

Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang

Maula Famungka, Ida Martini Alriani
STIE Dharma Putra Semarang

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out about the effect of facilities, service quality, and location on service user satisfaction at the Customs and Excise Service Office of the Middle Type Tanjung Emas Semarang. The population used is all service users of the Customs and Excise Supervision and Service Office (KPPBC) of the Tanjung Emas Middle Type Customs Office, Semarang. which amounted to infinity. Determination of this sample using accidental sampling technique. The number of samples used in this study were 40 service users. This research data analysis tool uses multiple linear regression.

The results of the study show that facilities have a positive effect on service user satisfaction. This is indicated by the calculated t value that is greater than t table, namely $3.092 > 1.688$, with a sig. of $0.000 < 0.05$ (significant). Service quality has a positive effect on service user satisfaction. This is with a calculated t value of $3.913 > 1.688$, with a sig. of $0.000 < 0.05$ (significant). Location has a positive effect on service user satisfaction. This is indicated by the t -value which is negative, namely $7.396 > 1.688$, with a sig. of $0.000 < 0.05$ (significant).

Keywords: *Facilities, Service Quality, Location, Service User Satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pengguna jasa pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang. Populasi yang digunakan adalah keseluruhan pengguna jasa Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai (KPPBC) Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang. yang berjumlah tidak terhingga. Penentuan sampel ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 40 pengguna jasa. Alat analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,092 > 1,688$, dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan). Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa. Hal ini dengan nilai t hitung sebesar $3,913 > 1,688$, dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan). Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung bertanda negatif yaitu sebesar $7,396 > 1,688$, dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan).

Kata Kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pengguna Jasa

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai (KPPBC) Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang adalah Unit Vertikal Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yang berada di bawah Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Jawa Tengah dan mempunyai tugas melaksanakan pelayanan dan pengawasan kepabeanan dan cukai dalam daerah wewenangnya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Dimiyati, 2011). Tugas dan fungsi KPPBC adalah pengawasan dan pelayanan terhadap pengusaha di bidang kepabeanan dan cukai, yaitu importir, eksportir, pengusaha tempat penimbunan berikat, pusat logistik berikat dan penerima fasilitas Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (Dimiyati, 2011). Berdasarkan aturan undang-undang yang dibuat, maka barang impor dan ekspor tersebut dikategorikan, dalam hal ini tidak semua barang dapat masuk dan keluar dengan bebas di wilayah Indonesia, sehingga ada barang yang masuk dalam kategori dibatasi dan ada barang yang masuk dalam kategori dilarang (Dimiyati, 2011).

Setiap transaksi impor dan ekspor tentunya perlu diketahui mekanisme atau hal-hal yang harus diketahui oleh para eksportir dalam hal ini sebagai berikut: (1) pembukaan dan penerusan *letter of credit*, (2) pengesahan pemberitahuan ekspor barang, (3) penerimaan dan pemeriksaan dokumen, dan (4) negosiasi atau diskonto wesel ekspor (Risa, 2018). Agar bisa memperoleh standart yang unggul didalam kompetisi yang ada maka tiap lembaga pelayanan publik wajib menciptakan kepuasan bagi pengguna jasa dengan cara jitu yang relevan dengan jasa yang ditawarkan. Kepuasan bisa dipenuhi oleh perusahaan misalnya melalui peningkatan fasilitasnya serta meningkatkan kualitas pelayanannya.

Oleh karena itu, semakin perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pengguna jasa melalui fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi semakin menjadi aspek penting unggul dalam persaingan tersebut. Kotler (2012) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Suhendi dan Indra (2014) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan harapannya. Jika apa yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka akan lahir apa yang dinamakan ketidakpuasan. Faktor yang memengaruhi kepuasan yakni kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sebagai salah satu cara yang dilakukan demi menciptakan rasa nyaman terhadap pelanggan agar mereka merasakan utilitas yang diharapkan. Adanya pemberian kualitas pelayanan, maka secara tak langsung kepuasan konsumen juga menjadi kenyataan. Tidak hanya memberi pelayanan yang berkualitas, namun diperlukannya memberi fasilitas yang sebanding harga yang mana hal ini juga menjadi faktor yang bisa memengaruhi kepuasan (Kotler, 2018).

