
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Oleh

Rauna Islamunissa Susanto¹, Bambang Sutikno², Ascosenda Ika Rizqi³

^{1,2,3}Universitas Merdeka Pasuruan

Email: ¹raunanissa@gmail.com, ²bambangtikno@gmail.com,

³ascosenda@unmerpas.ac.id

Article History:

Received: 18-08-2023

Revised: 25-08-2023

Accepted: 23-09-2023

Keywords:

Service Quality, Tariff,
Facilities, Customer
Satisfaction, 75 Sampels

Abstract: In the modern age, it is increasingly trend to care for such animals as cats and dogs. This causes health services to compete to be competitive. Customer satisfaction is an important aspect of business success. Customer satisfaction is obtained by improving the service quality, tariffs and facilities. This study aimed to find out the effect of service quality, tariffs and facilities at the Drh. Fitri Hamidah klinik in Pasuruan city to customer satisfaction. This study, using quantitative research methods and 75 respondents take samples. Data collection techniques carried out through library research, observation, interviews and questionnaires. The data analysis technique used is descriptive analysis, instrument test, classic assumption test, multiple linear regression, hypothesis test and coefficient of determination test (Adjusted R²). The results showed that there was a contribution of the independent variable to the dependent variable of 76,9% with the results of the calculated F Test > F table, namely $83,291 > 2,74$ which explains service quality (X1), tariff (X2) and facilities (X3) have positif dan significant impact on customer satisfaction (Y). The t-test of the variable service quality (X1) have positif dan significant impact on customer satisfaction (Y) with value t count > t table, which is $6.992 > 1.66$. The t-test results on the variable tariff (X2) have positif dan significant impact of customer satisfaction (Y) with value t count > t table, which is $4.079 > 1.66$. Whereas the results of the variable facilities (X3) have positif dan significant impact on customer satisfaction (Y) with t count > t table, which is $10.546 > 1.66$

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang modern, trend memiliki hewan peliharaan kesayangan semakin meningkat sehingga menyebabkan kesadaran pemilik hewan akan pentingnya kesehatan dan perawatan hewan kesayangannya menjadi semakin baik dan menyebabkan tingginya kunjungan pemilik hewan untuk memeriksakan hewan kesayangannya ke klinik

hewan. Banyak penyedia jasa pelayanan kesehatan hewan berlomba-lomba agar layanan jasanya dapat diterima dan dikenal oleh pasar dan memiliki pelanggan tetap. Untuk dapat bertahan ditengah persaingan bisnis jasa kesehatan hewan maka setiap perusahaan harus membuat strategi pemasarannya secara tepat. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memenuhi kepuasan pelanggannya sebagai media untuk memenangkan sebuah persaingan bisnis.

Klinik drh. Fitri Hamidah merupakan salah satu penyedia jasa layanan kesehatan hewan yang didirikan pada tahun 2019 di Kota Pasuruan tepatnya berlokasi di Perum. Lentera Cluster No. 38, Jl. Erlangga Selatan, Kelurahan Kebonagung, Kecamatan Purworejo, Kota Pasuruan. Klinik drh. Fitri Hamidah membuka pelayanan kesehatan setiap hari kecuali hari besar dan hari Minggu, mulai dari pukul 15.00 – 21.00 WIB. Oleh karena itu Klinik drh. Fitri Hamidah kota Pasuruan berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan, tarif dan fasilitasnya.

