid	
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0.821	0.256	Valid
	Y2	0.879	0.256	Valid
	Y3	0.823	0.256	Valid
	Y4	0.785	0.256	Valid
	Y5	0.86	0.256	Valid
	Y6	0.831	0.256	Valid
	Y7	0.802	0.256	Valid

Sumber : Data Hasil Penulis (2026)

Hasil pengujian terbukti bahwa semua item pernyataan variable *Service Quality (X1)*, *Facilities (X2)*, dan *Customer Satisfaction (Y)* memiliki nilai **r hitung > r tabel (0,256)**. Oleh karena itu, setiap pernyataan dianggap sah dan pantas untuk digunakan untuk alat studi.

**Uji Reliabilitas**

*Reliability test* bertujuan sebagai mencari informasi apakah instrumen studi konsisten. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai alfa Cronbach disetiap variabel melebihi batas minimum yang ditetapkan. Oleh karena itu, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan. Suatu alat dianggap reliable jika memiliki nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,70$ .

**Tabel 3. Reliability Test**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X1	12	0,918	$\geq 0,70$	Reliabel
X2	13	0,945	$\geq 0,70$	Reliabel
Y	7	0,913	$\geq 0,70$	Reliabel

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel **service quality (X1)** memiliki nilai alfa Cronbach sebesar 0,918,

**facilities (X2)** sebesar 0,945, dan **customer satisfaction (Y)** sebesar 0,913. Semua variabel ini memiliki nilai alfa Cronbach yang lebih besar dari 0,70. Semua variabel ini memiliki alfa Cronbach  $> 0,70$ . Akibatnya, Ada kemungkinan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam studi ini berkualitas tinggi dan ideal untuk pengumpulan data.

**Uji Normalitas**

setelah dilakukan transformasi data, peneliti melakukan *normality test* dengan menggunakan sampel *Kolmogrov-smirnov*. Residual berdistribusi normal jika nilai sig  $> 0.05$ .

**Tabel 4. normality test.**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0794221
	Std. Deviation	1.83711615
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.064
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.098
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.097
	99% Confidence Interval	Lower Bound .069
	Upper Bound	1.05

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : data penulis (2026)

Berdasarkan hasil output diatas, bahwa nilai residual berdistribusi normal, dengan nilai sig adalah 0.98 di atas 0.05.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 5. Output Multicollinearity test**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.173	1.136		-1.034	.304		
	X1	.264	.243	.441	6.080	<.001	.359	2.782
	X2	.287	.040	.515	7.098	<.001	.359	2.782

Sumber : Penulis (2026)

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai VIF sebesar 2,782  $< 10.0$  serta nilai Toleransi Kualitas Pelayanan (X1) serta nilai Fasilitas (X2) sebesar 0,359  $> 0,10$ . Oleh karena itu, data tersebut tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 6. Output Heteroscedasticity Test**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.915	.722		1.267	.209
	X1	-.032	.028	-.195	-1.146	.255
	X2	.039	.026	.256	1.505	.136

Sumber : Data Penulis (2026)

Output sebelumnya tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas dalam model

regresi; setiap variabel independen memiliki nilai signifikansi > 0,05.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 7. Output Multiple Linear Regression**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			
1	(Constant)	-1.173	1.135		-1.034	.304
	X1	.264	.043	.441	6.080	<.001
	X2	.287	.040	.515	7.098	<.001

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresi berikut dihasilkan dari analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,173 + 0,264X_1 + 0,287X_2$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -1,173 menunjukkan bahwa jika variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> dianggap memiliki nilai 0 atau konstan, lalu nilai Y yaitu -1,173.
2. Koef regresi variabel X<sub>1</sub> (Kualitas Pelayanan) yaitu 0,264 menunjukkan bahwa Nilai Y akan meningkat sebesar 0,264 jika variabel lain konstan.
3. Koefi regresi variabel X<sub>2</sub> (*Facilities*) adalah 0,287 mengidentifikasi bahwa nilai Y akan meningkat 0,287 setiap kali variabel X<sub>2</sub> meningkat satu satuan jika variabel lain tidak berubah.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 8. Output Coefficient of Determination**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 <sup>a</sup>	.822	.819	1.84229