Kualitas pelayanan tersebut dijadikan sebagai pertimbangan bagi pelanggan untuk memutuskan sesuatu didalam usaha sebab jika melonjaknya kualitas pelayanan sebuah perusahaan, tentunya melonjak pula citra perusahaan dan memperoleh penilaian terbaik bagi pelanggan. Apabila perusahaan bisa memberi kualitas pelayanan yang terbaik terhadap suatu jasa yang berupa kecepatannya didalam pelayanan, terjangkaunya lokasinya, rasa nyaman, dan menarik, maka kegiatan yang diberikan kepada pelanggan akan merasakan puas (Tjiptono, 2017).

Perihal yang harus diperhatikan selain Kualitas pelayanan oleh Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai (KPPBC) Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang untuk meningkatkan kepuasan yakni berkaitan dengan fasilitas. Menurut Tjiptono (2017) fasilitas adalah bagian dari *physical evidence*, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Keadaan ini mengidentifikasi bahwa semakin lengkap, bersih, nyaman fasilitas yang digunakan oleh para pengguna jasa maka semakin puas dan terlengkap pula kebutuhan para pengguna jasa untuk menggunakannya secara optimal (Rizal; 2015).

Faktor lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat merupakan lokasi yang tepat untuk sebuah pelayanan. Strategi lokasi/tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku pengguna jasa, usaha atau lembaga harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan kantor pelayanan yang dapat dengan mudah diakses masyarakat.

Pada lembaga pelayanan publik strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa, masrakat tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut (Mustafa, 2012).Usaha pemuasan pengguna jasa terus dilakukan, akan tetapi dalam kurun 2019-2021 masih terjadi keluhan masyarakat. Berikut ini data keluhan masyarakat yang diperoleh melalui kotak saran yang disediakan Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai (KPPBC) Tipe Madya PabeanTanjung Emas Semarang:

Tabel 1.1

Keluhan Masyarakat pada KPPBC TMP Tanjung EmasTahun 2019-2021

Periode	Keluhan Konsumen	Jumlah Keluhan	Jumlah Keluhan per Periode
2019	Pelayanan kurang cepat	5	17
	Petugas Kurang Ramah	3	
	Prosedur Yang Kurang Cepat	4	
	Fasilitas Ruang Tunggu Kurang Lengkap	2	
	Lahan Parkir Yang Kurang Luas	3	
2020	Pelayanan kurang cepat	4	18
	Petugas Kurang Ramah	5	
	Prosedur Yang Kurang Cepat	6	
	Fasilitas Ruang Tunggu Kurang Lengkap	2	
	Lahan Parkir Yang Kurang Luas	1	
2021	Pelayanan kurang cepat	4	16
	Petugas Kurang Ramah	3	
	Prosedur Yang Kurang Cepat	4	
	Fasilitas Ruang Tunggu Kurang Lengkap	2	
	Lahan Parkir Yang Kurang Luas	3	

Sumber: KPPBC TMP Tanjung Emas

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi beberapa keluhan, dimana keluhan yang sering terjadi adalah berupa pelayanan kurang cepat, petugas kurang ramah, prosedur yang kurang cepat, fasilitas ruang tunggu kurang lengkap dan lahan parkir yang kurang luas.

Ketertarikan meneliti di KPPBC TMP Tanjung Emas karena tingginya pengunjung yang menggunakan jasa. Melihat kondisi ini, maka penulis tertarik untuk mengamati sejauh mana kepuasan pengguna jasa yang berkaitan dengan fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi. Berdasarkan permasalahan terkait fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi yang menjadi aspek didalam kepuasan pengguna jasa, oleh sebab itu peneliti menentukan topik terkait “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang.”

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa menurut Lupiyoadi (2014) merupakan satu kesatuan alat pemasaran perlu ada pertimbangan saat merencanakan strategi pemasaran dan penetapan posisi dapat berjalan sukses, dan elemen bauran pemasaran jasa terdiri dari atas tujuh hal (7P) yaitu sebagai berikut, produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik. Berkaitan dengan variabel penelitian ini, kualitas pelayanan termasuk bagian orang, fasilitas termasuk bagian dari bukti fisik.

