**ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin**
**Vol.5, No.10, September 2026**

# Pengaruh Pelayanan Parkir terhadap Kepuasan Pelanggan di Apartemen Trivium PT. Sky Parking Utama

**Sunggu Simbolon[1], Ifah Masrifah[2], Linda Noviza[3]**
[1,2,3]Universitas Panca Sakti Bekasi, Indonesia
E-mail: sunggusimbolon@student.upsbekasi.ac.id[1]

**Article History:**
Received: 13 September 2026
Revised: 16 September 2026
Accepted: 20 September 2026

**Keywords:** *pelayanan parkir; kepuasan pelanggan; kualitas pelayanan; manajemen parkir; pengalaman pelanggan*

***Abstrak:*** *Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pelayanan parkir terhadap kepuasan pelanggan PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori melalui survei terhadap 100 pengguna layanan parkir yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($p < 0,001$). Model regresi menghasilkan nilai koefisien determinasi ($R^2$) sebesar 0,936, yang menunjukkan bahwa pelayanan parkir mampu menjelaskan 93,6% variasi kepuasan pelanggan pada sampel penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan terhadap layanan parkir memiliki keterkaitan yang kuat dengan tingkat kepuasan mereka, sehingga pengelolaan parkir perlu diposisikan sebagai bagian penting dari keseluruhan pengalaman layanan pada kawasan hunian. Secara praktis, hasil penelitian menekankan pentingnya menjaga keandalan sistem pembayaran cashless dan meningkatkan kualitas interaksi petugas dengan pelanggan melalui penguatan kompetensi hospitalitas. Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pentingnya kualitas layanan parkir dalam membentuk kepuasan pengguna sekaligus menawarkan dasar bagi peningkatan pengelolaan layanan parkir yang lebih berorientasi pada pelanggan.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan pembangunan hunian vertikal di Indonesia meningkat pesat seiring pertumbuhan penduduk, urbanisasi, dan terbatasnya lahan untuk perumahan horizontal, khususnya di wilayah perkotaan. Apartemen menjadi alternatif hunian yang banyak dipilih masyarakat karena menawarkan akses strategis serta berbagai fasilitas penunjang, salah satunya adalah area parkir. Fasilitas parkir tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan kendaraan, tetapi juga merupakan bagian dari pelayanan yang diberikan pengelola kepada penghuni maupun pengunjung. Semakin baik pelayanan parkir yang diberikan, semakin tinggi pula kenyamanan yang dirasakan

pengguna; sebaliknya, pelayanan yang kurang memadai dapat memicu antrean, kesulitan memperoleh ruang parkir, hingga meningkatnya keluhan pelanggan.

Kabupaten Bekasi sebagai wilayah penyangga DKI Jakarta memiliki tingkat pertumbuhan penduduk dan aktivitas ekonomi yang tinggi, sehingga mobilitas masyarakat dan penggunaan kendaraan pribadi terus meningkat. Berdasarkan data Electronic Registration and Identification Fadhlurrahman (2025), jumlah kendaraan bermotor di Kabupaten Bekasi telah mencapai sekitar 2,65 juta unit, yang menuntut penyedia jasa parkir untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat, aman, nyaman, dan tertib. Menurut Kotler et al. (2022), pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui penyediaan layanan yang konsisten, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan jasa. Pelanggan yang puas cenderung menggunakan kembali jasa yang sama, memberikan rekomendasi, dan memiliki loyalitas yang lebih tinggi. Namun demikian, kondisi ideal tersebut belum sepenuhnya tercapai pada fasilitas parkir yang dikelola PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium. Berdasarkan data laporan operasional PT Sky Parking Utama (2026), kapasitas lahan parkir yang tersedia hanya 650 slot mobil dan 335 slot sepeda motor, sementara volume kendaraan aktif mencapai lebih dari 1.100 unit. Ketimpangan tersebut menimbulkan antrean kendaraan hingga 10-15 menit pada jam sibuk serta 15-20 keluhan pelanggan per minggu terkait operasional parkir.

Beberapa permasalahan utama dapat diidentifikasi dari kondisi tersebut. Pertama, terjadi kesenjangan kapasitas yang signifikan (*overcapacity*) antara ketersediaan sarana parkir dengan jumlah kendaraan penghuni, yang menciptakan kondisi parkir tidak stabil hampir setiap hari. Kedua, keterbatasan lahan memicu penumpukan kendaraan pada pintu masuk dan keluar terutama pada jam sibuk (*rush hour congestion*), yang menurunkan efisiensi mobilitas penghuni. Ketiga, tingginya frekuensi keluhan pelanggan mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan pelayanan di lapangan. Keempat, kondisi tersebut menunjukkan perlunya evaluasi menyeluruh terhadap kualitas pelayanan (*service quality gap*) agar tidak menurunkan kepuasan pelanggan secara drastis maupun merusak citra perusahaan di mata penghuni Apartemen Trivium.

Berdasarkan fenomena, data faktual, dan kajian teoretis tersebut, penelitian mengenai pengaruh Pelayanan Parkir terhadap Kepuasan Pelanggan di Apartemen Trivium PT Sky Parking Utama menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran empiris mengenai kondisi pelayanan parkir saat ini sekaligus menjadi dasar evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih optimal, serta menjadi bahan pertimbangan strategis dalam pengambilan keputusan manajemen untuk meningkatkan pelayanan parkir secara berkelanjutan (*sustainable service improvement*). Selain manfaat praktis bagi perusahaan, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi akademis pada pengembangan ilmu manajemen pelayanan, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa parkir pada kawasan hunian vertikal, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat topik sejenis.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah Pelayanan Parkir berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Apartemen Trivium PT Sky Parking Utama. Penelitian ini dibatasi hanya membahas Pelayanan Parkir sebagai variabel independen dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen, pada pelanggan atau pengguna

layanan parkir di Apartemen Trivium PT Sky Parking Utama, dengan tujuan untuk mengetahui, menguji, dan membuktikan secara empiris pengaruh Pelayanan Parkir terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara teoretis, hasil penelitian diharapkan memperkaya kajian manajemen operasional dan manajemen pemasaran jasa; secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi masukan strategis bagi PT Sky Parking Utama dan Apartemen Trivium dalam membenahi layanan parkir, serta memberikan gambaran standar pelayanan yang seharusnya diterima oleh pengguna layanan.

