

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Fasilitas Armada Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rafa Anugerah Sentosa Di Surabaya

Nelly Aqlydia¹ Fausta Ari Barata²

^{1,2}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: nellyaqlydia12@gmail.com, fausta@untag-sby.ac.id

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada bagaimana kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya, dipengaruhi oleh persepsi harga, fasilitas armada, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan menggambarkan dan menganalisis data secara menyeluruh. Untuk menggambarkan populasi yang diteliti, metode total sampling digunakan, dengan tiga puluh sampel diambil. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi berganda dan bantuan program SPSS versi 25.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Fasilitas Armada, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This study focuses on the relationship between customer satisfaction, price perception, and armada facilities and customer satisfaction at PT. Rafa Anugerah Sentosa, which is located in Surabaya. The method used in this study is a quantitative deskriptif approach with the goal of illustrating and methodically analyzing the data. The sample selection technique used is complete sampling, in which 30 samples are selected to provide representative examples of the population under study. Data analysis is carried out using berganda regresi, which is supported by SPSS version 25

Keywords: *Service Quality, Price Perception, Fleet Facilities, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Kesuksesan dalam sektor transportasi di Indonesia banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang mencakup di antaranya fasilitas armada yang berfungsi sebagai alat untuk membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memastikan logistik berjalan dengan lancar. Jasa transportasi merupakan salah satu fasilitas komersial yang menawarkan berbagai macam layanan, misalnya saja pelayanan pengiriman barang logistik, transportasi umum, militer dan industri konstruksi.

PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya didirikan pada tahun 2023 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan jasa transportasi di Pulau Jawa, khususnya dalam bidang transportasi *trucking*.

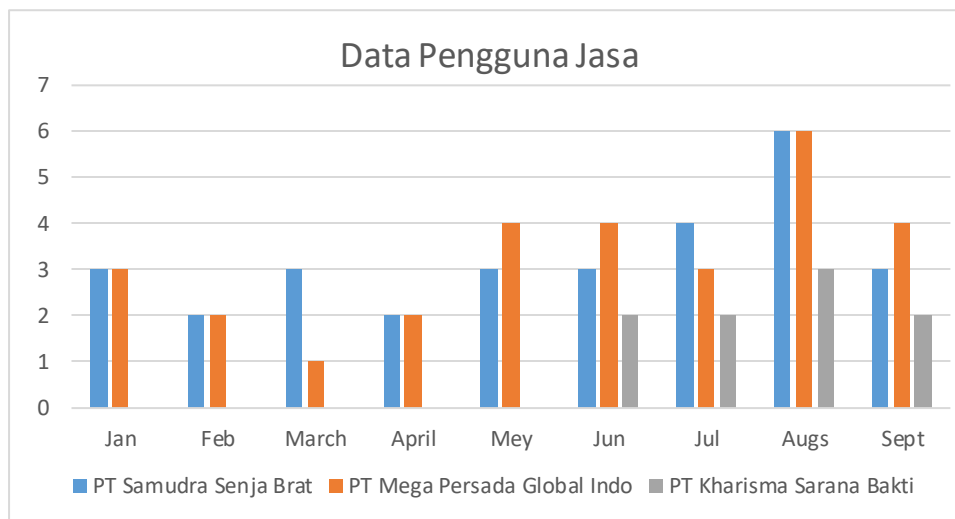


Diagram diatas menunjukkan 3 perusahaan dengan pengguna jasa terbanyak dari bulan Januari - September. Pergerakan jumlah pengguna jasa PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya menunjukkan fluktuasi yang signifikan. Di pengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti banyaknya permintaan barang, harga barang, dan selera pelanggan.

PT. Samudra Senja Barat dan PT. Mega Persada Global Indo, mengalami kenaikan tajam pada bulan Agustus, yang bisa menunjukkan pemulihan atau prospek pertumbuhan yang positif. Sementara perusahaan lain seperti PT. Khariama Sarana Bakti menunjukkan penurunan yang mencerminkan tentang permasalahan di industri. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa pentingnya analisis yang lebih mendalam terhadap mutu layanan, pandangan mengenai harga, dan sarana armada perusahaan.