Perkembangan di bidang jasa tidak terlepas dari berbagai perubahan faktor lingkungan yang menjadi *trigger factors*, diantaranya adalah meningkatnya kebutuhan, keinginan bahkan harapan pelanggan menginginkan jasa yang dapat memberikan solusi (*problem solving*). Jika lembaga pelayanan public dapat memenuhi apa-apa yang diharapkan oleh pengguna jasa maka masyarakat akan mau membayar dengan harga premium yang tentunya berdampak pada peningkatan pendapatan. Perubahan yang terjadi pada pengguna jasa tidak terlepas dari perubahan faktor ekonomi, sosial dan budaya yang menyebabkan pola penggunaan layanan semakin beragam dan mementingkan aspek kenyamanan. Pada saat globalisasi ini pemasaran jasa tidak hanyadipandang sebagaibagianyang terpisah dari organisasi sehingga menciptakanpemasaran yang efektif denganmenciptkan nilai dan pemenuhan kepuasan pengguna jasa.

Sedangkan menurut Umar (2003), pemasaran jasa adalah pemasaran bersifat *intangible* dan *immaterial* dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. Menurut Hurriyati (2010:42) bahwa pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasikan dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Fasilitas

Fasilitas yakni penyediaan lembaga layanan akan dipergunakan pengguna jasa yang mempunyai tujuan memberikan tingkatan rasa puasnya yang penuh (Iskandarsyah dan Utami 2017). Fasilitas yakni penyediaan peralatan berbentuk nyata dengan memberikan rasa nyaman kepada pengguna jasa yang akan melangsungkan kegiatan atau aktivitasnya, dan kebutuhan serta keinginan pelanggan pun bisa terpenuhi selama memakai jasa (Pantilu *et al.* 2018).

Fasilitas juga yakni barang yang diharuskan ada sebelum pelayanan di tawarkan pada pengguna layanan. Fasilitas ialah hal yang bisa mempermudah pengguna jasa didalam memperoleh kepuasannya, sebab berbentuk dari layanannya itu kasat mata dan tidak bisa dirasa dengan penciuman ataupun diraba dengan sentuhan kulit, oleh sebab itu bentuk nyata ialah hal yang penting untuk ukuran sebuah pelayanan (Winarno *et al.* 2018).

Fasilitas yakni bukti fisik dari jasa mencakup keseluruhan faktor dari meliputi lingkungan yang direalisasikan, dan lingkungan ciptaan masyarakat (Syahsudarmi 2018). Fasilitas yakni sarana penting didalam proses peningkatan rasa puas masyarakat misalnya penyajian yang mudah untuk pengguna jasa, pencukupan kebutuhan serta memberi perasaan nyaman pada pengguna jasa (Oetma dan Sari 2017).

Berdasarkan pendefinisian ahli terkait fasilitas, disimpulkanlah fasilitas yakni keseluruhan hal berbentuk fisik dan disajikannya oleh penyedia jasa dan ditawarkan padanya pengguna didalam menggunaannya dan menikmatinya oleh pengguna didalam memfasilitasikan aktivitas yang dilangsungkan oleh penggunanya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ditetapkan atas kemampuan suatu lembaga layanan publik dalam hal pemenuhan kebutuhan pengguna layanan yang relevan dengan harapan, kualitas pelayanan yakni sebuah perilaku yang memberikan manfaat demi mewujudkan perubahan sesuai harapan masyarakat sehingga pelayanan memberi nilai yang berguna bagi masyarakat (Aswad et al. 2018). Kualitas pelayanan ialah penawaran kinerja yang bermula dari pihak yang satu ke ke pihak lainnya. Kinerjanya bisa didalam berbentuk perawatannya yang tidak berwujud dan tidak bisa dimiliki. Yang paling utama ialah layanan yakni sebuah sikap pegawai pada masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan mereka (Lubis dan Andayani 2018).

