

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang)

Brillyan Jaya Sakti, Mahfudz<sup>1</sup>  
brillyanjs@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH blok E Tembalang, Semarang 50275, Phone: +622476486851

## ABSTRACT

*Customer satisfaction are closely related to products or services which are sold to customer. Besides it, customer satisfaction can used as success measurement of company performance especially on services company because customer used directly that services. Customer satisfaction on services company, especially logistic services can be measured by few things, for an example service that company give to customer, time delivery and facility. This research aims to exam that correlate service quality, on-time delivery and facility to J&T Express customer satisfaction in Semarang.*

*Sample for this research are random person of 100 costumers that had used J&T Express. Sampling Technique use Accidental Sampling, processed by SPSS 23<sup>th</sup> edition that use Multiple linier analysis.*

*Result of this research show that servive quality, on-time delivery and facility has significant and positive. On-time delivery variable has a biggest effect for customer satisfaction.*

*Keywords: Service Quality (servqual) , On-Time Delivery (OTD) , Facility, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Ketatnya dunia bisnis di era globalisasi seperti saat ini membuat para pelaku bisnis terus memutar otak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan beragam. Konsumen sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik dan harga yang rendah. Ini tentu merupakan tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang mereka inginkan. Dampaknya adalah perusahaan harus mulai berpikir keras bagaimana untuk meningkatkan produktifitas dengan efisiensi sebaik mungkin untuk dapat bersaing dipasar dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan konsumen (Majid dan Dwiyanto, 2017).

Tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian di seluruh dunia, namun industri jasa turut juga memegang peranan cukup penting. Sebagai mengembangkan karir, bahkan jasa telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan sumbangan pendapatan nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, penyerahan lebih cepat dan layanan yang baik kepada pelanggan sebagai sektor ekonomi yang memiliki peran strategis bagi kemajuan masyarakat di sebuah negara.

Perusahaan yang memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu, yang dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul daripada pesaingnya. Salah satu industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa logistik atau pengiriman barang.

---

<sup>1</sup> Corresponding author

---

**Tabel 1**  
**Data Keluhan Pelanggan J&T Express Semarang**

Bulan	Jenis Keluhan		
	Hilang	Terlambat	Rusak
Januari	3	21	3
Februari	2	19	3
Maret	3	17	1
April	1	19	3
Mei	3	23	2
Juni	4	47	2
Juli	2	25	1
Agustus	1	19	2
September	3	18	3
Oktober	2	19	2
November	2	17	1
Desember	2	33	3

Sumber: J&T Express Semarang, 2017

Berdasarkan tabel 1.1 mengenai data keluhan pelanggan tahun 2017 menunjukkan bahwa bulan juni merupakan puncak keluhan pelanggan J&T di Kota Semarang, yaitu sebanyak 4 keluhan kehilangan, 47 keluhan keterlambatan dan 2 keluhan barang rusak. Jumlah total keluhan terbanyak kedua berada pada bulan Desember 2017 yaitu sebanyak 2 keluhan kehilangan, 33 keluhan keterlambatan dan 3 keluhan kerusakan barang. Jumlah total keluhan paling sedikit berada pada bulan November 2017 yaitu sebanyak 2 keluhan kehilangan, 17 keluhan keterlambatan dan 1 keluhan kerusakan barang.

Pemberian fasilitas memegang peranan penting dalam perkembangan perusahaan pada 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 ditawarkan oleh J&T Express.