Berdasarkan data pengguna jasa PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya menunjukkan adanya perkembangan di setiap bulannya. Hal tersebut di pengaruhi oleh pemenuhan fasilitas yang semakin memadai seperti, penambahan transportasi, penambahan biaya untuk jasa pengangkutan barang, penambahan biaya pengawalan, depo, dan repair. Depo adalah Tempat penyimpanan sementara barang sebelum dikirim ke tujuan akhir. Depo juga bisa disebut gudang atau pusat distribusi, depo berperan penting dalam memastikan kelancaran pengiriman barang, terutama dalam industri logistik dan transportasi. Sementara repair adalah upaya untuk memperbaiki kerusakan atau cacat pada kendaraan operasional agar tetap berfungsi dengan baik dan aman.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas armada terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya memiliki urgensi yang penting, hal ini dikarenakan jasa transportasi sangat penting dalam mendukung kegiatan ekonomi, perdagangan, dan mobilitas masyarakat, serta mencakup sektor industri.

Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

Menentukan pasar yang dituju dan mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah pelanggan adalah pekerjaan yang disebut manajemen pemasaran. Untuk mencapai hal ini, nilai pelanggan yang unggul diciptakan, dikomunikasikan, dan disampaikan. Proses ini mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan organisasi melalui hubungan yang saling menguntungkan dengan pembeli sasaran. (Dr. Meithiana Indrasari, 2019:2).

Manajemen pemasaran terjadi ketika satu pihak dalam suatu proses pertukaran mempertimbangkan cara untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pihak

lainnya. Tujuan perusahaan dapat tercapai jika usaha yang dilakukan sejalan dengan pelaksanaan pemasaran yang efektif. Proses ini mencakup berbagai aktivitas mulai dari riset pasar, inovasi produk atau layanan, penetapan tarif yang tepat, iklan, hingga distribusi.

Pemasaran juga melibatkan analisis kompetitor dan perubahan tren pasar untuk membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih baik dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Dengan pemasaran yang efektif, perusahaan dapat membangun citra merek yang tangguh, mendapatkan *customer* baru, dan menjaga loyalitas pelanggan yang sebelumnya ada, yang semuanya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Supriyono (2019:57) Pelayanan adalah serangkaian aktivitas dilakukan organisasi memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga menciptakan pengalaman yang khas. Dengan adanya pelayanan yang berkualitas, konsumen akan merasakan kepuasan. Oleh karena itu, pelayanan merupakan elemen yang sangat penting dalam upaya menarik minat konsumen untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan.

Pertumbuhan perusahann membuat persaingan yang ketat, berbagai metode diterapkan. untuk mendapatkan Pelanggan dan menjaga loyalitas mereka. Salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah dengan meningkatkan kualitas layanan yang memuaskan.

Indikator Pelayanan

Menurut (R. Rizky et al., 2022) Dalam konteks Pemasaran adalah:

1. Reliabilitas
2. Responsivitas
3. Jaminan (assurance)
4. Empati
5. Bukti

Berdasarkan penelitian tersebut hipotesis pertama:

H1: Diduga Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.

Persepsi Harga

Harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya berperan dalam menambah biaya. Selain itu, harga juga mencerminkan posisi nilai yang ingin ditunjukkan perusahaan terhadap produk atau mereknya (Kotler & Keller, 2016:484).

Persepsi harga adalah evaluasi yang dilakukan konsumen antara harga yang mereka terima berdasarkan informasi yang diperoleh dan harga yang sebenarnya dibayarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Harga merupakan jumlah uang harus dibayarkan oleh konsumen untuk suatu produk, sebagai kompensasi atas manfaat atau layanan yang diterima dengan keunggulan yang ditawarkan oleh produk tersebut (Ridho, 2021).

Indikator Persepsi Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:78). Terdapat empat indikator yang menggambarkan harga, yaitu:

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Daya saing harga

Berdasarkan penelitian tersebut hipotesis kedua:

H2: Diduga Persepsi Harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.

Fasilitas Armada

Menurut Kotler dalam (Agustina, 2021) Segala sesuatu yang secara sengaja disediakan oleh penyedia layanan untuk digunakan dan dinikmati oleh pelanggan demi meningkatkan kepuasan mereka dianggap sebagai fasilitas.

Indikator yang meliputi fasilitas armada:

1. Kelayakan Kendaraan
2. Umur Kendaraan
3. Kelengkapan Surat – Surat
4. Pemeliharaan Berkala.

Berdasarkan penelitian tersebut hipotesis ketiga:

H3: Diduga Fasilitas Armada terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan bahagia atau kecewa yang dialami seseorang ketika membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan kinerja atau hasil yang diharapkan. Ketika hasilnya tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika hasilnya sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Jika hasilnya bahkan melebihi harapan, pelanggan akan merasakan tingkat kepuasan yang sangat tinggi atau merasa sangat senang. (Sambodo Rio Sasongko, 2021).

Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Dr. Meithiana Indrasari, (2019: 88-90) dalam terdapat tujuh indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Customer Centered
2. Ghost shopper
3. Customer loss rate
4. Survey Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian tersebut hipotesis ke empat:

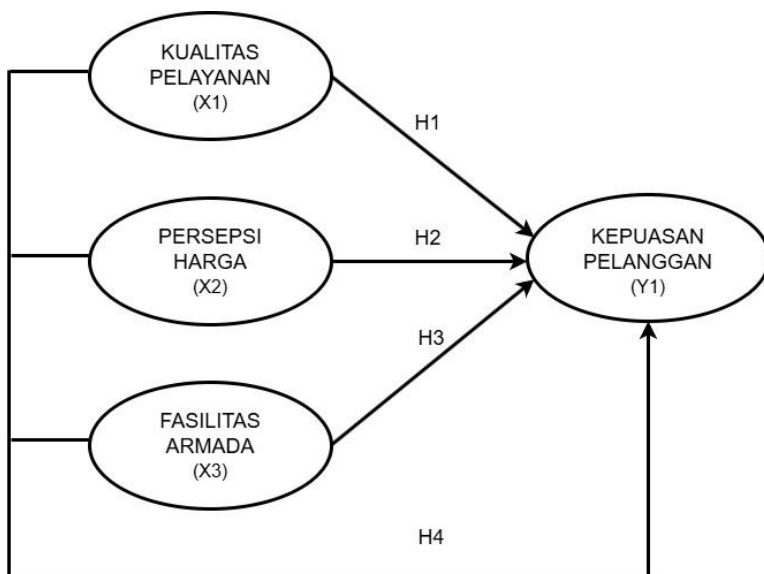
H4: Diduga Kualitas Pelayanan, persepsi harga dan fasilitas armada secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.

Metode penelitian

Studi ini mengkaji pengaruh antara kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas armada terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang diterapkan dalam studi ini adalah kuantitatif. Populasi dan sampel yang diteliti adalah seluruh pelanggan PT. Rafa Anugerah

Sentosa di Surabaya sebanyak 30 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuisisioner dan analisis jawaban kuisisioner menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban. Alat pemecahan yang diterapkan dalam studi ini mencakup uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), regresi linier berganda, uji t, uji f, serta koefisien determinasi yang dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS.

Kerangka konseptual



Hasil dan Pembahasan

Hasil uji validitas instrumen

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Sig	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.679	0.3610	0.000	valid
	X1.2	0.677	0.3610	0.000	valid
	X1.3	0.631	0.3610	0.000	valid
	X1.4	0.672	0.3610	0.000	valid
	X1.5	0.656	0.3610	0.000	valid

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Fasilitas Armada Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rafa Anugerah Sentosa Di Surabaya
(Nelly Aqlydia, Fausta Ari Barata, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.129-146)

Persepsi Harga	X2.1	0.843	0.3610	0.000	valid
	X2.2	0.634	0.3610	0.000	valid
	X2.3	0.731	0.3610	0.000	valid
	X2.4	0.549	0.3610	0.002	valid
Fasilitas Armada	X3.1	0.789	0.3610	0.000	valid
	X3.2	0.640	0.3610	0.000	valid
	X3.3	0.727	0.3610	0.000	valid
	X3.4	0.653	0.3610	0.000	valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0.857	0.3610	0.000	valid
	Y2	0.683	0.3610	0.000	valid
	Y3	0.770	0.3610	0.000	valid
	Y4	0.726	0.3610	0.000	valid

Terdapat seluruh item pernyataan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel dan hasil yang signifikan kurang dari 0.05. Dinyatakan setiap pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil uji reliabilitas instrument

Variabel	Nilai Perhitungan Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha (a)	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.678	0,60	Reliabel
Persepsi Harga	0.642	0,60	Reliabel
Fasilitas Armada	0.629	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.741	0,60	Reliabel

Variabel yang ditampilkan tabel berikut menunjukkan bahwa memiliki nilai Cronbach's alpha lebih dari 0.60, instrumen penelitian dapat dianggap reliabel. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, fasilitas armada, dan kepuasan pelanggan memiliki tingkat reliabilitas yang baik tingkat keandalan yang baik dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients								
Model		Unstandardied Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistic	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1.	(Constant)	8.517	1.699		5.014	.000		
	Kualitas Pelayanan	.385	.087	.715	4.422	.000	.592	1.688
	Persepsi Haraga	.292	.093	.512	3.131	.004	.580	1.725
	Fasilitas Armada	.313	.108	.432	2.897	.008	.695	1.438