## LANDASAN TEORI

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Manajemen Pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler et al. (2022), yang menjelaskan bagaimana perusahaan memahami pasar, menciptakan nilai, menyampaikan nilai tersebut melalui produk maupun jasa, serta membangun hubungan berkelanjutan dengan pelanggan. Dalam industri jasa, penyampaian layanan melibatkan interaksi langsung antara konsumen dan penyedia jasa sehingga fasilitas, kecepatan pelayanan, ketepatan sistem, dan rasa aman menjadi unsur yang membentuk penilaian konsumen. Konsep nilai pelanggan dan kepuasan konsumen menjadi bagian penting dalam kerangka ini: kepuasan terbentuk melalui evaluasi konsumen setelah membandingkan pengalaman aktual dengan harapan yang dimiliki sebelumnya.

Pelayanan parkir dalam penelitian ini dipahami sebagai persepsi pengguna terhadap kemampuan pengelola dalam menyediakan fasilitas dan proses pelayanan parkir yang aman, tertib, andal, mudah digunakan, dan sesuai kebutuhan pengguna. Sugiarto dan Octaviana (2021) serta Kuncoro et al. (2022) menjelaskan bahwa pelayanan dapat direpresentasikan melalui pendekatan SERVQUAL dengan lima dimensi, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut relevan digunakan pada jasa parkir karena mencakup aspek fasilitas fisik sekaligus proses interaksi pelayanan yang dialami pengguna, dan penilaian dilakukan dengan membandingkan kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan; semakin kecil kesenjangan tersebut, semakin baik pelayanan yang dirasakan.

Secara lebih rinci, pelayanan parkir dipengaruhi oleh lima faktor utama. Pertama, faktor fasilitas fisik, yaitu kondisi yang secara langsung dapat diamati pengguna seperti kelayakan mesin tiket dan palang pintu, kebersihan area parkir, kejelasan rambu atau petunjuk arah, serta kecukupan pencahayaan (Cahyani et al., 2024). Kedua, faktor keandalan sistem operasional, yaitu kebutuhan pengguna atas sistem parkir yang bekerja secara akurat dan konsisten, termasuk sistem komputerisasi tiket, perhitungan tarif, serta proses kendaraan keluar-masuk, karena gangguan pada perangkat dapat menyebabkan antrean dan menurunkan kenyamanan. Ketiga, faktor sumber daya manusia, yaitu kecepatan petugas memberikan bantuan, mengarahkan kendaraan ketika kondisi parkir penuh, serta menyelesaikan permasalahan pengguna, yang memengaruhi persepsi terhadap pelayanan (Cahyani et al., 2024). Keempat, faktor keamanan, yaitu kepastian bahwa kendaraan berada dalam kondisi terlindungi melalui keberadaan petugas, sistem pengawasan CCTV, serta mekanisme pengamanan kendaraan (Kuncoro et al., 2022). Kelima, faktor teknologi, yaitu keandalan sistem tiket, pembayaran, akses masuk-keluar, maupun sistem informasi parkir yang dapat meningkatkan kemudahan akses dan efisiensi penggunaan fasilitas (Zhang et al., 2023).

Sementara itu, Kepuasan Pelanggan merupakan evaluasi pelanggan setelah memperoleh dan merasakan pelayanan yang diberikan, yang dalam penelitian ini tercermin melalui kepuasan

keseluruhan, kesesuaian pelayanan dengan harapan, minat menggunakan kembali, kesesuaian tarif dengan fasilitas, serta kesediaan merekomendasikan layanan. Hasil penelitian Sugiarto dan Octaviana (2021) menunjukkan bahwa dimensi-dimensi SERVQUAL secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Kuncoro et al. (2022) membuktikan relevansi pendekatan tersebut pada evaluasi pelayanan lahan parkir dengan cara membandingkan pelayanan yang dirasakan pengguna dengan pelayanan yang diharapkan, di mana semakin kecil kesenjangan antara kondisi aktual dan harapan pengguna, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan.

Untuk memberikan dasar perbandingan yang kuat dan menunjukkan orisinalitas penelitian, Tabel 1 menyajikan ringkasan penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel Pelayanan Parkir (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 1. Ringkasan Penelitian Relevan**

| Peneliti (Tahun) | Fokus Penelitian | Temuan Utama |
|---|---|---|
| Maulana (2026) | Kepuasan pengguna terhadap pelayanan parkir | Keamanan kendaraan, pencahayaan, akses, CCTV, kapasitas, dan pengaturan parkir merupakan atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna. |
| Wirahaji & Sutapa (2021) | Keandalan fasilitas terhadap kepuasan penghuni apartemen | Kepuasan penghuni sangat dipengaruhi kenyamanan operasional dan efisiensi akses fasilitas |
| Alimin & Eddy (2023) | SOP dan kualitas pelayanan | Penerapan SOP dan manajemen keselamatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. |
| Irawan & Alversia (2024) | Kualitas layanan, kepuasan, niat menggunakan kembali, dan loyalitas pelanggan pada fasilitas rest area jalan tol. | Kepuasan meningkatkan niat menggunakan kembali layanan, sedangkan kualitas pelayanan berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. |
| Cahyani et al. (2024) | Kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna sistem parkir berbasis SERVQUAL. | Dimensi *tangibles* dan *responsiveness* menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengguna sistem parkir. |
| Channamallu et al. (2025) | Kepuasan pengguna terhadap aplikasi *smart parking* dan faktor-faktor yang memengaruhinya. | *Usability, reliability, responsiveness, accuracy*, dan *data privacy* menjadi faktor penting yang membentuk kepuasan pengguna *smart parking*. |
| Afhami & Hasin (2023) | SOP dan kualitas pelayanan | Penerapan SOP dan manajemen keselamatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. |
| Putra et al. (2022) | Persepsi pengguna terhadap fasilitas dan infrastruktur parkir gedung | Dimensi *tangibles* (pencahayaan, marka) krusial dalam menciptakan persepsi aman |