Meita *et al* (2020:74) *customer satisfaction is the response on the fulfilment of their needs. It means that some sort of privilege appraisal of goods or services or goods/ services itself, the fulfilment of needs, including meeting the needs below expectations or fulfilling the needs exceed customer expectations.* Menurut Tjiptono (2019:76) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen memiliki 3 indikator yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasi. Menurut Tjiptono (2019:290) kualitas pelayanan adalah sesuatu hal yang diharapkan dari pelanggan, pada intinya pelayanan yang bagaimanakah seharusnya diberikan oleh perusahaan terhadap para pelanggannya. Kualitas pelayanan memiliki 5 indikator yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Menurut Stanton (2019:211) tarif adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Tarif memiliki 3 indikator yaitu kepastian tarif, potongan tarif dan syarat pembayaran. Menurut Tjiptono (2019:103) fasilitas ialah semua jenis peralatan yang bersifat fisik kemudian disediakan oleh pihak penyedia jasa agar bisa membuat kenyamanan pelanggan, yang termasuk kategori dalam fasilitas bisa berbentuk sebuah alat-alat, perlengkapan, uang, terus ruangan tempat bekerja. Fasilitas memiliki 6 indikator yaitu perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan ataupun perkakas, tata cahaya, warna dan pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Berdasarkan uraian diatas, hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dealisna Pantilu *et al* (2018) dan Dewi Anggraeni & Putu Hari Kurniawan (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Ridha Ashka Tsalisa *et al* (2022) dan Abdul Gofur (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh William & Tiurniari Purba (2020) dan Markus (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Hafniel Rayendra *et al* (2022) dan Anggun Lestari *et al* (2018) yang menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal-hal di atas, penulis tertarik untuk meneliti

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Pada Klinik Drh. Fitri Hamidah Kota Pasuruan Terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas secara simultan dan parsial pada klinik Drh. Fitri Hamidah kota Pasuruan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu menjelaskan dan mendeskripsikan masing-masing variabel dengan menggunakan data berupa angka kemudian menjelaskan hubungan kedua variabel melalui uji hipotesis. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa klinik Drh. Fitri Hamidah kota Pasuruan minimal dua kali yaitu sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, Sugiyono (2019:143). Calon responden harus memiliki kriteria tertentu yaitu, responden yang dipilih merupakan pelanggan yang telah menggunakan jasa minimal 2 kali di Klinik drh. Fitri Hamidah kota Pasuruan. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 75 responden. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari wawancara, angket dan kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, skripsi, dan buku-buku referensi dan internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

1. Analisis deskriptif

Hasil menunjukkan bahwa dari jawaban responden, rata-rata skor total variabel kepuasan pelanggan (349), kualitas pelayanan (346), tarif (324) dan fasilitas (334). Nilai skor tersebut termasuk kedalam kriteria nilai interval kategori sangat baik karena berada pada rentang nilai sangat baik yaitu 315-375.

2. Analisis Deskriptif Responden

a. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Prosentase (%)
< 20 Tahun	10	13.3
20-30 Tahun	24	32.0
30-40 Tahun	29	38.7
> 40 Tahun	12	16.0
Total	75	100.0

Tabel I. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil menunjukkan bahwa dari 75 responden, sebanyak 13,3% atau sebanyak 10 orang responden berusia < 20 tahun, kemudian 32% atau sebanyak 24 orang responden berusia 20-30 tahun, 38,7% atau sebanyak 29 orang responden berusia 30-40 tahun dan 16% atau sebanyak 12 orang responden berusia > 40 tahun.

b. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase (%)
Laki-Laki	37	49.3
Perempuan	38	50.7
Total	75	100.0

Tabel II. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil menunjukkan bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 37 orang atau sebesar 49,3% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 38 orang atau sebesar 50,7%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan.

c. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Status Perkawinan	Frekuensi	Prosentase (%)
Belum Menikah	30	40.0
Sudah Menikah	45	60.0
Total	75	100.0

Tabel III. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil menunjukkan bahwa responden yang berstatus belum menikah adalah 30 orang atau sebesar 40% sedangkan yang berstatus sudah menikah adalah sebanyak 45 orang atau sebesar 60%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak berstatus sudah menikah.

d. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase (%)
Swasta	15	20.0
Wiraswasta	25	33.3
PNS	8	10.7
TNI/POLRI	11	14.7
Lainnya	16	21.3
Total	75	100.0