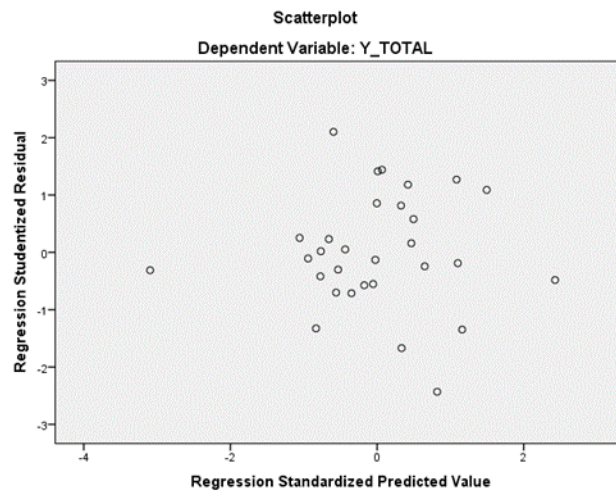
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Fasilitas Armada Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rafa Anugerah Sentosa Di Surabaya
(Nelly Aqlydia, Fausta Ari Barata, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.129-146)

Tabel tersebut, diketahui bahwa nilai toleransi untuk semua variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinaritas antar variabel bebas tersebut.

Uji heteroskedastisias



Grafik scatterplot mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, karena titik menyebar secara acak dan tidak berpola sehingga model regresi tersebut dapat dianggap layak untuk digunakan dalam memprediksi variabel kepuasan pelanggan.

Uji analisis regresi linier berganda

Coefficients			
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error
		B	
1.	(Constant)	8.517	1.699
	Kualitas Pelayanan	.385	.087
	Persepsi Harga	.292	.093
	Fasilitas Aramada	.313	.108
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh:

$$Y = 8.517 + 0,385 X_1 + 0,292 X_2 + 0,313 X_3$$

Model persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai 8.517 yang menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas armada bernilai 0, maka nilai kepuasan pelanggan sama dengan 8.517.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai 0,385, yang menunjukkan arah hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa apabila X_1 (kualitas pelayanan) naik sebesar satu satuan maka variabel Y (kepuasan pelanggan) naik sebesar 0,385 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien persepsi harga bernilai 0,292, yang menunjukkan hubungan positif antara variabel persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa apabila X_2 (persepsi harga) naik sebesar satu satuan maka variabel Y (kepuasan pelanggan) naik sebesar 0,292 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Koefisien regresi fasilitas armada bernilai 0,313, yang menunjukkan hubungan positif antara variabel fasilitas armada terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa apabila X_3 (fasilitas armada) naik sebesar satu satuan maka variabel Y (kepuasan pelanggan) naik sebesar 0,313 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Fasilitas Armada Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rafa Anugerah Sentosa Di Surabaya
 (Nelly Aqlydia, Fausta Ari Barata, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.129-146)

Uji deterninasi koefisien (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.551	.84913
a.Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Fasilitas Armada				

Pada tabel tersebut diketahui besarnya kontribusi Variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas armada dalam menjelaskan variabel dependen kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang logistik (container) di Surabaya memiliki nilai sebesar 0.597. Ini menunjukkan bahwa 55,6% dari variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perubahan seluruh variabel independen tersebut, yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas armada. Dengan demikian, sebesar 40,3% masih dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

Pengujian hipotesis

Uji signifikasi parsial (uji t)

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	8.517	1.699		5.014	.000
	Kualitas Pelayanan	.385	.087	.715	4.422	.000
	Persepsi Harga	.292	.093	.512	3.131	.004

	Fasilitas Armada	.313	.108	.432	2.897	.008
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

1. Uji Hipotesis 1

Uji t statistik untuk kualitas pelayanan menghasilkan nilai t hitung sebesar 4.422, yang lebih besar dari t tabel 1.705, dan nilai Sig. 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga H1 dapat diterima dengan nilai signifikansi 0.000 yang kurang dari 0.05.

2. Uji Hipotesis 2

Uji t statistik untuk variabel persepsi harga menghasilkan nilai t hitung sebesar 3.131, yang lebih besar dari t tabel 1.705, dan nilai Sig. 0.004, yang lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk jasa. Sehingga H2 dapat diterima dengan nilai signifikansi 0.004 yang kurang dari 0.05.

