

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pasar Jaya Tanah Abang Blok B

Muhammad Alvin Assadiki¹, Keisha Dinya Solihati²

Politeknik STIA LAN Jakarta^{1,2}

muhammadalvinassadiki@stialan.ac.id¹, keisha.dinya@gmail.com²

Abstract

Pasar Jaya Tanah Abang Block B is one of the main trading centers in Jakarta that has a strategic role in meeting the needs of the community, especially the lower middle class. However, in its development, this market faces various problems, especially related to poor facility conditions, such as poorly maintained infrastructure, suboptimal cleanliness, and inadequate comfort. In addition, the quality of service provided is also considered low by customers, as seen from the lack of responsiveness, friendliness, and speed of officers in serving visitors' needs. This problem has an impact on decreasing customer satisfaction levels, which can threaten market loyalty and sustainability amidst increasingly tight business competition. This study aims to analyze the effect of service quality and facilities on customer satisfaction at Pasar Jaya Tanah Abang Block B. The method used is a quantitative approach with sampling using the Slovin formula, and data analysis through classical assumption tests, multiple regressions, and hypothesis tests. The results of the study indicate that both service quality and facilities partially and simultaneously have a significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the t-count and F-count values which are greater than the t-table and F-table and low significance values. In conclusion, improving the quality of service and improving facilities is very necessary to increase customer satisfaction and maintain the sustainability of Pasar Jaya Tanah Abang Block B.

Keywords: service quality, facilities, customer satisfaction, Pasar Jaya Tanah Abang Blok B

Abstrak

Pasar Jaya Tanah Abang Blok B merupakan salah satu pusat perdagangan utama di Jakarta yang memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya kelompok menengah ke bawah. Namun, dalam perkembangannya, pasar ini menghadapi berbagai permasalahan, terutama terkait kondisi fasilitas yang kurang baik, seperti sarana prasarana yang kurang terawat, kebersihan yang tidak optimal, dan kenyamanan yang belum memadai. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan juga dinilai masih rendah oleh pelanggan, terlihat dari kurangnya responsivitas, keramahan, serta kecepatan petugas dalam melayani kebutuhan pengunjung. Permasalahan ini berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan, sehingga dapat mengancam loyalitas dan keberlanjutan pasar di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Jaya Tanah Abang Blok B. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, serta analisis data melalui uji asumsi klasik, regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun fasilitas secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai t-hitung dan F-hitung yang lebih besar dari t-tabel dan F-tabel serta nilai signifikansi yang rendah. Kesimpulannya, peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan fasilitas sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga keberlanjutan Pasar Jaya Tanah Abang Blok B.

Kata Kunci kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan, Pasar Jaya Tanah Abang Blok B

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang tumbuh secara alami dalam masyarakat, di mana para pedagang menjalankan usaha mereka di lokasi terbuka yang bersebelahan dan berdekatan dengan pemukiman warga. Pasar ini berfungsi lebih dari sekadar tempat transaksi jual beli; mereka juga menjadi pusat interaksi sosial sekaligus penggerak ekonomi bagi masyarakat kelas menengah ke bawah (Rahmi dkk. 2024) .Dalam pasar tradisional, harga ditentukan melalui proses tawar-menawar yang melibatkan penjual dan pembeli, memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

1. Latar Belakang

Pasar Tanah Abang, sebagai pasar tradisional terbesar di Asia Tenggara dan pusat grosir tekstil ternama, memiliki sejarah panjang yang tidak terlepas dari perkembangan sosial, ekonomi, dan kebijakan pemerintah sejak masa kolonial hingga modern. Perubahan signifikan dilakukan dengan pembangunan blok-blok pasar bertingkat dan penataan ulang pedagang kaki lima guna menciptakan pasar yang lebih tertata dan modern (Yani 2019) . Perumda Pasar Jaya selaku pengelola pasar juga berperan vital dalam menyediakan layanan publik, pembinaan pedagang, serta menjaga stabilitas harga dan distribusi barang (Supriyatno 2014).