a. Predictors: (Constant), X<sub>2</sub>, X<sub>1</sub>

b. Dependent Variable: Y

Hasil pemeriksaan *Coefficient of Determination* mengindikasikan nilai Adjusted R Square 0,819. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> dapat memberikan penjelasan untuk variasi 81,9% yang dialami variabel Y, dan variabel lain di luar model penelitian dapat menjelaskan 18,1% variasi terakhir.

**Uji T**

Melalui hasil t-test, Seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji t, diketahui

bahwa variabel X<sub>1</sub> memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Y. Variabel ini memiliki tingkat signifikansi yang jauh di bawah 0,05, dengan nilai signifikansi 0,000. Disamping itu, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel dependen secara signifikan dipengaruhi secara parsial oleh masing-masing variabel independen; Variabel X<sub>2</sub> berdampak positif pada Y dan memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 sebesar 0,000.

**Uji F**

**Tabel 9. Hasil F test ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1476.943	2	738.471	217.578	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	319.040	94	3.394		
	Total	1795.983	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X<sub>2</sub>, X<sub>1</sub>

Melalui uji F telah disajikan pada tabel ANOVA, nilai F hitung adalah 217,578, dengan nilai sig 0,000, < taraf signifikansi 0,05. Ini mengidentifikasi pada variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> adanya pengaruh yang cukup signifikan pada variabel Y bersamaan. Oleh sebab itu, Model regresi yang digunakan pada studi ini layak untuk menjelaskan bagaimana variabel terikat dan variabel bebas berinteraksi satu sama lain.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Temuan studi ini mengidentifikasi bahwa *service quality* terdapat nilai signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada Bengkel Dinan Motor. Ini menunjukkan bahwa tingkat *customer satisfaction* cukup tinggi jika bengkel memberikan layanan lebih baik, hal demikian mengidentifikasi bahwa layanan yang layak adalah faktor utama yang dapat memengaruhi bagaimana pelanggan melihat layanan yang mereka terima.

Kualitas pelayanan dalam sektor jasa perbengkelan mencakup berbagai aspek seperti kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kemampuan mekanik dalam melakukan perbaikan kendaraan, serta

kejelasan informasi yang diberikan kepada pelanggan terkait kerusakan dan biaya servis (Wijayanti & Hutauruk, 2023). Apabila layanan sesuai dengan harapan pelanggan, mereka cenderung merasa puas dan mampu memberikan pengalaman pelayanan yang positif. Pelayanan yang profesional dan responsif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bengkel serta menciptakan hubungan yang baik antara pelanggan dan penyedia jasa (Amir et al., 2022).

Hasil studi selaras dengan konsep kualitas pelayanan yang menunjukkan bahwa faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen adalah kualitas layanan (Jaelani et al., 2024). Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat jika kualitas layanan mampu memenuhi serta melebihi dari harapan pelanggan. Sebaliknya, jika *service quality* hanya memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa tidak puas (Siregar & Tanjung, 2024).

Dalam konteks Bengkel Dinan Motor, *service quality* yang baik dapat meningkatkan perspektif positif konsumen pada bengkel tersebut. Mekanik dengan memiliki kompetensi teknis yang baik serta mampu memberikan *service* dengan ramah dan komunikatif dapat meningkatkan pengalaman pelayanan lebih baik bagi pelanggan. Dengan demikian, peningkatan *service quality* menjadi salah satu strategi penting bagi bengkel yang dapat memperbaiki *customer satisfaction* yang lebih layak serta mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang (Bimbing et al., 2024).