Kualitas pelayanan ialah kekuatan pusat untuk lembaga atau perusahaan sebab dengan mudahnya memengaruhi kepuasan masyarakat yang mana akan menimbulkan sesuatu yang baik jika kualitas pelayanan tersampaikan dengan baik pula. Kualitas pelayanan yakni keadaan yang tidak tetap, yang terikat kuat dengan jasa, manusia ataupun prosesi di lapangan yang melampaui harapan dari seorang pengguna jasa (Mulyapradana et al. 2020).

Kualitas pelayanan ialah sebuah proses dalam organisasinya yang akan dipergunakan perusahaannya untuk bisa membiasakan diri agar mampu menciptakan persaingan, memotivasi untuk berbisnis, memaksimalkan keuntungannya, menciptakan pasar lebih baik serta memaksimalkan tingkatan kepuasan masyarakat (Almubarak dan Mohamed 2017).

Berdasarkan pendapat di atas bahwa kualitas pelayanan yakni sebuah aktivitas berbentuk totalitasnya lembaga atau perusahaan di dalam melayani pengguna jasa demi menciptakan kepuasan bagi masyarakat.

Lokasi

Pengertian teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat dimana suatu layanan atau aktivitas dilakukan.

Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian, dan waktu tempuh lokasi tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang ada. Menurut Kotler (2012) salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Alma (2007) mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya. Sedangkan menurut Suwarman (2011) Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Menurut Tjiptono (2012) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Menurut Kasmir (2006) lokasi yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memanjangkan barang-barang dagangannya. Lokasi usaha adalah tempat dimana suatu usaha, jenis jasa atau bidang usaha akan dilaksanakan. Lokasi merupakan salah satu konsep geografi terpenting, arena lokasi dapat menunjukkan posisi suatu tempat, benda atau gejala di permukaan bumi. Lokasi dapat menjawab pertanyaan dimana dan mengapa disana atau tidak ditempat lain. Sementara Swastha (2009) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian, dan waktu tempuh lokasi tujuan, faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang ada.

Kepuasan Pengguna Jasa

Kepuasan yakni perbandingan harapan dengan layanan yang diterima serta layanan dan kinerja yang mendukung produk/jasa itu sendiri (Salim et al. 2019). Kepuasan diprioritaskan pada situasi seseorang, yang mana kepuasan pengguna jasa dipengaruhi situasi-situasi perasaan hati ketika masyarakat mengonsumsi, yang mana suasana hati seseorang akan memperkuat kepuasan dari masyarakat (Syahsudarmi 2018). Kepuasan yakni perasaannya puas tidaknya dikarenakan pengevaluasian diantara jasa ataupun pelayanannya yang diinginkan dengan jasa ataupun layanannya yang diterima (Wihananto 2019).

Lahirnya rasa kepuasan bisa menaikkan hubungan lembaga dengan masyarakat, menjadikan alasan baik untuk pengguna jasa guna menggunakan layanan lagi serta menciptakan *word of mouth* (Oetma dan Sari 2017).

Kepuasan ialah keadaan masyarakat yang membandingkan hasil harapan sebelum menggunakan jasa dan setelah menggunakan layanan. Masyarakat akan merasa puas ketika mereka senang dengan kinerja yang mereka harapkan dan mencapai tujuan. Hal ini membuat masyarakat percaya jika antara masyarakat dan lembaga layanan publik memiliki hubungan yang baik maka para masyarakat akan sesering mungkin menggunakan layanan pada lembaga layanan tersebut (Srivastav dan Mittal 2016).

Disimpulkan kepuasan masyarakat yakni hal yang dirasa masyarakat terkait harapan pelayanannya atas pemberian produknya dan jasanya oleh karyawannya dengann memadankan pemberian kinerjanya dengan ekspetasinya.

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa

Menurut Tjiptono (2017) fasilitas adalah bagian dari *physical evidence*, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Keadaan ini megindentifikasikan bahwa semakin lengkap, bersih, nyaman fasilitas yang digunakan oleh para pengguna jasa maka semakin puas dan terlengkapi pula kebutuhan para pengguna jasa untuk menggunakannya secara optimal (Rizal; 2015).