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Pasar Jaya Tanah Abang Blok B mengalami penurunan signifikan dalam jumlah kios dan pelanggan, yang dipicu oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang kurang memadai serta meningkatnya persaingan dari platform belanja daring. Kondisi fisik pasar yang kurang terawat, seperti fasilitas umum dan eskalator yang rusak, serta rendahnya kepuasan pelanggan, menjadi permasalahan empiris yang nyata di lapangan (Medcom, 2024).

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sudah banyak dilakukan dalam berbagai konteks usaha grosir dan pasar tradisional (Ramadhani dan Prijati 2024). Namun, belum banyak yang mengkaji secara khusus kondisi Pasar Jaya Tanah Abang Blok B di tengah dinamika modernisasi dan persaingan digital.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Jaya Tanah Abang Blok B, sebagai dasar bagi pengembangan strategi peningkatan pelayanan pasar dan pengalaman pelanggan agar pasar tetap relevan dan kompetitif di era modern.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, dapat ditemukan beberapa masalah diantaranya :

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
- b. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan?

3. Tujuan Penelitian

Berkenaan dengan rumusan masalah di atas, berikut tujuan yang dimiliki dari pelaksanaan penelitian :

- a. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan, maka hasilnya akan memberikan beberapa manfaat yang akan berdampak dalam bidang teoritis/akademis serta praktis. Berikut manfaat penelitian:

A. Manfaat Teoritis atau Akademik

Penelitian ini diupayakan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan teori yang berhubungan dengan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Ini akan mendukung dan memperkaya literatur yang ada. Penelitian ini diupayakan dapat memperluas wawasan atau menjadi referensi bagi pembaca untuk kajian selanjutnya, serta memberikan manfaat dalam bidang pemasaran dengan membantu pemahaman dampak antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

B. Manfaat Praktis

Studi ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman konsumen mengenai berbagai aspek kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Jaya Tanah Abang Blok B.

KAJIAN LITERATUR

Dalam studi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi topik utama dalam studi ini, khususnya di sektor jasa publik dan perdagangan. Namun, dinamika dan urgensi pembahasan ini semakin relevan di tengah transformasi pasar tradisional akibat disruptif digital, perubahan perilaku konsumen, dan tuntutan standarisasi pelayanan yang lebih tinggi.

Kualitas pelayanan merupakan keadaan yang selalu berubah dan sangat berkaitan dengan produk, layanan, tenaga kerja, serta prosedur dan lingkungan yang minimal dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan kualitas layanan. Sedangkan Tjiptono dalam (Apriliana dan Sukaris 2022) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memenuhi apa yang pelanggan butuhkan dan inginkan, berikut cara penyampaian yang pas sehingga bisa mewujudkan ekspektasi serta kepuasan mereka, dengan istilah lain, *service quality* itu adalah pemenuhan terhadap kebutuhan serta keinginan para pelanggan, termasuk bagaimana cara menyampikannya secara akurat agar sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Kotler dan Armstrong dalam (Apriliana dan Sukaris 2022) mengartikan kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keunggulan dan ciri khas dari barang atau jasa yang mendukung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Arifin, Anisa, dan Utomo 2023) fasilitas merupakan seluruh fasilitas fisik yang tersedia oleh penyedia jasa untuk meningkatkan kemudahan pelanggan. Sedangkan menurut Wibisono & Achsa dalam (Arifin dkk. 2023) fasilitas merupakan seluruh produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan yang dirancang dengan sedemikian rupa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketersediaan sarana dan prasarana memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan suatu bisnis di waktu yang akan datang. Karenanya, bisnis yang beroperasi di sektor jasa harus memberikan sarana yang terbaik bagi konsumennya. Sasaran dari penyediaan sarana ini adalah untuk mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan yang diharapkan. dapat mendorong mereka untuk kembali memanfaatkan jasa yang tersedia. Oleh karena itu perusahaan akan dapat menciptakan kesan yang baik di mata pelanggan, sehingga mereka lebih cenderung untuk berhubungan dengan perusahaan setiap kali mereka memerlukan layanan yang tersedia.

Saat emosi yang terkait dengan ekspektasi konsumen tidak sejalan dengan perasaan yang muncul setelah menggunakan produk atau layanan yang sebenarnya. Kepuasan pelanggan muncul dari kondisi mental mereka menjelaskan bahwa tanggapan emosional pelanggan terhadap pengalaman yang melibatkan produk serta jasa yang mereka beli diartikan sebagai kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai perasaan senang atau kecewa yang ada setelah membedakan pandangan individu pada kinerja produk dengan harapan yang dimilikinya. (Amanda dan Indra 2024).