3. Uji Hipotesis 3

Uji t statistik untuk fasilitas armada menghasilkan nilai t hitung sebesar 2.897, yang lebih besar daripada t tabel 1.705, serta nilai Sig. 0.008, yang lebih kecil daripada 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas armada memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa. Sehingga H3 dapat diterima dengan nilai signifikansi 0.008 yang kurang dari 0.05.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Fasilitas Armada Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rafa Anugerah Sentosa Di Surabaya
(Nelly Aqlydia, Fausta Ari Barata, 2025)

TOMAN: Jurnal Topik Manajemen Vol. 2, No. 1, Januari 2025, (Hal.129-146)

Uji signifikansi simultan (uji f)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1.	Regression	27.805	3	9.268	12.854	.000 ^b
	Residual	18.746	26	.721		
	Total	46.551	29			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Fasilitas Armada						

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai f hitung adalah 12.854 dengan tingkat signifikansi 0.000, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai α (level of significance) yaitu 0.05. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas armada secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa.

Pembahasan hasil temuan penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.

Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya menunjukkan hasil uji hipotesis dengan nilai t hitung sebesar 4.422, yang lebih besar dari t tabel 1.705, serta nilai signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Rafa Anugerah Sentosa. Oleh karena itu, hipotesis pertama dapat diterima karena nilai signifikansinya adalah 0.000, yang kurang dari 0.05.

2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya

Pengaruh variabel persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya menunjukkan hasil uji hipotesis dengan nilai t hitung sebesar 3.131, yang lebih besar dari t tabel 1.705, serta nilai signifikansi 0.004 yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Rafa Anugerah Sentosa. Oleh karena itu, hipotesis kedua dapat diterima karena nilai signifikansinya adalah 0.004, yang kurang dari 0.05.

3. Pengaruh Fasilitas Armada Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya

Pengaruh variabel fasilitas armada terhadap kepuasan pelanggan di PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya menunjukkan hasil uji hipotesis dengan nilai t hitung sebesar 2.897, yang lebih besar dari t tabel 1.705, serta nilai signifikansi 0.008 yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel fasilitas armada memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Rafa Anugerah Sentosa. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat diterima karena nilai signifikansinya adalah 0.008, yang kurang dari 0.05.

Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisis terhadap hasilnya dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menilai Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas armada terhadap kepuasan pelanggan di PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan.

Pada akhir dalam kajian ini mendapatkan simpulan dengan berbagai point dan akan megakhiri penelitian yaitu:

1. Uji t yang dilakukan untuk mengetahui variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya. Dengan t hitung sebesar $4,422 >$ dari t tabel 1,705, dengan signifikansi $0,000 <$ dari 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan

semakin tinggi intensitas kualitas pelayanan, semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.

2. Uji t yang dilakukan untuk variabel bebas persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya. Dengan t hitung sebesar $3,131 > t$ tabel $1,705$ dengan sinifikasi $0,004 > 0.05$. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi intensitas persepsi harga, semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.
3. Uji t yang dilakukan untuk variabel bebas fasilitas armada berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya. Dengan t hitung sebesar $2,897 > t$ tabel $1,705$ dengan sinifikasi $0,008 > 0.05$. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi intensitas fasilitas armada semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya.
4. Terdapat pengaruh secara simultan dari variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan, Persepsi harga, fasilitas armada terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Rafa Anugrah Sentosa di Surabaya . Dengan demikian hasil uji f yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Rafa Anugrah Sentosa di Surabaya. Dengan tingakat signifikansi kurang dari $0,05$ sebesar $0,000$ dengan f hitung sebesar $12,854$.
5. Variabel kualitas pelayanan (X1) adalah variabel yang memiliki pengaruh atau dominan terhadap kepuasana pelanggan PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya, dengan niali t hitung tertinggi sebesar $4,422$ dan nilai signifikan terkecil $0,000$.

Dengan demikian dari hasil tersebut maka variabel yang paling berpengaruh dan dominan terhadap kepuasan pealnggan pada PT. Rafa Anugerah Sentosa di Surabaya adalah variabel kualitas pelayanan (X1) yang telah terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

Daftar Pustaka

- Agustina, N. (2021). Pengaruh Penjualan Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Butik D2 Store Kota Makassar. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). Unitomo Pers. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17 ed.). Pearson Education.
- Meita Putri, A. R., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Sucofindo (Persero) Cabang Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 767. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.644>
- Rizky, R., Habriyanto, H., & Prasaja, A. S. (2022). Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Wong Solo Kota Jambi. *UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>