**Tabel 2**  
**Research Gap**

Issue	Peneliti	Hasil
Terdapat perbedaan hasil penelitian antara pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	(Mutaqin, 2006) (Wibowo, 2011) (Budianto, 2014) (Andari, 2017) (Layaalin, 2017) (Oetama & Sari, 2017) (Sinaga, 2017) (Apriyadi, 2017)	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
	(Putranto, 2016)	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
Terdapat perbedaan hasil penelitian antara ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.	(Setiawan, 2014) (Widyadinata & Toly, 2014) (Budianto, 2014) (Aminah, Rafani, & Hariyani, 2017)	Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
	(Umayya, 2017)	Ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Terdapat perbedaan hasil penelitian antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan	(Mutaqin, 2006) (Raharjo, 2009) (Wibowo, 2013) (Budianto, 2014) (Andari, 2017) (Layaalin, 2017) (Oetama & Sari, 2017) (Sinaga, 2017) (Apriyadi, 2017)	Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
	(Umayya, 2017)	Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Sumber: Jurnal dan Penelitian terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu adanya *research gap* mengenai variabel kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pentingnya penelitian ini untuk menganalisis lebih dalam mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan J&T Express Kota Semarang”.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi suatu pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya melampaui harapan pelanggan.

### Kualitas Layanan

Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Lewis & Booms, 1983). Kualitas layanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau pelanggan. Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis layanan nyata yang diterima oleh pelanggan dengan jenis layanan yang diharapkan oleh pelanggan.

### Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak.

### Fasilitas

Fasilitas adalah sarana yang disediakan perusahaan untuk melancarkan fungsi. Pada dasarnya fasilitas ini merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk menggunakan suatu perusahaan jasa pengiriman atau menggunakan perusahaan yang lain. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memperlancar usaha atau pekerjaan untuk mencapai tujuan.

### Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kesan kualitas layanan yang diterima pelanggan mempengaruhi perilaku pelanggan yang datang. Kepuasan pelanggan merupakan titik tolak bagi pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian produk layanan. Sedangkan (Mutaqin, 2006) menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang akan diterima pelanggan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

### H<sub>1</sub>: Kualitas Layanan Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan

**Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan**

Ketepatan waktu pengiriman merupakan evaluasi bagi pelanggan untuk menilai kinerja J&T Express sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya disiplin waktu yang diberikan J&T Express sesuai dengan janji yang diberikan merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pada kemudian hari pelanggan tersebut mau menggunakan J&T Express kembali.

**H<sub>2</sub>: Ketepatan Waktu Pengiriman Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan**

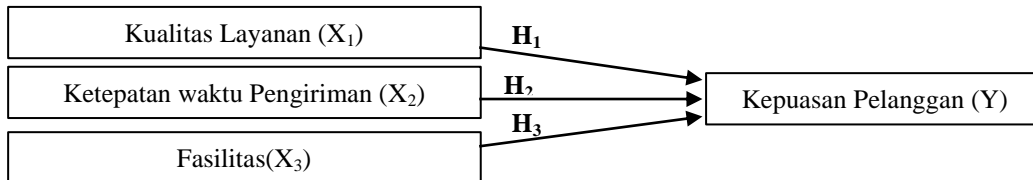
**Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan**

Fasilitas merupakan variabel yang tidak kalah penting jika dibandingkan dengan kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman. Masyarakat pada era sekarang lebih memilih yang dia dapat sesuai dengan yang dia bayarkan dibandingkan hanya mencari harga yang lebih murah.

**H<sub>3</sub>: Fasilitas Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Dalam penelitian ini dilakukan pengukuran pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) sebagai variabel dependen.

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2018

**METODE PENELITIAN**

**Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh orang yang pernah menggunakan jasa J&T Express di Kota Semarang. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 100 orang. Pada penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yang berbentuk angka atau bilangan. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data Primer dan data sekunder.

**Tabel 3**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Nama Variabel	Notasi	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Layanan	$X_1$	Kualitas Layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2012)	a. Empati b. Keandalan c. Daya Tanggap d. Jaminan (Putranto, 2016)
2.	Ketepatan Waktu Pengiriman	$X_2$	Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan (Aminah et al., 2017)	a. Jaminan / Garansi b. Kesesuaian Harga c. Tanggung Jawab (Aminah et al., 2017)
3.	Fasilitas	$X_3$	Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Andari, 2017)	a. Sistem b. Hubungan dengan pelanggan c. Kemudahan (Andari, 2017)
4.	Kepuasan Konsumen	Y	Kepuasan konsumen . adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya(Kotler, 2010)	a. kesesuaian harapan dan kenyataan b. minat berkunjung kembali c. kesediaan merekomendasikan (Sinaga, 2017)

Sumber: Penelitian terdahulu

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel tersebut dapat dipercaya atau *Reliable*.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
1.	Kualitas Layanan	0,680	0,60	Reliabel
2.	Ketepatan Waktu Pengiriman	0,638		Reliabel
3.	Fasilitas	0,602		Reliabel
4.	Kepuasan Pelanggan	0,611		Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel semua lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dan kuisioner Kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, fasilitas dan kepuasan pelanggan semua reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

### Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2009).