Penelitian ini berargumen bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan merupakan tiga variabel yang saling berkaitan dan memiliki pengaruh timbal-balik dalam konteks pasar tradisional modern. Seperti halnya studi-studi sebelumnya yang menemukan hubungan signifikan antara variabel-variabel tersebut, terdapat pula temuan yang menyatakan bahwa efek masing-masing variabel tidak selalu konsisten secara individu, tetapi dapat menunjukkan dampak yang kuat ketika diuji secara bersamaan. Inkonistensi ini menandakan perlunya kajian lebih lanjut tentang cara kualitas pelayanan dan fasilitas berinteraksi dalam membentuk kepuasan pelanggan secara simultan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif dengan cara mengumpulkan data yang bertujuan dengan maksud dan fungsi tertentu. Metode kuantitatif, dikenal sebagai metode tradisional, telah menjadi pilihan yang mapan dalam penelitian karena penggunaannya yang telah lama. Dinamakan positivistik karena mendasarkan diri pada filsafat positivisme, metode ini dianggap ilmiah karena mematuhi kaidah-kaidah ilmiah seperti konkret, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Juga dikenal sebagai metode *discovery*, metode ini memungkinkan penemuan dan pengembangan ilmu pengetahuan baru. Terdapat pula sebutan metode kuantitatif karena menggunakan data berupa angka dan melakukan analisis statistik.

Populasi yang diteliti dalam studi ini adalah para pelanggan pasar jaya tanah abang. Total populasi yang digunakan adalah sebesar 827 pelanggan yang menjadi sasaran penelitian. Pemilihan sampel menggunakan teknik probability sampling, yaitu memilih sampel secara acak di mana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Metode ini diterapkan tanpa mempertimbangkan tingkatan atau lapisan yang ada di dalam populasi. Penjelasan ini sejalan dengan prinsip fundamental dari teknik pengambilan sampel acak sederhana, untuk menghitung jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% menghasilkan jumlah sebanyak 89 responden.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner tertutup secara online melalui Google Form. Kuesioner ini dibuat berdasarkan indikator dari setiap variabel yang diteliti dan diukur dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari 4 poin. Skala ini mencakup opsi jawaban sebagai berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, dan 4 = Sangat Setuju. Penggunaan skala empat poin dipilih untuk mencegah adanya jawaban yang netral dari para responden, agar peneliti dapat mendapatkan data yang lebih jelas dan fokus.

Tipe data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui kuesioner yang telah disebarluaskan. Sementara itu, data sekunder didapatkan dari berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti publikasi resmi Badan Pusat Statistik, jurnal ilmiah sebelumnya, artikel, serta dokumentasi dan informasi dari komunitas Endru Management. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk memperkuat analisis serta memberikan konteks pada hasil penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari pernyataan-pernyataan yang disusun berdasarkan indikator teori dari variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan. Kuesioner terdiri dari tiga komponen utama, yaitu informasi demografi responden, pelanggan pasar jaya, serta pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Agar dapat memastikan keandalan instrumen, dilakukan pengujian validitas dengan metode Pearson Product Moment dan pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dianggap valid dan dapat diandalkan apabila memenuhi standar nilai korelasi dan alpha yang telah ditetapkan.