*Sumber: Diolah oleh peneliti dari berbagai jurnal, 2026*

Berdasarkan Tabel 1, variabel Pelayanan Parkir dan Kepuasan Pelanggan telah banyak dikaji dalam berbagai konteks, sudut pandang, maupun objek penelitian yang variatif, dan secara teoretis maupun empiris kesepuluh literatur tersebut memberikan landasan yang kokoh bahwa pengelolaan dimensi pelayanan memegang peranan krusial dalam membentuk kepuasan pengguna jasa transportasi dan perparkiran. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki distingsi dibandingkan penelitian terdahulu pada tiga aspek utama. Pertama, dari sisi integrasi variabel secara kausal: berbeda dengan penelitian yang membatasi analisisnya pada aspek deskriptif kualitatif atau evaluasi SOP internal (Cahyani et al., 2024; Afhami & Hasin, 2023), penelitian ini menguji pengaruh kausal kelima dimensi SERVQUAL sebagai satu kesatuan variabel independen terhadap kepuasan pelanggan melalui pendekatan kuantitatif empiris. Kedua, dari sisi spesifikasi objek dan lokasi: mayoritas studi terdahulu berlokus pada kawasan komersial makro atau industri

jasa transportasi secara umum (Kurniawan & Santoso, 2023; Irawan & Alversia, 2024; Putra et al, 2022), sedangkan penelitian ini berfokus pada ekosistem yang lebih spesifik, yaitu area parkir vertikal terintegrasi di Apartemen Trivium yang digunakan secara rutin setiap hari (*highly repetitive usage*). Ketiga, dari sisi kontekstualisasi fenomena lapangan: penelitian ini secara khusus menjawab problematika riil berupa ketidakseimbangan kapasitas lahan (*overcapacity*) dan antrean pada jam sibuk (*rush hour congestion*), berbeda dengan penelitian Channamallu et al. (2025) yang berfokus pada otomasi sistem teknologi.

Pengukuran variabel Pelayanan Parkir dalam penelitian ini menggunakan pendekatan SERVQUAL yang dijabarkan ke dalam lima dimensi berikut. Bukti fisik (*tangibles*) menggambarkan kondisi fasilitas dan perangkat nyata yang menunjang pelayanan, direpresentasikan melalui keberfungsian mesin tiket dan palang pintu, kebersihan area serta kejelasan rambu penunjuk arah, dan kecukupan penerangan. Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan pengelola memberikan pelayanan secara akurat dan konsisten, diukur melalui keakuratan sistem komputerisasi tiket dan tarif serta kelancaran proses keluar-masuk kendaraan. Daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan kesediaan dan kecepatan petugas memberikan bantuan, diukur melalui kecepatan membantu kendala pengguna dan kesigapan mengarahkan kendaraan saat area penuh. Jaminan (*assurance*) berkaitan dengan kemampuan menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman melalui keberadaan petugas dan pengawasan CCTV. Empati (*empathy*) tercermin melalui keramahan, kesopanan, dan perhatian petugas terhadap kebutuhan individual pengguna jasa parkir.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel Pelayanan Parkir (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Tjiptono (2019), pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui penyampaian pelayanan yang sesuai dengan standar yang diharapkan, sehingga semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pengelola parkir, semakin besar kemungkinan pelanggan memberikan penilaian yang positif. Kelima dimensi Pelayanan Parkir tersebut selanjutnya disesuaikan dengan karakteristik pelayanan parkir PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium, meliputi kondisi fasilitas parkir, keandalan sistem tiket dan proses keluar-masuk kendaraan, ketanggapan petugas, jaminan keamanan kendaraan, serta keramahan dan perhatian petugas terhadap kebutuhan pengguna. Sementara itu, Kepuasan Pelanggan (Y) tercermin melalui kepuasan secara keseluruhan, kesesuaian pelayanan dengan harapan, minat menggunakan kembali layanan, kesesuaian antara tarif dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima, serta kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan bahwa semakin baik Pelayanan Parkir yang diberikan oleh PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium, maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan; sebaliknya, apabila Pelayanan Parkir yang diterima pengguna semakin rendah, maka tingkat Kepuasan Pelanggan cenderung menurun. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah: H0: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Parkir terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium; Ha: terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Parkir terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada area operasional parkir PT Sky Parking Utama yang berlokasi di Apartemen Trivium Terrace Apartments, Lippo Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, dan berlangsung selama kurang lebih lima minggu pada periode Mei-Juni 2026. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif melalui strategi survei, di mana Pelayanan Parkir berperan sebagai variabel independen (X) dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju sampai 5 = Sangat Setuju) yang disebarkan secara daring melalui Google Form, didukung dengan teknik observasi langsung terhadap alur masuk, sistem pembayaran, CCTV, marka, dan perilaku petugas di lapangan.