Penelitian terdahulu membuktikan tentang adanya pengaruh fasilitas, terhadap kepuasan pengguna jasa. Penelitian Dedali (2022) bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa

Kualitas pelayanan sebagai salah satu cara yang dilakukan demi menciptakan rasa nyaman terhadap pelanggan agar mereka merasakan utilitas yang diharapkan. Adanya pemberian kualitas pelayanan, maka secara tak langsung kepuasan konsumen juga menjadi kenyataan.

Tidak hanya memberi pelayanan yang berkualitas, namun diperlukannya memberi fasilitas yang sebanding harga yang mana hal ini juga menjadi faktor yang bisa memengaruhi kepuasan (Kotler, 2018). Kualitas pelayanan tersebut dijadikan sebagai pertimbangan bagi pelanggan untuk memutuskan sesuatu didalam usaha sebab jika melonjaknya kualitas pelayanan sebuah perusahaan, tentunya melonjak pula citra perusahaan dan memperoleh penilaian terbaik bagi pelanggan. Apabila perusahaan bisa memberi kualitas pelayanan yang terbaik terhadap suatu jasa yang berupa kecepatannya didalam pelayanan, terjangkau lokasinya, rasa nyaman, dan menarik, maka kegiatan yang diberikan kepada pelanggan akan merasakan puas (Tjiptono, 2017).

Penelitian Maesaroh dan Hadisuwarno (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian Saputri dkk (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian Mulyasari dkk (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa

Faktor lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat merupakan lokasi yang tepat untuk sebuah pelayanan. Strategi lokasi/tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku pengguna jasa, usaha atau lembaga harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan kantor pelayanan yang dapat dengan mudah diakses masyarakat. Pada lembaga pelayanan publik strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa, masrakat tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut (Mustafa, 2012).

Penelitian Agestina dan Susilowati (2019) bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

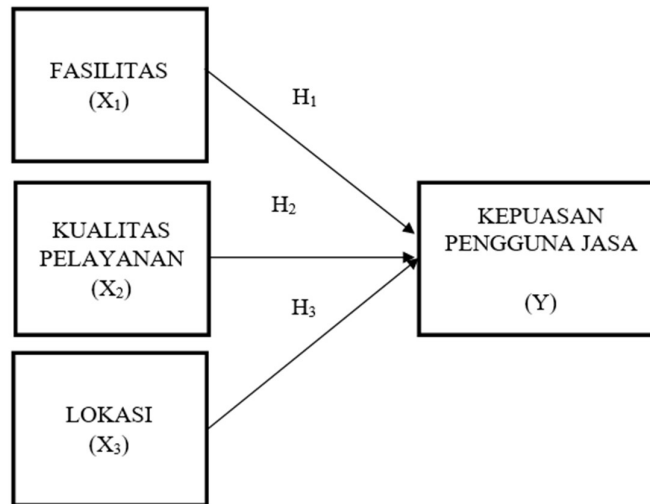
H₃: Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa

Kerangka Pikir

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa kepuasan pengguna jasa dipengaruhi oleh fasilitas, kualitas layanan dan lokasi. Maka kerangka pikir penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



Sumber: Dikembangkan Untuk Peneliti

METODOLOGI PENELITIAN

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengguna jasa Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai (KPPBC) Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang. yang berjumlah tidak terhingga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental sampling* dan responden yang didapatkan sejumlah 40 orang.

Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen (Uji Validitas & Uji Reliabilitas)
2. Uji Kelayakan Model (Koefisien Determinasi & Uji F)
3. Uji Hipotesis
4. Analisis Regresi Berganda
5. $Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

Dimana :

Y	= Kepuasan Pengguna	X ₃	= Lokasi
X ₁	= Fasilitas	β	= Koefisien regresi
X ₂	= Kualitas Pelayanan	e	= Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden menunjukkan bahwa pengguna jasa KPPBC Tipe Madya Pabean Tanjung Emas mayoritas laki-laki yaitu sebanyak 36 pengguna jasa atau sebesar 90% dari keseluruhan sampel. Usia responden yaitu : <31 tahun (22,5%) usia >30 tahun (77,5%). Sedangkan pendidikan responden yaitu SMA (60%), D3 (27,5%) dan S1 (12,5%).