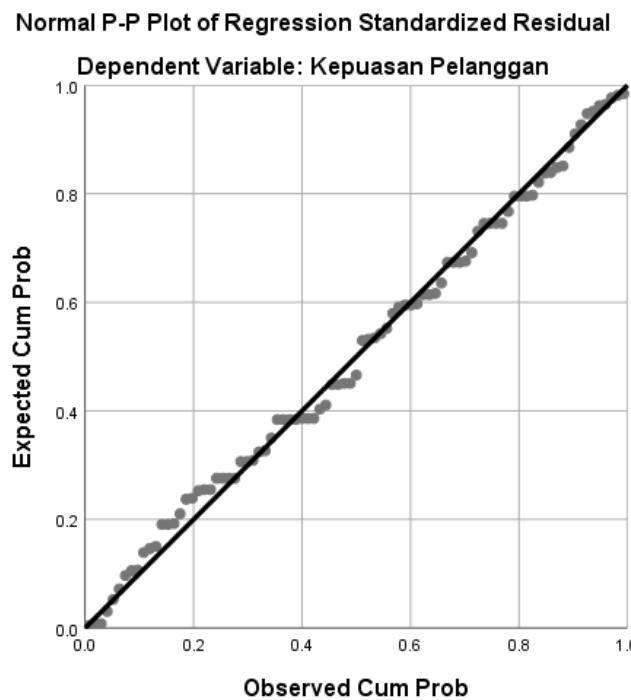
Metode analisis data dilaksanakan dengan memanfaatkan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25. Sebelum analisis regresi dilakukan, data harus diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan layak. Selanjutnya, dilakukan pengujian asumsi klasik yang mencakup uji normalitas dengan menggunakan grafik P-P Plot, uji multikolinearitas melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), serta uji heteroskedastisitas dengan memanfaatkan grafik scatterplot. Setelah data dinyatakan memenuhi syarat asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dilaksanakan dengan menggunakan uji t untuk menganalisis dampak masing-masing variabel secara terpisah, uji F untuk mengevaluasi dampak secara bersamaan, dan koefisien determinasi (R^2) untuk menentukan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis dari data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 89 responden pelanggan Pasar Jaya Tanah Abang Blok B. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengkaji kualitas pelayanan, fasilitas, dan Kepuasan pelanggan. Semua data telah menjalani prosedur pengujian validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi syarat. Hasil yang didapatkan selanjutnya akan dianalisis secara mendetail untuk menjelaskan pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah disusun dalam studi ini.

1. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

A. UJI NORMALITAS



Gambar 1. 1 Uji Normalitas

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data sisa dari model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini dilaksanakan dengan memanfaatkan grafik Normal P-P Plot yang terdapat pada perangkat lunak SPSS. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, titik-titik pada grafik tampak tersebar mendekati garis diagonal, yang menunjukkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam regresi linier berganda sudah dipenuhi, sehingga data dapat dianalisis lebih lanjut dengan teknik statistik parametrik. Hasil tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | |
|--|-------------------------|
| | Unstandardized Residual |
| N | 89 |
| Normal Parameters ^{a,b} | |
| Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 1.03441359 |
| Most Extreme Differences | |
| Absolute | .055 |
| Positive | .044 |
| Negative | -.055 |
| Test Statistic | .055 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .200 ^{c,d} |
| a. Test distribution is Normal. | |
| b. Calculated from data. | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | |
| d. This is a lower bound of the true significance. | |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Setelah dilakukan pengujian normalitas, mendapatkan nilai asymp.sig (2-tailed) pada residual dengan nilai 0,200. Dari angka ini, bisa disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal sehingga layak untuk diuji lebih lanjut.

B. UJI MULTIKOLENIARITAS

Tabel 2. Hasil Uji Multikoleniaritas

| Coefficients ^a | | | |
|---|--------------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Kualitas Pelayanan | .339 | 2.951 |
| | Fasilitas | .339 | 2.951 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Data pada tabel 2 tersebut mengungkapkan bahwa angka toleransi statistik kolinieritas pada variabel kualitas layanan dan fasilitas adalah 0,339 (lebih besar dari 0,100). Selain itu, angka VIF statistik kolinieritas untuk variabel yang sama adalah 2,951 (kurang dari 10,00). Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinieritas yang terjadi setiap variabel kualitas layanan serta variabel fasilitas.