Populasi penelitian mencakup seluruh pengguna jasa parkir PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium, baik penghuni tetap maupun pengunjung harian, yang jumlahnya bersifat tidak terhingga (infinite population) karena volume kedatangan pengunjung berfluktuasi setiap hari dan jumlah pasti keseluruhan pengguna jasa secara akumulatif tidak dapat diketahui secara konkret. Ukuran sampel minimal dihitung menggunakan rumus Rao Purba: $n = Z^2 / 4(moe)^2$, dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1{,}96$) dan margin of error 10% ($moe = 0{,}10$), sehingga diperoleh $n = (1{,}96)^2 / 4(0{,}10)^2 = 3{,}8416 / 0{,}04 = 96{,}04$ responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk meningkatkan kecukupan data dalam analisis statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling, yaitu siapa saja pengguna jasa parkir yang secara kebetulan ditemui peneliti dan memenuhi kriteria dijadikan responden hingga kuota sampel terpenuhi. Pendekatan ini diakui memiliki keterbatasan metodologis dalam hal representasi, sehingga generalisasi hasil penelitian terhadap seluruh populasi pengguna jasa parkir menjadi terbatas dan lebih spesifik pada karakteristik responden yang berpartisipasi selama periode pengumpulan data.

Lokasi penelitian dipilih karena PT Sky Parking Utama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan jasa parkir dan melayani dua jenis pengguna, yaitu penghuni tetap (tenant/member) dan pengunjung harian (visitor/casual). Sistem pengelolaan parkir di lokasi ini telah menggunakan teknologi modern berupa barrier gate otomatis dengan sistem tiket elektronik, sistem pembayaran cashless maupun tunai, pengawasan keamanan 24 jam melalui CCTV dan petugas lapangan, marka dan rambu parkir yang jelas, serta pembagian area parkir berdasarkan jenis kendaraan.

Variabel Pelayanan Parkir (X) dioperasionalkan melalui lima dimensi SERVQUAL (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) dengan 11 item pernyataan, sedangkan Kepuasan Pelanggan (Y) diukur melalui lima indikator (kepuasan keseluruhan, kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, kesesuaian harga, dan rekomendasi) dengan 5 item pernyataan, sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.

**Tabel 2. Definisi Operasional Variabel**

| Variabel | Dimensi/Indikator | Nomor Item | Skala |
|---|---|---|---|
| Pelayanan Parkir (X) | *Tangibles* | 1-3 | Likert 1-5 |
| | *Reliability* | 4-5 | Likert 1-5 |
| | *Responsiveness* | 6-7 | Likert 1-5 |
| | *Assurance* | 8-9 | Likert 1-5 |
| | *Empathy* | 10-11 | Likert 1-5 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Kepuasan keseluruhan | 1 | Likert 1-5 |

| | | |
|---|---|---|
| Kesesuaian harapan | 2 | Likert 1-5 |
| Minat menggunakan kembali | 3 | Likert 1-5 |
| Kesesuaian harga | 4 | Likert 1-5 |
| Rekomendasi | 5 | Likert 1-5 |

*Sumber: Diteliti oleh peneliti, 2026*

Sebelum instrumen disebarkan secara massal kepada 100 sampel utama, dilakukan uji coba instrumen (pilot test) terlebih dahulu untuk memastikan keabsahan data melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menilai sejauh mana kuesioner mampu menggali data yang dibutuhkan secara tepat menggunakan rumus Korelasi Product Moment dari Pearson, dengan kriteria butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel pada taraf signifikansi 5%. Uji reliabilitas mengukur konsistensi instrumen menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilainya > 0,60 (Ghozali, 2021). Untuk mendukung objektivitas data kuesioner, peneliti juga melakukan teknik observasi langsung terhadap alur masuk kendaraan, sistem pembayaran, ketersediaan CCTV, penataan marka, dan perilaku petugas di lapangan, serta studi kepustakaan terhadap literatur ilmiah tahun 2021 ke atas untuk membangun landasan teoretis yang kuat.

Seluruh data diolah secara komputerisasi menggunakan IBM SPSS versi 26 melalui tahapan: (1) uji instrumen berupa uji validitas dengan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas dengan koefisien Cronbach's Alpha (dinyatakan reliabel apabila nilai > 0,60); (2) analisis statistik deskriptif berupa nilai mean dan standar deviasi, yang diklasifikasikan ke dalam lima rentang skala interval (4,21-5,00 sangat baik/sangat puas; 3,41-4,20 baik/puas; 2,61-3,40 cukup baik/cukup puas; 1,81-2,60 tidak baik/tidak puas; dan 1,00-1,80 sangat tidak baik/sangat tidak puas); (3) uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji linearitas (ANOVA Test for Linearity), dan uji heteroskedastisitas (grafik scatterplot dan Uji Glejser); serta (4) analisis statistik inferensial berupa regresi linear sederhana ($\hat{Y} = a + bX$), koefisien korelasi (R), koefisien determinasi ($R^2$), dan uji signifikansi parsial (uji t) pada taraf signifikansi 5%. Kriteria pengambilan keputusan uji t menetapkan bahwa apabila t hitung > t tabel pada taraf signifikansi 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang menjadi bukti empiris bahwa Pelayanan Parkir (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi dan Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna jasa parkir PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium. Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai subjek penelitian sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Karakteristik Responden**

| Kategori | Kelompok | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 51 | 51% |
| | Perempuan | 49 | 49% |
| Usia | < 20 Tahun | 8 | 8% |
| | 21-30 Tahun | 43 | 43% |
| | 31-40 Tahun | 31 | 31% |
| | > 40 Tahun | 18 | 18% |
| Jenis Kendaraan | Sepeda Motor | 64 | 64% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Mobil | 36 | 36% |
| Status Pengguna | Penghuni (Member) | 48 | 48% |
| | Tamu/Pengunjung (Casual) | 52 | 52% |

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2026*

Berdasarkan Tabel 3, komposisi responden berdasarkan jenis kelamin relatif seimbang antara laki-laki (51%) dan perempuan (49%). Mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif 21-30 tahun (43%), diikuti kelompok usia 31-40 tahun (31%). Dari sisi jenis kendaraan, mayoritas responden menggunakan sepeda motor (64%) dibandingkan mobil (36%). Berdasarkan status pengguna, proporsi antara penghuni tetap (member) sebesar 48% dan tamu/pengunjung (casual) sebesar 52% relatif berimbang, sehingga penilaian terhadap pelayanan parkir dalam penelitian ini merepresentasikan perspektif dari pengguna dengan intensitas penggunaan rutin maupun insidental.