#### **Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen**

Temuan studi mengidentifikasi bahwa *facilities* memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap *customer satisfaction* Bengkel Dinan Motor, maka hal demikian menandakan bahwa fasilitas disediakan oleh bengkel dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan kenyamanan pelanggan selama menggunakan jasa servis kendaraan. Fasilitas menjadi diantara utama yang

paling penting dalam sektor jasa karena dapat memengaruhi pengalaman pelanggan selama proses pelayanan berlangsung (Jumawan & Prasetyo, 2024). Dalam konteks jasa perbengkelan, fasilitas tidak hanya berkaitan dengan peralatan kerja yang digunakan oleh mekanik, tetapi juga mencakup sarana pendukung bagi pelanggan seperti ruang tunggu, kebersihan lingkungan bengkel, ketersediaan tempat parkir, serta kenyamanan area pelayanan (Halim & Wahyoedi, 2025.).

Fasilitas menjadi aspek penting dalam sektor jasa karena dapat memengaruhi pengalaman *customer* selama proses pelayanan berlangsung (Laia, 2023). Dalam konteks jasa perbengkelan, fasilitas tidak hanya berkaitan dengan peralatan kerja yang digunakan oleh mekanik, tetapi juga mencakup sarana pendukung bagi pelanggan seperti ruang tunggu, kebersihan lingkungan bengkel, ketersediaan tempat parkir, serta kenyamanan area pelayanan (Wijayanti & Hutauruk, 2023).

Konsumen cenderung menilai kualitas layanan secara keseluruhan, termasuk kondisi fasilitas yang tersedia di tempat usaha (Halim & Wahyoedi, 2025). *Facilities* yang bersih, nyaman, serta tertata rapih dapat mempertahankan kesan profesional dan meningkatkan kepuasan pelanggan selama menunggu proses perbaikan kendaraan (Mataji et al., 2024). Sebaliknya, fasilitas yang kurang memadai dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi pelanggan dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan bengkel (Marlina et al., 2023).

Dalam konteks Bengkel Dinan Motor, fasilitas yang memadai seperti tempat tunggu nyaman, lingkungan bengkel bersih, dan juga area parkir cukup dapat meningkatkan pengalaman pelanggan selama menggunakan jasa servis kendaraan. Maka dari itu, penyediaan *facilities* yang baik perlu menjadi perhatian bagi pengelola bengkel sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Hermika Pinem et al., 2025).

### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil studi mengindikasikan pada *service quality* serta *facilities* melalui simultan adanya pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Bengkel Dinan Motor. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat banyak faktor yang memengaruhi *customer satisfaction* aja, tetapi sebagai hasil dari kombinasi antara *service quality* yang diberikan oleh penyedia jasa dan *facilities* yang tersedia untuk pelanggan.

Nilai 81% *customer satisfaction* dengan *service quality* dan *facilities*, menurut nilai Adjusted R Square sebesar 0,819, bertanggung jawab atas *customer satisfaction*, dan faktor lain di luar model studi bertanggung jawab atas 18,1%, seperti harga jasa servis, lokasi bengkel, promosi, maupun pengalaman pribadi konsumen terhadap layanan yang diberikan.

Temuan ini mengindikasikan pada *service quality* dan *facilities* merupakan dua komponen penting yang bekerja sama untuk mencapai *customer satisfaction* (Zikri & Harahap, 2022.) Konsumen cenderung merasa lebih puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang profesional sekaligus didukung oleh fasilitas yang nyaman dan memadai. Pelayanan yang baik tanpa didukung fasilitas yang memadai dapat mengurangi kenyamanan pelanggan, sementara fasilitas yang baik tanpa pelayanan yang berkualitas juga tidak akan memberikan pengalaman layanan yang optimal (Siregar & Tanjung, 2024).

*Service quality* dan *facilities* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Bengkel Dinan Motor. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,819 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi *customer satisfaction* dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan konsumen tidak terbentuk secara parsial, tetapi hasil dari kombinasi pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai Dengan demikian, peningkatan *service quality* yang didukung dari

layaknya fasilitas mengubah strategi penting untuk meningkatkan *customer satisfaction* secara berkelanjutan yang sejalan dengan penelitian (Rezki & Efi, 2025) serta (Utomo & Rianawati, 2021).

### KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa, baik secara parsial maupun langsung, *service quality* dan *facilities* di Bengkel Dinan Motor berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Kualitas layanan dan fasilitas yang baik dapat meningkatkan persepsi dan pengalaman pelanggan. Kedua variabel tersebut dapat bertanggung jawab atas 81,9 persen *customer satisfaction*, menurut nilai Adjusted R Square yaitu 0,819; variabel lain tidak termasuk dalam penelitian mempengaruhi sebagian besar kepuasan konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Albaniya, F., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). *Pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada es teh tali pinggir*.
- Bruhn, M. (2023). *Quality Management for Services: Handbook for Successful Quality Management. Principles – Concepts – Methods*.
- Caniago, A. (2022). Analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal lentera bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Chindy, A., Hastono, H., Program, S., Manajemen, S.-, Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pamulang, U. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap kepuasan konsumen apartemen pada pt. Hr pro indonesia jakarta. *JORAPI: Journal of Research and*

- Publication Innovation*, 3(1), 2025.  
<https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/index>
- Dessy Septia Azzarah, Netti Nurlenawati, & Dexi Triadinda. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9).  
<https://doi.org/10.47467/alkhara.j.v6i9.2485>
- Fandy, T. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Halim, F., & Wahyoedi, S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dengan Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi di Rumah Sakit ASM*.  
<https://doi.org/10.38035/jimt.v6i6>
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, E. M., Hanafiah, H., Arissaputra, Ri., Wijaya, P. N. P., Suyatno, A., Rahayu, T., Syahputra, Warnadi, Khasanah, J. S. N., Yuswono, I., Sakti, D. P. B., Ilham, B. U., & Mansur, D. M. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (M. A. Wardana, Ed.). INTELEKTUAL MANIFES MEDIA.
- Jaelani, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Belanja terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tokma Kondang*.
- Jumawan, & Prasetyo, A. I. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Wuling Arista Bekasi. 1*.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.12800599>
- Juwita, A., Nurlelawati, N., Triadinda, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Buana Perjuangan Karawang, U., & Ronggowaluyo Telukjambe Timur, J. H. (2024). *The effect of perceived value on customer satisfaction with skintific skincare products (case study of skintific skincare users in the karawang twilight beauty shop) pengaruh perceived value terhadap kepuasan konsumen pada produk skincare skintific (studi kasus pada pengguna skincare skintific di toko kecantikan senja karawang)*.
- Kholik, A., Maulida, S., Dadan Suganda, A., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Y. A., Merung, H., & Nufus, N. (2020). *PERILAKU KONSUMEN (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*.  
[www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Kostrzewska, M. (n.d.). *Customer Satisfaction with Online Retail Transactions*. 2023.
- Kotler, P., & Ketler, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.).
- Laia, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ud.Yudita Desa Ndaro Hilisimaetano*.  
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JIM>
- Marlina, N., Suryati, E., & Dewi, S. (n.d.). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Difwan Jaya Motor*.

- Muthi 'annisa, S., Sriwiyati, L., Kristanto, B., Kurniawan, H. D., Tinggi, S., Kesehatan, I., Kosala, P., & Indonesia, ; (n.d.). The Relationship Between Service Quality and Facilities and Patient Satisfaction at Fitri Candra Wonogiri Hospital. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, 4, 29–38. <https://doi.org/10.59525/jess.v4i1.650>
- Rezki, R., & Efi, A. (2025). The The Influence of Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction at Tambika Restaurant. *TRJ Tourism Research Journal*, 9(1), 107. <https://doi.org/10.30647/trj.v9i1.270>
- Siregar, C. S., & Tanjung, Y. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa service mobil pada pt. Wahana trans lestari medan cabang nissan amir hamzah.*
- Syah, A. (2021). *Manajemen pemasaran dan kepuasan pelanggan.*
- Utomo, N. A., & Rianawati, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.*
- Wahyudin, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2022). *Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tahu Jembawati Subang.* JREM.
- Wijayanti, F., & Hutauruk, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 465–471.

<https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.725>