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validitas KMO dan *Barlett's Test of Sphericirty***

No	Variabel	Indikator		KMO	<i>Barlett's Test of Sphericirty</i>	Keterangan
1	Kualitas Layanan	KL1	0,616	0,698	0,000	Valid
		KL2	0,737			
		KL3	0,739			
		KL4	0,766			
2	Ketepatan Waktu Pengiriman	KWP1	0,720	0,574	0,000	Valid
		KWP2	0,908			
		KWP3	0,632			
3	Fasilitas	F1	0,755	0,638	0,000	Valid
		F2	0,772			
		F3	0,719			
4	Kepuasan Pelanggan	KP1	0,734	0,643	0,000	Valid
		KP2	0,769			
		KP3	0,753			

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

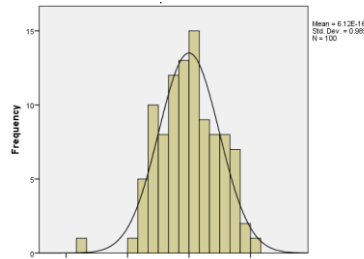
Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil keseluruhan nilai KMO melebihi dari 0,5. Sementara itu nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa instrumen faktor telah memenuhi syarat validitas.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal.

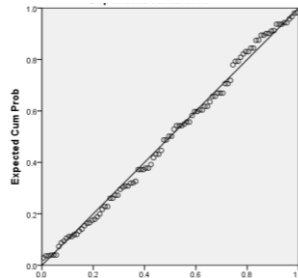
**Gambar 2**  
**Uji Normalitas Histogram**



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan gambar di atas dapat terlihat bahwa data terdistribusi secara normal, dimana grafik bentuk simetris dan tidak condong ke kiri maupun kanan.

**Gambar 3**  
**Uji Normalitas P-P Plot**



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan grafik di atas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa semua data terdistribusi secara normal.

### Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel di dalam model penelitian memiliki hubungan yang linier. Untuk mengetahui ada tidaknya linieritas dapat dilakukan dengan membaca nilai sig. *Linearity* pada tabel ANOVA (*Analysis of Variance*), dimana signifikansi harus lebih kecil dari 0,05.

**Tabel 6**  
**Uji Linieritas**

Hubungan	F hitung	Sig.	Keterangan
X <sub>1</sub> terhadap Y	26,192	,000	Linier
X <sub>2</sub> terhadap Y	64,143	,000	Linier
X <sub>3</sub> terhadap Y	33,917	,000	Linier

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil pengujian menunjukkan hubungan antar variabel memiliki merupakan hubungan linier. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi dibawah 0,05.

### Uji Model dan Hipotesis

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Model dan Hipotesis**

	Model		
	Koefisien standar (Beta)	t	Sig.
Kualitas layanan	0,276	5,062	0,000
Ketepatan Waktu Pengiriman	0,500	9,379	0,000
Faillitas	0,272	5,164	0,000
F	231,060		
Sig. F	0,000		
R <sup>2</sup>	0,878		

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara simultan dan menguji hipotesis tentang pengaruh antar variabel secara parsial. Berdasarkan tabel 7 tersebut maka diperoleh persamaan regresi linier yang menjelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

$$Y = 0,276 X_1 + 0,500 X_2 + 0,272 X_3$$

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (variabel bebas) menjelaskan variabel dependen (variabel terikat). Dalam analisis regresi, koefisien determinasi ditunjukkan dengan *Adjusted R Square*. Pada tabel 7 ditunjukkan nilai sebagai berikut:

$$R^2 = 0,878$$

**Uji F (Uji Signifikansi Simultan)**

Uji F pada suatu model penelitian bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan ke dalam model secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang simultan terhadap variabel dependen (terikat).

$$F = 231,060 \quad \text{sig. } F 0,000$$

**Uji t**

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara parsial mampu menerangkan variabel dependennya. Suatu variabel independen dikatakan berpengaruh positif apabila t hitung > t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05).