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson (r hitung) setiap butir pernyataan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% dan N = 100, yaitu sebesar 0,195. Hasil pengujian pada Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh 11 item variabel Pelayanan Parkir (X) memiliki r hitung berkisar antara 0,396 hingga 0,874, sehingga seluruhnya dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Parkir (X)**

| No. Item | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| X1.1 | 0,857 | 0,195 | Valid |
| X1.2 | 0,477 | 0,195 | Valid |
| X1.3 | 0,635 | 0,195 | Valid |
| X2.1 | 0,396 | 0,195 | Valid |
| X2.2 | 0,531 | 0,195 | Valid |
| X3.1 | 0,693 | 0,195 | Valid |
| X3.2 | 0,874 | 0,195 | Valid |
| X4.1 | 0,723 | 0,195 | Valid |
| X4.2 | 0,673 | 0,195 | Valid |
| X5.1 | 0,698 | 0,195 | Valid |
| X5.2 | 0,451 | 0,195 | Valid |

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2026*

Pengujian validitas untuk butir-butir pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dilakukan dengan tolok ukur nilai r tabel yang sama (0,195), sebagaimana disajikan pada Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

| No. Item | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Y1 | 0,862 | 0,195 | Valid |
| Y2 | 0,883 | 0,195 | Valid |
| Y3 | 0,298 | 0,195 | Valid |
| Y4 | 0,543 | 0,195 | Valid |
| Y5 | 0,820 | 0,195 | Valid |

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2026*

Berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5, seluruh 11 item pernyataan variabel Pelayanan Parkir (X) dan seluruh 5 item pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai korelasi Pearson (r hitung) yang lebih besar dari nilai r tabel (0,195). Dengan demikian, seluruh 16 butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen apabila digunakan secara berulang, dengan kriteria dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil pengujian pada Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel Pelayanan Parkir (X) memperoleh Cronbach's Alpha sebesar 0,844 dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,824, sehingga kedua instrumen dinyatakan reliabel.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Pelayanan Parkir (X) | 0,844 | 11 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,824 | 5 | Reliabel |

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2026*

### *Hasil Analisis Statistik Deskriptif*

**Tabel 7. Descriptive Statistics**

| Variabel | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Pelayanan Parkir | 100 | 43,00 | 55,00 | 49,1900 | 3,48357 |
| Kepuasan Pelanggan | 100 | 19,00 | 25,00 | 22,4500 | 1,96111 |

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2026*

Pada variabel Pelayanan Parkir, diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 49,19 dengan standar deviasi 3,48357. Nilai rata-rata yang mendekati nilai maksimum (55,00) menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi positif terhadap pelayanan parkir yang diberikan, seperti kemudahan akses, ketepatan pelayanan, keamanan kendaraan, sikap petugas, dan kenyamanan fasilitas. Standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan variasi jawaban responden masih berada dalam batas wajar, tanpa perbedaan persepsi yang ekstrem.

Pada variabel Kepuasan Pelanggan, diperoleh nilai rata-rata sebesar 22,45 dengan standar deviasi 1,96111. Nilai mean yang mendekati nilai maksimum (25,00) menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas terhadap pelayanan parkir yang diterima, dengan tingkat homogenitas persepsi yang lebih tinggi dibandingkan variabel Pelayanan Parkir. Secara keseluruhan, temuan deskriptif ini memberikan indikasi awal adanya hubungan positif antara Pelayanan Parkir dan Kepuasan Pelanggan, yang selanjutnya diuji secara statistik melalui analisis inferensial.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test terhadap data residual (N = 100) menghasilkan nilai Test Statistic sebesar 0,156 dengan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar < 0,001, yang berarti data residual belum sepenuhnya memenuhi asumsi distribusi normal secara statistik ketat. Meskipun demikian, pada penelitian dengan ukuran sampel yang relatif besar (N = 100), penilaian normalitas dapat dipertimbangkan bersama pola distribusi residual dan hasil pengujian asumsi klasik lainnya, sehingga interpretasi hasil regresi tetap

dilanjutkan dengan mempertimbangkan hasil pengujian tersebut secara komprehensif.

Uji linearitas terhadap hubungan Pelayanan Parkir (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,545 dengan signifikansi < 0,001 (< 0,05), yang mengindikasikan hubungan antara kedua variabel bersifat linear dan signifikan. Nilai Standardized Coefficients Beta sebesar 0,968 turut menegaskan bahwa hubungan antara Pelayanan Parkir dan Kepuasan Pelanggan tergolong sangat kuat.

Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui dua pendekatan. Pertama, analisis grafik scatterplot menunjukkan titik-titik data menyebar secara acak, tidak mengelompok, dan tidak membentuk pola geometris tertentu di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, yang mengindikasikan model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Kedua, hasil ini dikonfirmasi secara objektif melalui Uji Glejser pada Tabel 8, yang menunjukkan nilai signifikansi variabel Pelayanan Parkir sebesar 0,254, jauh lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas (homoskedastisitas terpenuhi).

**Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)**

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | 1,362 | 0,403 | - | 3,382 | 0,001 |
| Total_X | -0,010 | 0,008 | -0,115 | -1,148 | 0,254 |

*Variabel dependen: Abs_RES. Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2026*

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur arah hubungan dan memprediksi nilai Kepuasan Pelanggan berdasarkan perubahan Pelayanan Parkir. Hasil pengujian menghasilkan nilai konstanta (a) sebesar -4,346 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,545, sehingga diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -4{,}346 + 0{,}545X$$

Nilai konstanta negatif tidak perlu diinterpretasikan secara harfiah karena tidak terdapat kondisi riil di mana Pelayanan Parkir bernilai nol. Nilai koefisien regresi sebesar 0,545 bertanda positif menunjukkan hubungan yang searah, yaitu setiap peningkatan Pelayanan Parkir sebesar satu satuan skor akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,545 satuan skor, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil analisis koefisien korelasi (R) menunjukkan nilai sebesar 0,968, yang berada pada rentang skala interval tertinggi (0,80-1,00), sehingga Pelayanan Parkir (X) memiliki hubungan yang sangat kuat dan searah dengan Kepuasan Pelanggan (Y). Selanjutnya, hasil analisis koefisien determinasi ($R^2$) menunjukkan nilai sebesar 0,936, yang berarti variabel Pelayanan Parkir memberikan kontribusi pengaruh sebesar 93,6% terhadap variasi naik turunnya Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 6,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai $R^2$ yang sangat tinggi tersebut perlu dicermati secara metodologis karena berpotensi dipengaruhi oleh common method bias (CMB), mengingat variabel X dan Y diukur dari kelompok responden yang sama melalui instrumen self-reported pada satu waktu bersamaan (cross-sectional); meskipun demikian, temuan ini tetap membuktikan secara kuat dominannya peran Pelayanan Parkir dalam membentuk Kepuasan Pelanggan.

Uji signifikansi parsial (uji t) dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap t tabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan df = n-2, diperoleh t tabel sebesar 1,984, sebagaimana dirangkum pada Tabel 9.

**Tabel 9. Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis (Uji t)**

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | -4,346 | 0,708 | - | -6,142 | 0,000 |
| Total_X | 0,545 | 0,014 | 0,968 | 37,963 | 0,000 |

*Variabel dependen: Total_Y. Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2026*

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai t hitung sebesar 37,963 dengan signifikansi 0,000. Karena t hitung > t tabel (37,963 > 1,984) dan nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka keputusan pengujian adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan secara empiris bahwa Pelayanan Parkir (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium.

**Pembahasan**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan secara empiris bahwa Pelayanan Parkir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai t hitung yang sangat besar (37,963) mengindikasikan bahwa Pelayanan Parkir merupakan faktor pendorong utama yang menentukan tinggi rendahnya kepuasan yang dirasakan pengguna jasa parkir. Arah koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa setiap perbaikan komponen Pelayanan Parkir akan diiringi peningkatan kepuasan secara nyata, yang didukung oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,968. Pelanggan sebagai pengguna fasilitas parkir tidak hanya menilai ketersediaan lahan secara fisik, tetapi melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kenyamanan, perlindungan keamanan, kemudahan akses keluar-masuk, kecepatan transaksi, hingga profesionalisme sikap petugas lapangan.

Temuan ini menunjukkan kesesuaian dengan pendekatan *Service Quality* (SERVQUAL) sebagaimana diterapkan dalam penelitian Sugiarto dan Octaviana (2021), Kuncoro et al. (2022), serta Cahyani et al. (2024). Dalam konteks pelayanan parkir PT Sky Parking Utama, kelima dimensi SERVQUAL tercermin pada: (1) *tangibles* - keberfungsian mesin tiket dan palang pintu, kebersihan area, kejelasan rambu, dan kecukupan penerangan; (2) *reliability* - keakuratan sistem komputerisasi tiket dan tarif serta kelancaran proses keluar-masuk kendaraan; (3) *responsiveness* - kecepatan petugas membantu kendala pengguna dan kesigapan mengarahkan kendaraan saat area penuh; (4) *assurance* - keberadaan petugas dan pengawasan CCTV 24 jam yang menumbuhkan rasa aman; dan (5) *empathy* - keramahan petugas serta kesediaan mendengarkan dan menyelesaikan keluhan pelanggan. Kelima dimensi tersebut secara bersama-sama membentuk pengalaman pelayanan yang dievaluasi secara positif oleh pengguna.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan konsep kepuasan pelanggan dalam perspektif manajemen pemasaran Kotler et al. (2022), di mana kepuasan terbentuk melalui perbandingan antara pengalaman aktual dan harapan pelanggan. Tingginya penilaian pelanggan terhadap Pelayanan Parkir menunjukkan bahwa aspek fasilitas fisik, keandalan sistem, ketanggapan petugas, keamanan kendaraan, hingga perhatian petugas telah membentuk pengalaman pelayanan yang positif, yang selanjutnya berkaitan dengan tingkat Kepuasan Pelanggan yang tinggi.