C. UJI SPEARMAN RHO

Tabel 3. Hasil Uji Spearman Rho

| Correlations | | | | | |
|----------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|-----------|-------------------------|
| | | | Kualitas Pelayanan | Fasilitas | Unstandardized Residual |
| Spearman's rho | Kualitas Pelayanan | Correlation Coefficient | 1.000 | .546** | .026 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 | .810 |
| | | N | 89 | 89 | 89 |
| | Fasilitas | Correlation Coefficient | .546** | 1.000 | -.026 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . | .806 |
| | | N | 89 | 89 | 89 |
| | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | .026 | -.026 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .810 | .806 | . |
| | | N | 89 | 89 | 89 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Hasil dari uji spearman rho, menunjukan sebagai berikut:

- Nilai sig (2-tailed) X1 : 0.810 (>0.1)
- Nilai sig (2-tailed) x2 : 0.806 (>0.1)

Hasil tersebut mengindikasikan tidak adanya masalah heteroskedastisitas, sebab nilai signifikansi yang diperoleh ternyata lebih tinggi dari 0,1 (alpha 90% atau 0,1). Dengan demikian, model regresi ini dapat untuk dipakai.

2. UJI HIPOTESIS

A. HASIL UJI T

Tabel 4 Hasil Uji T

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | 90,0% Confidence Interval for B | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|---------------------------------|-------------|
| | | B | Std. Error | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 2.784 | 1.135 | | 2.452 | .016 | .896 | 4.672 |
| | Kualitas Pelayanan | .220 | .055 | .364 | 4.017 | .000 | .129 | .311 |
| | Fasilitas | .387 | .064 | .550 | 6.061 | .000 | .281 | .493 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan hasil uji parsial, didapati bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan mencapai 4,017. Sementara itu, nilai t tabel berada di angka 1,662 ($4,017 > 1,662$). Terlebih lagi, tingkat signifikansi variabel kualitas pelayanan tercatat sebesar 0,00, yang mana lebih kecil dari 0,1 (alpha). Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, H01 ditolak dan Ha1 diterima.

Terbukti dari hasil uji parsial, didapatkan nilai t hitung untuk variabel fasilitas adalah 6.061, sementara nilai t tabelnya 1.662 ($6.061 > 1.662$). Selain itu, diketahui pula nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan adalah 0,00 yang lebih kecil dari 0,1 (alpha). Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. H02 ditolak dan Ha2 diterima

B. HASIL UJI F

Tabel 5 Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 298.783 | 2 | 149.391 | 136.444 | .000 ^b |
| | Residual | 94.161 | 86 | 1.095 | | |
| | Total | 392.944 | 88 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian simultan menghasilkan f-hitung sebesar 136,44 dengan f tabel sebesar 2,36 ($136,44 > 2,36$). Diketahui juga bahwa nilai sig variabel kualitas pelayanan sebesar $0,00 > 0,1$ (alpha) Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. H_03 ditolak dan H_a3 diterima.

C. HASIL KOEFISIEN DETERMINASI

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .811 ^a | .658 | .654 | 1.24286 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan | | | | |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Terbukti analisis yang dilakukan, diperoleh nilai R sebesar 0,811. Ini menandakan adanya korelasi yang sangat kuat antara kualitas pelayanan (X1) secara parsial dengan kepuasan pelanggan (Y). Besarnya pengaruh tersebut adalah 0,658 atau 65,8%. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 65,8%. Sisa persentase lainnya terpengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. *Nilai adjusted R-Square* memiliki nilai 0,654 yang menunjukkan bahwa 65% dalam variabel kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .846 ^a | .715 | .712 | 1.13373 |
| a. Predictors: (Constant), Fasilitas | | | | |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Terbukti dari tabel diatas, diperoleh nilai R untuk Fasilitas (X2) sebesar 0,846. Ini menandakan bahwa ada kaitan yang kuat secara parsial antara fasilitas dan Kepuasan Konsumen (Y) secara terpisah. Nilai R *square* menunjukkan angka 0,715 atau 71,5%, yang artinya fasilitas mempunyai pengaruh sebesar 71,5% terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sementara itu, sisanya dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Nilai *adjusted R-Square* tercatat sebesar 0,712, yang mengindikasikan bahwa variabel fasilitas menyumbang 71% dapat dijelaskan melalui variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .872 ^a | .760 | .755 | 1.04637 |
| a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan | | | | |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Dari data pada tabel, didapatkan nilai R sebesar 0,872. Ini memperlihatkan hubungan yang sangat kuat antar variabel. Angka R Kuadrat yang dihasilkan adalah 0,760 atau 76%. Artinya, tingkat kepuasan pelanggan sebesar 76% dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan secara bersamaan. Sisanya, ada faktor lain di luar cakupan penelitian ini yang juga ikut berperan. Sementara itu, nilai *Adjusted R-Square* tercatat sebesar 0,755. Hal ini menunjukkan bahwa 76% dari variabel kualitas pelayanan dan fasilitas dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan.

D. REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients | | | | | | |
|---|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.784 | 1.135 | | 2.452 | .016 |
| | Kualitas Pelayanan | .220 | .055 | .364 | 4.017 | .000 |
| | Fasilitas | .387 | .064 | .550 | 6.061 | .000 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | | | |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Berikut adalah interpretasi dari persamaan regresi tersebut yang memperlihatkan masing-masing variabel independen berkaitan dengan variabel dependen secara terpisah. Nilai konstanta a menghasilkan nilai sebesar 2,784. Ini berarti bahwa jika tidak ada perubahan pada variabel independen (dengan nilai X1 dan X2 sama dengan 0, maka nilai dari variabel dependen (nilai Y) adalah 2,784. Koefisien regresi untuk variabel bebas yang berhubungan dengan kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai sebesar 0,220 yang bersifat positif. Hal ini berarti jika terdapat peningkatan 1 nilai dalam kualitas pelayanan yang diberikan, maka kualitas layanan akan bertambah sebesar 0,220. Nilai dari variabel fasilitas (X2) menunjukkan nilai sebesar 0,387 yang bersifat positif, artinya jika fasilitas meningkat sebesar 1 nilai, maka keputusan untuk menggunakan fasilitas akan naik sebesar 0,387.

E. UJI KORELASI PEARSON

Tabel 10 Hasil Uji Korelasi Pearson

| | | Correlations | | |
|--------------------|---------------------|--------------------|-----------|--------------------|
| | | Kualitas Pelayanan | Fasilitas | Kepuasan Pelanggan |
| Kualitas Pelayanan | Pearson Correlation | 1 | .813 ** | .811 ** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 |
| | N | 89 | 89 | 89 |
| Fasilitas | Pearson Correlation | .813 ** | 1 | .846 ** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 |
| | N | 89 | 89 | 89 |
| Kepuasan Pelanggan | Pearson Correlation | .811 ** | .846 ** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | |
| | N | 89 | 89 | 89 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan hasil analisis hubungan pearson antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan hasil menarik. Berdasarkan data tabel, didapatkan angka korelasi sebesar 0,811 kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan hubungan yang kuat serta positif serta variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Terbukti korelasi Pearson antara fasilitas dan tingkat kepuasan pelanggan. Terbukti pada tabel, angkanya menunjukkan 0,846. Hal ini mengindikasikan hasilnya terdapat kaitan yang kuat serta positif antara fasilitas dan kepuasan pelanggan.

3. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- Ha1 mengenai kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima sedangkan Ho1 ditolak
- Ha2 mengenai fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima sedangkan Ho2 ditolak.
- Ha3 mengenai kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima sedangkan Ho3 ditolak.

Berdasarkan hasil uji parsial, didapati bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan mencapai 4,017. Sementara itu, nilai t tabel berada di angka 1,662 ($4,017 > 1,662$). Terlebih lagi, tingkat signifikansi variabel kualitas pelayanan tercatat sebesar 0,00, yang mana lebih kecil dari 0,1 (alpha). Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, H01 ditolak dan Ha1 diterima.

Terbukti dari hasil uji parsial, didapatkan nilai t hitung untuk variabel fasilitas adalah 6,061, sementara nilai t tabelnya 1,662 ($6,061 > 1,662$). Selain itu, diketahui pula nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan adalah 0,00 yang lebih kecil dari 0,1 (alpha). Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. H02 ditolak dan Ha2 diterima

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai Pengaruh Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan mendapatkan hasil sebagai berikut :

- a. Terbukti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki kaitan yang erat dan positif. Lebih jauh lagi, kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan tingkat kepuasan pelanggan. Fakta ini didukung oleh pengujian T pada kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,017, lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,662 ($4,017 > 1,662$). Dengan demikian, H01 ditolak dan Ha1 diterima. Ini menandakan kualitas pelayanan punya korelasi positif dan efek yang cukup besar pada kepuasan pelanggan Perumda Pasar Jaya Tanah Abang Blok B.
- b. Terbukti bahwa fasilitas punya kaitan yang baik dengan apa yang peneliti ukur, yaitu kepuasan pelanggan. Lebih dari itu, Fasilitas juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Ini kelihatan dari hasil uji T untuk fasilitas (X2) ke kepuasan pelanggan (Y), di mana angka t tabel 1,662 lebih kecil dari t hitung yaitu 6,061 ($6,061 > 1,662$). Jadi, H02 tidak diterima, dan Ha2 diterima. Ini nunjukin kalau fasilitas punya hubungan positif dan dampak yang besar untuk kepuasan pelanggan di Perumda Pasar Jaya Tanah Abang Blok B.
- c. Terbukti, kualitas pelayanan dan fasilitas punya dampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan. Lebih dari itu, keduanya, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas, bersama-sama punya pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan. Terbukti, hasil uji F untuk kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) angka F hitung sebesar 136,44, yang lebih tinggi dari angka F tabel yaitu 2,36 ($136,44 > 2,36$). Dengan kata lain, H03 tidak berlaku dan Ha3 diterima. Artinya, kualitas pelayanan dan fasilitas punya kaitan positif dan bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan di Perumda Pasar Jaya Tanah Abang Blok B secara signifikan.

Setelah melakukan penelitian, terdapat saran yang dapat diberikan untuk beberapa pihak terkait. Berikut aksi yang dapat dilakukan:

- a. Perusahaan harus melakukan renovasi pada area yang paling banyak dikeluhkan pelanggan, seperti toilet umum, area parkir, dan saluran air. Prioritaskan perbaikan fasilitas yang langsung mempengaruhi kenyamanan, misalnya dengan menambah jumlah tempat duduk di area tunggu dan memperbaiki pencahayaan di koridor pasar.
- b. Bentuk tim kebersihan dengan jadwal piket yang jelas, terutama pada jam-jam sibuk. Terapkan sistem monitoring harian menggunakan checklist yang wajib diisi dan diawasi supervisor, serta berikan insentif bagi tim kebersihan yang mencapai target kebersihan mingguan.

- c. Perusahaan selenggarakan pelatihan layanan pelanggan secara rutin, menggunakan simulasi kasus nyata yang sering terjadi di pasar. Fokuskan pada peningkatan responsivitas, keramahan, dan kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan secara cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Putri, dan Natal Indra. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea." *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 2(3):217–26.
- Apriliana, Apriliana, dan Sukaris Sukaris. 2022. "Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara." *Jurnal Maneksi* 11(2):498–504. doi:10.31959/jm.v11i2.1246.
- Arifin, Syamsul, Nur Aini Anisa, dan Priyo Utomo. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Ahass Daya Motor Surabaya." 05(03):9629–36.
- Fahluzi, A. M. ., & Solihati, K. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Raa Cha Suki & BBQ Mall Plaza Atrium. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 6(2), 79–90. Retrieved from <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/846>
- Rahmi, Cinta, Fadli Maulana, Tegar Pijar Matahari, Emelly Aldina Syahrani, Khairul Anwar, dan Sri Rahayu Yuningsih. 2024. "PT. Media Akademik Publisher PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PENJUALAN DI PASAR TANAH ABANG YANG SEMAKIN SEPI." *Jma* 2(6):3031–5220.
- Ramadhani, Ristya Nur, dan Prijati. 2024. "Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko grosir makmur jombang."
- Solihati, K.D., Inggriantara, A., & Camila, B. (2022). Usulan Strategi Penetrasi Untuk Kokei Sebagai Bisnis Start-Up Di Kota Bekasi. 79–95.
- Supriyatno, SY. 2014. "Faktor yang Mempengaruhi Peran Perusahaan Daerah Pasar Jaya Dalam Peningkatan Kepuasan Masyarakat Pelanggan Di Provinsi DKI Jakarta." *Jurnal Ekonomi* 16:51–56.
- Yani, Muchammad. 2019. "Kini Mencekam, Begini Sejarah Terbentuknya Pasar Tanah Abang." <https://www.merahputih.com/post/read/kini-mencekam-begini-sejarah-terbentuknya-pasar-tanah-abang>.