Tabel IV. Karakteristik Pekerjaan Responden

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Hasil menunjukkan bahwa dari 75 responden sebanyak 20% atau sebanyak 15 orang responden bekerja sebagai swasta, kemudian 33,3% atau sebanyak 25 orang responden bekerja sebagai wiraswasta, 10,7% atau sebanyak 8 orang responden bekerja sebagai PNS, 14,7% atau sebanyak 11 orang responden bekerja sebagai TNI/POLRI dan 21,3% atau sebanyak 16 orang responden bekerja lama kategori lainnya.

e. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa Responden

Penggunaan Jasa	Frekuensi	Prosentase (%)
2X	26	34.7
>2X	49	65.3
Total	75	100.0

Tabel V. Karakteristik Penggunaan Jasa Responden

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Hasil menunjukkan bahwa dari 75 responden sebanyak 34,7% atau sebanyak 26 orang responden yang menggunakan jasa sebanyak 2X dan 65,3% atau sebanyak 49 orang responden yang menggunakan jasa sebanyak > 2X.

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan, tarif, fasilitas dan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa dari setiap item pernyataan r tabel untuk $n = 75$ dengan $\text{sig } 0.05$ adalah 0,2272. Sehingga disimpulkan hasil uji validitas bahwa semua item variabel didalam kuisioner dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel dan tingkat $\text{sig} < 0.05$.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa, nilai *Cronbach's Alpha* kualitas pelayanan (0,819), tarif (0,661), fasilitas (0,787) dan kepuasan pelanggan (0,612) dengan nilai VIF kualitas pelayanan (1,085), tarif (1,063) dan fasilitas (1,062). Sehingga nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Kriteria	Nilai	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.086	Residual Berdistribusi Normal

Tabel VI. Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,086. Sehingga diketahui bahwa nilai $\text{sig} > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi (data berdistribusi normal).

2. Uji Multikolinearitas

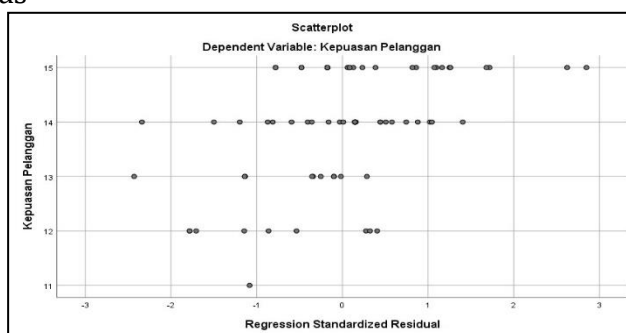
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X1)	0,921	1,085
Tarif (X2)	0,941	1,063
Fasilitas (X3)	0,942	1,062

Tabel VII. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa, nilai *Collinearity Tolerance* kualitas pelayanan (0,921), tarif (0,941) dan fasilitas (0,942) dengan nilai VIF kualitas pelayanan (1,085), tarif (1,063) dan fasilitas (1,062). Sehingga nilai *Collinearity Tolerance* > 0.1 dan nilai VIF < 10 dan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak terjadi masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar I. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa, titik-titik data menyebar diatas dan dibawah titik 0 (nol) pada sumbu X dan Y serta tidak membentuk pola tertentu seperti zig-zag atau menumpuk, Sehingga ditarik kesimpulan bahwa data penelitian bersifat homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Kriteria	Nilai	Keterangan
Durbin-Watson	2,025	Tidak Terjadi Autokorelasi

Tabel VIII. Hasil Uji Autokorelasi

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa, nilai *Durbin-Watson* 2,025 dengan $dL = 1,5432$ dan $du = 1,7092$ dengan $4-du = 2,2908$. Sehingga diketahui bahwa $Du (1,7092) < DW (2,025) < 4-dU (2,2908)$ dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