Temuan ini memberikan dukungan empiris yang konsisten terhadap penelitian terdahulu. Kurniawan dan Santoso (2023) menyimpulkan bahwa jaminan keamanan merupakan elemen paling dominan dalam membentuk kepuasan pengguna jasa parkir, selaras dengan kondisi di Apartemen Trivium di mana kelengkapan fasilitas keamanan menjadi perhatian utama responden. Wirahaji & Sutapa (2021) menemukan bahwa kenyamanan operasional dan kemudahan

aksesibilitas berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna hunian modern. Alimin & Eddy (2023) menyatakan bahwa responsivitas petugas dalam menangani kendala operasional berperan penting terhadap kepuasan, sejalan dengan penilaian positif responden terhadap kesigapan petugas parkir PT Sky Parking Utama. Adapun Cahyani et al. (2024) menegaskan bahwa dimensi *reliability* dan *assurance* merupakan pilar SERVQUAL paling krusial dalam industri jasa pengelolaan parkir, yang tercermin dalam kekuatan model regresi pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, operasional pelayanan PT Sky Parking Utama secara umum telah berjalan dengan baik dan terstruktur. Penerapan sistem pembayaran non-tunai (*cashless*) dan portal otomatis berkontribusi dalam memangkas waktu antrean dan meningkatkan efisiensi akses, sementara kombinasi patroli petugas dan pengawasan CCTV 24 jam menjadi parameter yang mendapat apresiasi tertinggi dari responden. Meskipun demikian, terdapat paradoks menarik dalam penelitian ini: tingkat kepuasan pelanggan terbukti sangat tinggi (R = 0,968), padahal secara faktual terdapat keterbatasan kapasitas makro (985 slot berbanding lebih dari 1.100 unit kendaraan aktif) serta 15-20 keluhan pelanggan per minggu. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui beberapa dugaan teoretis yang didukung data deskriptif: pertama, indikasi efektivitas pemulihan layanan (*service recovery paradox*), di mana skor deskriptif dimensi *responsiveness* untuk kecepatan petugas membantu kendala tiket cukup baik (3,85) sehingga keluhan yang muncul cenderung tertangani secara cepat; kedua, kompensasi lintas dimensi SERVQUAL, di mana keterbatasan fisik jumlah slot (*tangibles*) dikompensasi oleh keunggulan pada dimensi *assurance*, tercermin dari skor deskriptif pengawasan CCTV dan jaminan rasa aman yang masing-masing mencapai 4,45 dan 4,30 (kategori sangat baik); dan ketiga, dugaan tingginya kecepatan perputaran lahan (*turnover rate*) akibat mobilitas penghuni dan pengunjung yang dinamis serta direspons baik oleh petugas (skor deskriptif kesiapan petugas 3,75), sehingga pengguna jarang mengalami kemacetan total di area parkir.

Temuan pada penelitian ini juga memperlihatkan bahwa kekuatan pengaruh Pelayanan Parkir terhadap Kepuasan Pelanggan ($R^2 = 0,936$) tergolong jauh lebih tinggi dibandingkan temuan pada beberapa penelitian sejenis di sektor jasa lain, yang umumnya berada pada kisaran 40-70%. Kondisi ini dapat dipahami dari karakteristik objek penelitian: pelayanan parkir merupakan titik sentuh (*touchpoint*) yang dialami secara langsung dan berulang oleh hampir seluruh penghuni maupun pengunjung Apartemen Trivium setiap kali mereka memasuki atau meninggalkan kawasan hunian, sehingga pengalaman pelayanan pada aspek ini memiliki bobot yang besar dalam membentuk penilaian kepuasan secara keseluruhan dibandingkan aspek pelayanan lain yang sifatnya lebih insidental. Selain itu, karena instrumen penelitian disusun secara spesifik untuk mengukur pengalaman pelayanan parkir yang konkret (*functional service encounter*), responden cenderung memiliki referensi penilaian yang jelas sehingga variasi jawaban antarresponden relatif kecil, sebagaimana tercermin dari nilai standar deviasi kedua variabel yang tidak terlalu besar pada hasil statistik deskriptif.

Dari sisi manajerial, hasil ini juga mengindikasikan bahwa strategi peningkatan kepuasan pelanggan di Apartemen Trivium tidak perlu didekati secara terpisah pada banyak variabel, melainkan dapat difokuskan secara terarah pada penguatan kualitas Pelayanan Parkir itu sendiri melalui kelima dimensi SERVQUAL. Dimensi *assurance* dan *responsiveness*, yang pada penelitian ini memperoleh skor deskriptif tertinggi, sebaiknya dipertahankan sebagai keunggulan kompetitif utama, sementara dimensi *tangibles* yang berkaitan dengan keterbatasan kapasitas fisik menjadi prioritas perbaikan jangka menengah hingga panjang karena bersifat struktural dan

membutuhkan investasi infrastruktur. Dengan demikian, pengelolaan pelayanan parkir yang berorientasi pada keseimbangan antara kecukupan fasilitas fisik dan kekuatan interaksi layanan (petugas dan sistem keamanan) diproyeksikan mampu menjaga keberlanjutan tingkat kepuasan pelanggan meskipun tantangan kapasitas belum sepenuhnya terselesaikan.

Implikasi praktis dari temuan ini penting bagi manajemen PT Sky Parking Utama dalam merumuskan strategi operasional ke depan. Mengingat kontribusi Pelayanan Parkir terhadap Kepuasan Pelanggan mencapai 93,6%, pengelola perlu mempertahankan standar layanan yang telah berjalan baik melalui: (1) program pemeliharaan preventif secara berkala terhadap perangkat keras dan lunak sistem perparkiran untuk mencegah gangguan teknis; (2) pelatihan berkala bagi petugas lini depan guna meningkatkan keterampilan komunikasi, kesigapan, dan hospitalitas, khususnya dalam menjaga efektivitas *service recovery* saat mengurai keluhan kapasitas; serta (3) evaluasi berkala melalui survei kepuasan pelanggan untuk mengidentifikasi pergeseran kebutuhan dan menangkap masukan konstruktif bagi perbaikan layanan yang berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu menjadi perhatian dalam menginterpretasikan hasilnya. Pertama, desain penelitian bersifat *cross-sectional* dengan pengukuran variabel independen dan dependen dari sumber responden yang sama pada satu waktu, sehingga berpotensi menimbulkan common method bias yang turut memengaruhi tingginya nilai koefisien determinasi. Kedua, teknik accidental sampling yang tergolong non-probability sampling memiliki keterbatasan representasi terhadap keseluruhan populasi pengguna jasa parkir, sehingga generalisasi hasil penelitian perlu dilakukan secara hati-hati. Ketiga, penelitian ini belum secara khusus mengukur variabel-variabel yang menjadi dugaan teoretis dalam menjelaskan paradoks kepuasan tinggi di tengah keterbatasan kapasitas, seperti efektivitas pemulihan layanan (*service recovery*) dan kecepatan perputaran lahan (*turnover rate*), sehingga interpretasi terhadap fenomena tersebut masih bersifat eksploratif dan memerlukan pembuktian lebih lanjut pada penelitian mendatang.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sky Parking Utama di Apartemen Trivium. Temuan tersebut menegaskan bahwa pengalaman pelanggan terhadap layanan parkir tidak semata-mata ditentukan oleh tersedianya ruang parkir, tetapi juga oleh bagaimana layanan dikelola, termasuk kelancaran akses, ketertiban operasional, daya tanggap petugas, serta kemampuan penyedia layanan dalam menangani kendala yang muncul selama proses penggunaan fasilitas parkir.