Analisis Data

Uji Instrumen

Berdasarkan hasil uji validitas sebagaimana tabel di atas variabel fasilitas, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pengguna jasa menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel untuk semua variabel, hasil ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner adalah valid untuk mengukur data. Hasil uji reliabilitas menunjukkan jawaban dari responden adalah konsisten, hal ini dapat ditunjukkan oleh cronbach,s alpha $>$ 0,7.

Uji Kelayakan Model

Hasil pengujian menunjukkan nilai Adjusted R square sebesar 0,816 hal ini berarti bahwa perubahan variabel kepuasan pengguna jasa sebesar 81,6 % dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independent (fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi) sedangkan sebesar 18,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel independent. Pengujian F menghasilkan nilai F hitung sebesar $58,545 > 2,84$ dengan angka signifikan $0,000 < 0,05$ (signifikan), dengan demikian model layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji Hipotesis

Tabel Uji Hipotesis

Variabel	t	Sig
Fasilitas	3.092	.000
Kualitas pelayanan	3.913	.000
Lokasi	7.396	.000

Sumber: Data Primer diolah 2023

Analisis Regresi Berganda

$$Y = 0,421X_1 + 0,364X_2 + 0,816X_3 + e$$

1. Besarnya $\beta_1 = 0,421$ (bertanda positif) dengan signifikansi 0,000 artinya semakin tinggi fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan pengguna jasa.
2. Besarnya $\beta_2 = 0,364$ (bertanda positif) dengan signifikansi 0,000 artinya semakin tinggi kualitas pelayanan karyawan, maka semakintinggi kepuasan pengguna jasa.
3. Besarnya $\beta_3 = 0,816$ (bertanda positif) dengan signifikansi 0,000 artinya semakin strategis lokasi, maka akan semakin tinggi kepuasan pengguna jasa.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Semakin baik fasilitas maka semakin tinggi kepuasan pengguna

Menurut Tjiptono (2017) fasilitas adalah bagian dari *physical evidence*, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Keadaan ini mengidentifikasi bahwa semakin lengkap, bersih, nyaman fasilitas yang digunakan oleh para pengguna jasa maka semakin puas dan terlengkapi pula kebutuhan para pengguna jasa untuk menggunakannya secara optimal (Rizal; 2015). Hasil penelitian sejalan dengan Dedali (2022) bahwa adanya pengaruh fasilitas, terhadap kepuasan pengguna jasa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya semakin baik pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pengguna.

Kualitas pelayanan sebagai salah satu cara yang dilakukan demi menciptakan rasa nyaman terhadap pelanggan agar mereka merasakan utilitas yang diharapkan. Adanya pemberian kualitas pelayanan, maka secara tak langsung kepuasan konsumen juga menjadi kenyataan. Tidak hanya memberi pelayanan yang berkualitas, namun diperlukannya memberi fasilitas yang sebanding harga yang mana hal ini juga menjadi faktor yang bisa memengaruhi kepuasan (Kotler, 2018). Kualitas pelayanan tersebut dijadikan sebagai pertimbangan bagi pelanggan untuk memutuskan sesuatu didalam usaha sebab jika melonjaknya kualitas pelayanan sebuah perusahaan, tentunya melonjak pula citra perusahaan dan memperoleh penilaian terbaik bagi pelanggan. Apabila perusahaan bisa memberi kualitas pelayanan yang terbaik terhadap suatu jasa yang berupa kecepatannya didalam pelayanan, terjangkaunya lokasinya, rasa nyaman, dan menarik, maka kegiatan yang diberikan kepada pelanggan akan merasakan puas (Tjiptono, 2017).