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,143	0,024		2,178	0,009
KL	0,210	0,041	0,276	5,062	0,000
KWP	0,520	0,055	0,500	9,379	0,000
F	0,246	0,048	0,272	5,164	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa t hitung variabel kualitas layanan sebesar 5,062 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00, variabel ketepatan waktu pengiriman sebesar 9,379 dengan nilai signifikansi 0,00 dan variabel fasilitas sebesar 5,164 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana variabel kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas memiliki nilai t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu diatas 1,984 dengan tingkat signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sehingga **H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub> dan H<sub>3</sub>** diterima.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian langsung antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,276 dan hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 5,062 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian H<sub>1</sub> diterima.

**Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian langsung antara ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan dengan koefisien

regresi sebesar sebesar 0,500 dan hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 9,379 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian  $H_2$  diterima.

### **Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian langsung antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,272 dan hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 5,164 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian  $H_3$  diterima.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hipotesis 2 ( $H_2$ ) diterima, ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hipotesis 3 ( $H_3$ ) diterima, fasilitas berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sehingga kesimpulannya apabila semakin tinggi tingkat kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan J&T Express di kota Semarang.

### **REFERENSI**

- Aminah, rafani, y., & hariyani. (2017). Analisis pengaruh faktor ketepatan waktu pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, *17*(september), 49–61.
- Andari, c. L. S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung studi pengunjung the sila's agrotourism.
- Apriyadi, d. (2017). Analisis pengaruh ketepatan waktu , fasilitas kereta api di stasiun purwosari, (99), 71–83.
- Budianto, a. (2014). Pengaruh ketepatan waktu, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat pengguna kereta api masal cepat.
- Ferdinand, a. (2006). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertai ilmu manajemen*. Semarang: universitas diponegoro.
- Ghozali, i. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. (arif, ed.). Semarang: badan penerbit undip.
- Kotler, p. (2010). *Manajemen pemasaran* (edisi tiga). Jakarta: erlangga.
- Layaalin, y. N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pelanggan top 40 family karaoke yogyakarta).
- Lewis, r. C., & booms, b. H. (1983). The marketing aspects of service quality. *American marketing*, 99–107.
- Mutaqin, a. (2006). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal ilmu & riset manajemen*, 3(12).
- Oetama, s., & sari, d. H. (2017). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pt. Bank mandiri (persero) tbk, 59–65.
- Putranto, t. A. W. A. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada konsumen pt. Kereta api indonesia daerah operasional vi yogyakarta. *Ilmu dan riset manajemen*, 1–79.
- Raharjo, a. S. (2009). Pengaruh fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet di kecamatan gajahmungkur semarang.
- Sekaran, u., & bougie, r. (2013). *Research methods for business: a skill-building approach 6th edition*. United kingdom: jhon wiley & sons ltd.
- Setiawan, m. A. (2014). Kata kunci :analisis pengaruh ketepatan waktu, harga dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan percetakan cv. Aladin.
- Sinaga, r. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel harmoni batam.



- Umayya, i. S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi eka adhayani aksara.
- Wibowo. (2013). *Manajemen kinerja*. Jakarta: rajawali pers.
- Wibowo, f. S. A. (2011). Analisis hubungan faktor layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien rawat jalan di puskesmas pajang surakarta.
- Widyadinata, y., & toly, a. A. (2014). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, ketepatan waktu, dan kerahasiaan terhadap kepuasan wajib pajak pengguna e-filing. *Tax & accounting review*, 4(1), 1–13.