Hubungan yang sangat kuat antara pelayanan parkir dan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pengelolaan parkir merupakan bagian penting dari pengalaman penghuni dan pengguna fasilitas apartemen. Dalam konteks ini, pelayanan parkir perlu dipahami sebagai bagian dari sistem pelayanan properti secara keseluruhan. Pengelolaan kapasitas, arus kendaraan, pembagian ruang antara pengguna tetap dan pengguna nonmember, serta interaksi petugas dengan pelanggan berpotensi membentuk persepsi terhadap kenyamanan dan kualitas layanan yang diterima.

Temuan penelitian memberikan implikasi langsung bagi PT Sky Parking Utama dan pengelola Apartemen Trivium. Operator parkir perlu memperkuat pengelolaan alokasi ruang antara pengguna member dan *casual*, terutama pada periode dengan intensitas kendaraan yang tinggi. Rekayasa arus kendaraan, pengendalian antrean, serta peningkatan respons petugas

terhadap keluhan dapat digunakan untuk menjaga konsistensi pengalaman pelanggan. Di sisi lain, pengelola apartemen perlu mengevaluasi kesesuaian kapasitas fasilitas parkir dengan kebutuhan aktual pengguna dan memperkuat koordinasi operasional dengan penyedia jasa parkir.

Kemampuan petugas dalam memberikan respons yang cepat, empatik, dan solutif juga perlu dipertahankan sebagai bagian dari strategi *service recovery*. Ketika kendala operasional tidak dapat sepenuhnya dihindari, kualitas respons terhadap masalah dapat menentukan bagaimana pelanggan mengevaluasi keseluruhan layanan.

## DAFTAR REFERENSI

Afhami, S. E., & Hasin, A. (2023). Pengaruh standard operating procedure dan safety management terhadap kualitas layanan pada wisata Jeep Lava Tour Merapi di Sleman. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 2*(1), 268–281.

Alimin, E., & Eddy. (2023). The impact of service recovery on customer satisfaction at PT Andalas Citra Elektrindo Medan. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences, 5*(3), 296–301. https://doi.org/10.56338/ijhess.v5i3.3925

Cahyani, N. A., Zunaidi, R. A., & Muttaqin, B. I. A. (2024). Analysis of customer satisfaction levels towards the parking system at ITTelkom Surabaya using SERVQUAL methods. *Indonesian Journal of Industrial Engineering and Management, 5*(2), 611–619. https://doi.org/10.22441/ijiem.v5i2.22826

Channamallu, S. S., Kermanshachi, S., Rosenberger, J. M., Pamidimukkala, A., & Hladik, G. (2025). Determinants of user satisfaction in smart parking applications. *Transport Economics and Management, 3*, 214–221. https://doi.org/10.1016/j.team.2025.05.001

Fadhlurrahman, I. (2025, February 28). *Jumlah kendaraan bermotor di Kabupaten Bekasi (27 Februari 2025).* Databoks. https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/380634db80ea628/jumlah-kendaraan-bermotor-di-kabupaten-bekasihari-ini

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irawan, D. C., & Alversia, Y. (2024). Factors affecting customer loyalty: An empirical evidence from the toll road industry in Indonesia. *Binus Business Review, 15*(1), 1–13. https://doi.org/10.21512/bbr.v15i1.10045

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.

Kuncoro, D., Abimanyu, R., Kurniawan, R., & Umam, K. (2022). Analisis tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan lahan parkir menggunakan metode service quality. *IMTechno: Journal of Industrial Management and Technology, 3*(2), 121–127. https://doi.org/10.31294/imtechno.v3i2.1228

Maulana, M. F. (2026). Analisis tingkat kepuasan pengguna terhadap pelayanan parkir di Fakultas Vokasi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik, 3*(3), 232–238. https://doi.org/10.70134/identik.v3i3.1544

PT Sky Parking Utama. (2026). *Laporan operasional parkir Apartemen Trivium* [Dokumen internal tidak dipublikasikan].

Putra, K. H., Ingsih, I. S., & Darmawan, R. S. (2022). Evaluating the customer satisfaction on the service quality of Tulangan Sidoarjo New Market parking. *Journal Innovation of Civil Engineering (JICE), 2*(2), 89–95. https://doi.org/10.33474/jice.v2i2.14691

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian* (Edisi ke-2). Andi.

Wirahaji, I. B., & Sutapa, I. K. (2021). The influence of parking careers [sic] and parking facilities on user satisfaction of car parking on Ngurah Rai Street Gianyar City. *Logic: Jurnal Rancang Bangun dan Teknologi, 21*(3), 212–217. https://doi.org/10.31940/logic.v21i3.212-217