5. Uji Linieritas

Variabel	F	Sig	Keterangan
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	0.868	0.507	Linier
Kepuasan Pelanggan * Tarif	1.200	0.319	Linier
Kepuasan Pelanggan * Fasilitas	1.187	0.318	Linier

Tabel IX. Hasil Uji Linieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji linieritas menunjukkan bahwa, nilai F hitung > F tabel (3,15) dengan nilai sig > (0,05). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Dependen	Variabel Independen	Unstandardized Coefficients Beta	Sig.	Keterangan
				Signifikan
Kepuasan Pelanggan	(Constant)	1.325	0.115	Berpengaruh positif
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.207	0.000	Berpengaruh positif
	Tarif (X2)	0.154	0.000	Berpengaruh positif
	Fasilitas (X3)	0.219	0.000	Berpengaruh positif

Tabel X. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,325 + 0,207 X_1 + 0,154 X_2 + 0,219 X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka diperoleh uraian sebagai berikut :

- Diartikan bahwa kepuasan pelanggan akan bernilai 1,325 apabila variabel kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas bernilai 0.
- Diartikan bahwa setiap adanya peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar 1point maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,207.
- Diartikan bahwa setiap adanya peningkatan variabel tarif sebesar 1 point maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,154.
- Diartikan bahwa setiap adanya peningkatan variabel fasilitas sebesar 1 point maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,219.

2. Uji Koefisien Determinasi

Variabel		Adjusted R Square
Dependen	Independen	
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan (X1)	0,769

(Y)	Tarif (X2)	
	Fasilitas (X3)	

Tabel XI. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai *R Square* 0,769. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas dapat menjelaskan sebesar 76,9% terhadap variabel kepuasan pelanggan. sedangkan sisanya 23,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti lokasi, inovasi dan lain sebagainya.

UJI Hipotesis

1. Uji Simultan

a. Uji Simultan Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel		Statistik		Keputusan
Dependen	Independen	Uji F	Sig.	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan (X1)	83,291	0,000	Ho ditolak atau H1 Diterima
	Tarif (X2)			
	Fasilitas (X3)			

Tabel XII. Hasil Uji Simultan X1, X2, dan X3 Terhadap Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan uji simultan, diperoleh nilai $F_{hitung} (83,291) > F_{tabel} (2,74)$ dengan nilai prob Sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji Simultan Kualitas Pelayanan dan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel		Statistik		Keputusan
Dependen	Independen	Uji F	Sig.	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan (X1)	27,396	0,000	Ho ditolak atau H1 Diterima
	Tarif (X2)			

Tabel XIII. Hasil Uji Simultan X1 dan X2 Terhadap Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan uji simultan, diperoleh nilai $F_{hitung} (27,396) > F_{tabel} (3,13)$ dengan nilai prob Sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan tarif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Uji Simultan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel		Statistik		Keputusan
Dependen	Independen	Uji F	Sig.	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan (X1)	95,806	0,000	Ho ditolak atau H1 Diterima
	Fasilitas (X3)			

Tabel XIV. Hasil Uji Simultan X1 dan X3 Terhadap Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan uji simultan, diperoleh nilai $F_{hitung} (95,806) > F_{tabel} (3,13)$ dengan nilai prob Sig 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Uji Simultan Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel		Statistik		Keputusan
Dependen	Independen	Uji F	Sig.	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tarif (X2)	60,357	0,000	Ho ditolak atau H1 Diterima
	Fasilitas (X3)			

Tabel XV. Hasil Uji Simultan X2 dan X3 Terhadap Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan uji simultan, diperoleh nilai $F_{hitung} (60,357) > F_{tabel} (3,13)$ dengan nilai prob Sig 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tarif dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Parsial

Variabel		Statistik		Keputusan
Dependen	Independen	Uji T	Sig.	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan (X1)	6,992	0,000	Ho ditolak atau H1 Diterima
	Tarif (X2)	4,079	0,000	
	Fasilitas (X3)	10,546	0,000	