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Maesaroh dan Hadisuwarno (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian Saputri dkk (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian Mulyasari dkk (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya semakin strategis lokasi maka semakin tinggi kepuasan pengguna. Faktor lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat merupakan lokasi yang tepat untuk sebuah pelayanan. Strategi lokasi/tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku pengguna jasa, usaha atau lembaga harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan kantor pelayanan yang dapat dengan mudah diakses masyarakat. Pada lembaga pelayanan publik strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa, masyarakat tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut (Mustafa, 2012). Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Agestina dan Susilowati (2019) bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengguna jasa KPPBC Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,092 > 1,688$, dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan).
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa. Hal ini dengan nilai t hitung sebesar $3,913 > 1,688$, dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan).
3. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung bertanda negatif yaitu sebesar $7,396 > 1,688$, dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan).

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas, maka direkomendasikan kepada manajemen KPPBC Tipe Madya Pabean Tanjung Emas Semarang untuk:

1. Meningkatkan fasilitas terutama tentang saranapendukung seperti wifi, AC dan Televisi. Penambahan fasilitas ini dapat memberikan kenyamanan bagi pengguna dan akan meningkatkan kepuasan.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan secara benar. Artinya pelayanan dilakukan secara profesional sesuai dengan prosedur pelayanan yang berorientasi kepuasan.
3. Memperluas lokasi parkir, sehingga semua jenis kendaraan dapat melakukan parkir

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyadi, D. 2017. Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. *MAGISTRA*, 29(99), 73–77. Retrieved from <http://journal.unwidha.ac.id/index.php/MAGISTRA/article/view/882>
- Aswad, Syaiful, Realize dan Wangdra, Ronald. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *Jurnal JIM UPB Vol 6 No.2 2018*
- Dedali, S. H. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel “Aneka Motor Service” Waru - Sidoarjo. *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 144–152. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.103>
- Dimiyati, Tjutju Tarliah & Ahmad Dimiyati. 2011. *Operations Research : Modelmodel Pengambilan Keputusan*. Sinar Baru Algesindo: Bandung
- Ferdinand, Augusty. 2011, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Ghozali.2011.*Dasar-dasar Statiska*. Bandung : Alfabeta
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research 2*, Andi Offset, Yogyakarta
- Harfika, Jarliyah dan Nadiya Abdullah. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance. Vol. XIV, No. 1*.
- Imansyah, & Irawan, H. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 319–329
- Iskandarsyah dan Utami. 2017 . Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 12.

- Lubis, A. S., dan Andayani, N. R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Sucofindo. *Journal Of Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Maesaroh, & Hadisuwarno, H. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Tamu Di Favehotel Gatot Subroto Jakarta. 1(3), 613–634.
- Mulyasari, L. F., Hesti Pandu Widodo, & Wasesa, T. 2022. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Salon Anne Beauty House Citraland, Kec. Benowo, Surabaya).
- Pantilu, D., Koleangan, R., & Roring, F. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado, 6(4), 3723–3732.
- Risa, Mey Risa. 2018. *Ekspor dan Impor*. Poliban Press: Banjarmasin
- Rizal, W, Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Vol. 4. No. 12: hal 1-17*.
- Salim, Teresia & Rahayu, Mintarti & Sudjatno, Sudjatno. 2019. Effect Of The Service Quality On Tutoring Customer’s Word Of Mouth And Satisfaction In Malang City. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 17. 522-529. [10.21776/ub.jam.2019.017.03.17](https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.03.17).
- Saputri, A. A., Ambarwati, D., & Sanjaya, V. F. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J & T Express Cabang Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(1), 41–48.
- Smaradhana, N. S., & Lutfie, H. 2017. The Influence Of Service Quality And Physical Facilities To Customer Satisfaction At The IO1 Hotel Bandung Dago. *e-proceeding of Applied Science (Vol. 3)*.
- Subagja., & Putri, A. A. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rahman Wisata Mandiri Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.114>
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPFPE – Yogyakarta
- Syahsudarmi, Siti. 2018. “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru”, *Jurnal Development*, Vol. 6, No. 1.
- Wihananto, A. 2019. The effect of quality service and price upon the customers satisfaction (case study at TIKI branch at Jl. K. H. Sholeh Iskandar Bogor). *The Management Journal of Binaniaga*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.33062/mjb.v4i1.349>