Tabel XVI. Hasil Uji Parsial

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan uji parsial di atas, diperoleh nilai sebagai berikut :

- Variabel kualitas pelayanan memiliki $T_{hitung} 6,992$ dan $T_{tabel} 1,66$ yang berarti bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $6,992 > 1,66$ dengan titik sig 0,000 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel tarif memiliki $T_{hitung} 4,079$ dan $T_{tabel} 1,66$ yang berarti bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $4,079 > 1,66$ dengan titik sig 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel fasilitas memiliki $T_{hitung} 10,546$ dan $T_{tabel} 1,66$ yang berarti bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $10,546 > 1,66$ dengan titik sig 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

- Kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas pada Klinik Drh. Fitri Hamidah Kota Pasuruan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $83,291 > 2,74$ dan sig 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H1 pada Hipotesis 1 diterima. Dengan persamaan Regresi : $(Y = 1,325 + 0,207 X_1 + 0,154 X_2 + 0,219 X_3 + e)$.
- Kualitas pelayanan dan tarif pada Klinik Drh. Fitri Hamidah Kota Pasuruan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F

hitung > F tabel yaitu $27,396 > 3,13$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan tarif secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H1 pada Hipotesis 2 diterima.

3. Kualitas pelayanan dan fasilitas pada Klinik Drh. Fitri Hamidah Kota Pasuruan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung > F tabel yaitu $95,806 > 3,13$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H1 pada Hipotesis 3 diterima.
4. Tarif dan fasilitas pada Klinik Drh. Fitri Hamidah Kota Pasuruan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung > F tabel yaitu $60,357 > 3,13$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tarif dan fasilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H1 pada Hipotesis 4 diterima.
5. Kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas pada Klinik Drh. Fitri Hamidah Kota Pasuruan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai T hitung > T tabel yaitu 6,992 (X1), 4,079 (X2) dan 10,546 (X3) > 1,66 dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H1 pada Hipotesis 5 diterima.
6. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independent kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas dapat menjelaskan sebesar 76,9% terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 22,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti lokasi, inovasi dan lain sebagainya.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Bagi Pemilik Usaha
Perlunya meningkatkan fasilitas klinik dan mengoptimalkan pelayanan serta biaya yang di berikan kepada pelanggan, agar konsumen merasa puas dengan layanan yang didapatkan dan pelanggan tidak berpaling terhadap jasa klinik hewan lainnya.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Hasil-hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian ini dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Indosteger Jaya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- [2] Anggraeni, D., & Kurniawan, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Umum Daerah Embung Fatimah Kota Batam. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 1–8.
- [3] Fandy, T. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. In *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*.

-
- [4] Hafniel Rayendra, Akmal, & Adha, H. V. (2022). Analisis Pengaruh Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang. *Journal of Management and Entrepreneurship*.
 - [5] Lestari, A., Lie, D., Efendi, & Julyanthry. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Guest House Humanitas Pematangsiantar. *Jurnal Maker*, 4(1), 40–48.
 - [6] Markus. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU Muara Siban Kecamatan Pulau Pinang Kabupaten Lahat)*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis. Vol. 5 No. 2. Hal 885-891.
 - [7] Meita, M.L, Theresia M. & Noorlitaria G.A. (2020). *Effect Of Service Quality And Brand Trust On Customer Satisfaction And Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan*. Vol-4, Issue-1, (IJEBA). Hal. 72-83.
 - [8] Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732.
 - [9] Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1987–1996.
 - [10] Ridha, A. T. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online maximdi kota Semarang*. Jurnal ilmu administrasi bisnis. Vol. 11 No. 4. ISSN 2746-1297.
 - [11] Stanton, W. J. Y. L. (2019). *Prinsip pemasaran/William J. Stanton ; alih bahasa, Yohanes Lamarto. Jakarta : Erlangga, 1993*.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN