

EVALUASI TATA LETAK PARKIR TERHADAP KENYAMANAN PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELAYANAN PARKIR DI BORNEO SUPERMARKET KOTA NANGA BULIK

EVALUATION OF PARKING LAYOUT ON CUSTOMER COMFORT THROUGH PARKING SERVICE SATISFACTION AT BORNEO SUPERMARKET, NANGA BULIK CITY

Ongki^{1*}, Achmad Syamsudin², Indah Nur Oktavia³, Agustina Muliyani,⁴
Universitas Palangka Raya, Indonesia

*Email Correspondence: ongkibhm@gmail.com

Abstract

This research was conducted to determine the extent to which parking layout affects customer comfort through parking attendant satisfaction at Borneo Supermarket in Nanga Bulik City. Changes in the community's needs for parking services that prioritize speed, comfort, and safety are the basis for the importance of this research. The approach used was a quantitative method through the distribution of questionnaires to 100 respondents who were visitors or customers at Borneo Supermarket in Nanga Bulik City who used two-wheeled and four-wheeled vehicles. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of SmartPLS version 3.0 software. partial least squares. Overall, the results of the study indicate that parking layout has a significant effect on parking service satisfaction, and parking service satisfaction has a significant effect on customer comfort. Parking service satisfaction is an important factor in shaping the level of customer comfort, acting as a mediating variable in the relationship between parking layout and customer comfort. These findings provide a basis for parking managers to continue improving service quality according to user needs.

Keywords: Parking layout, Customer Comfort, Parking service satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tata letak parkir memengaruhi kenyamanan pelanggan melalui kepuasan pelayanan parkir di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik. Perubahan pola kebutuhan masyarakat terhadap layanan parkir yang mengutamakan kecepatan, kenyamanan, keamanan, menjadi dasar pentingnya penelitian ini. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengunjung atau pelanggan di borneo supermaket kota nanga bulik yang menggunakan kendaraan roda dua dan empat. Analias data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software SmartPLS versi 3.0. partial leaste square. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tata letak parkir berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelayanan parkir, serta kepuasan pelayanan parkir berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan pelanggan. Kepuasan pelayanan parkir menjadi faktor penting dalam membentuk tingkat kenyamanan pelanggan yaitu berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara tata letak parkir dan kenyamanan pelanggan. Temuan ini menjadi dasar bagi pengelola parkir untuk terus meningkatkan mutu layanan sesuai kebutuhan pengguna.

Kata kunci: Tata letak parkir, Kenyamanan pelanggan, Kepuasan pelayanan parkir.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan kendaraan di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data administratif kendaraan tahun 2025, jumlah kendaraan yang terdaftar diperkirakan mencapai sekitar 173,7 juta unit, dengan sepeda motor sebagai jenis kendaraan yang paling dominan sebanyak kurang lebih 145,7 juta unit, diikuti mobil

penumpang sekitar 21 juta unit. Angka tersebut mengalami peningkatan sekitar 7,23 juta unit dibandingkan tahun sebelumnya, yang mengindikasikan semakin tingginya kebutuhan mobilitas masyarakat serta kompleksitas permasalahan transportasi di berbagai wilayah. Kenaikan jumlah kendaraan juga berdampak langsung pada meningkatnya kebutuhan lahan parkir yang memadai di berbagai fasilitas umum dan komersial. Ketidakseimbangan antara pertumbuhan kendaraan dan ketersediaan ruang parkir sering kali menimbulkan kemacetan, ketidakteraturan, dan ketidaknyamanan bagi pengguna. Oleh karena itu, pengelolaan fasilitas parkir kini menjadi salah satu isu strategis dalam tata kelola ruang perkotaan di Indonesia.

Fenomena meningkatnya jumlah kendaraan bermotor tidak hanya terjadi di kota besar seperti Jakarta, Surabaya, atau Bandung, tetapi juga mulai dirasakan di kota menengah dan kecil, termasuk Nanga Bulik, Kabupaten Lamandau. Daerah ini mengalami perkembangan ekonomi yang cukup pesat dengan munculnya berbagai fasilitas publik dan pusat perbelanjaan modern seperti Borneo Supermarket, yang berperan sebagai salah satu pusat aktivitas masyarakat. Pertumbuhan tersebut menyebabkan meningkatnya intensitas kendaraan yang keluar masuk kawasan komersial, terutama pada akhir pekan dan hari libur. Ketika kapasitas area parkir tidak sebanding dengan jumlah pengunjung, kondisi tersebut sering menimbulkan penumpukan kendaraan yang berdampak pada penurunan kenyamanan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan tata letak parkir yang cermat dan terukur agar dapat menampung kebutuhan kendaraan secara efisien, aman, dan tertib. Dengan demikian, fasilitas parkir kini bukan hanya sekadar pelengkap infrastruktur, tetapi telah menjadi elemen penting dalam sistem pelayanan pelanggan pada sektor ritel modern.

Menurut Wicaksana & Wibowo (2024), perencanaan ruang parkir yang tidak proporsional dengan kapasitas pengunjung dapat menimbulkan berbagai permasalahan seperti kepadatan, kesulitan manuver kendaraan, dan menurunnya kualitas pelayanan publik di pusat perbelanjaan. Hal ini menunjukkan bahwa desain fisik parkir memiliki keterkaitan erat dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Dalam jangka panjang, ketidakefisienan tata letak parkir dapat berdampak negatif terhadap loyalitas pelanggan dan citra manajemen pusat perbelanjaan. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan antara desain parkir dan kenyamanan pelanggan menjadi relevan untuk dilakukan, khususnya di daerah yang tengah berkembang.

Dalam konteks global, negara-negara maju telah mengembangkan *smart parking management system* yang memanfaatkan teknologi digital, sensor otomatis, dan aplikasi *mobile* untuk meningkatkan efisiensi ruang parkir serta kenyamanan pengguna. Sistem tersebut memungkinkan pengendara menemukan slot parkir kosong secara *real time*, mengurangi waktu tunggu, serta menekan kemacetan di area komersial. Namun, penerapan konsep serupa di Indonesia masih menghadapi tantangan besar, terutama di wilayah non-metropolitan. Banyak daerah berkembang yang masih mengandalkan sistem parkir manual tanpa perencanaan tata letak yang matang dan tanpa integrasi dengan sistem teknologi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara inovasi global dan praktik lokal dalam manajemen fasilitas parkir. Oleh karena itu, diperlukan penelitian kontekstual untuk

memahami bagaimana prinsip-prinsip efisiensi dan kenyamanan parkir dapat diterapkan secara realistis di daerah seperti Nanga Bulik guna mendukung kualitas layanan dan daya saing ritel modern.

Borneo Supermarket Nanga Bulik merupakan fasilitas ritel modern yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Kabupaten Lamandau. Seiring meningkatnya aktivitas ekonomi dan kepemilikan kendaraan pribadi, kebutuhan akan area parkir yang tertata semakin mendesak. Tata letak parkir yang tidak proporsional sering menimbulkan ketidakteraturan arus kendaraan, terutama pada waktu ramai seperti akhir pekan atau menjelang hari besar. Kondisi ini menyebabkan kesulitan bagi pelanggan dalam mencari tempat parkir, menurunkan kenyamanan, serta berdampak negatif pada pengalaman berbelanja. Nazwa & Sabila (2025) menemukan bahwa sistem parkir yang tidak tertata baik berpengaruh langsung terhadap persepsi kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Di lapangan, permasalahan seperti keterbatasan lahan, kurangnya rambu petunjuk arah, serta tumpang tindih antara kendaraan roda dua dan roda empat sering menimbulkan kemacetan dan ketidakteraturan. Hal ini tidak hanya menyebabkan ketidaknyamanan fisik, tetapi juga membentuk persepsi negatif terhadap mutu pelayanan. Karena itu, pengelolaan parkir harus menjadi bagian integral dari sistem pelayanan pelanggan yang memperhatikan pengalaman pengguna sejak memasuki area fasilitas.

Selain aspek fisik tata letak, kualitas pelayanan parkir merupakan faktor krusial yang turut menentukan pengalaman pelanggan di area parkir pusat perbelanjaan. Kepuasan terhadap pelayanan parkir terbentuk dari persepsi pelanggan mengenai kecepatan layanan, sikap dan keramahan petugas, kejelasan sistem pembayaran, serta tingkat keamanan kendaraan. (Nazwa and Sabila 2025) menjelaskan bahwa pelayanan parkir yang responsif dan tertata secara sistematis mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena dapat menekan waktu tunggu dan mengurangi ketidakpastian dalam proses parkir. Tingkat kepuasan tersebut tidak hanya mencerminkan kinerja operasional pengelolaan parkir, tetapi juga menjadi indikator awal bagi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan pusat perbelanjaan secara keseluruhan. Dengan demikian, pelayanan parkir perlu diposisikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari sistem pelayanan pelanggan, dan bukan sekadar aktivitas teknis yang bersifat pendukung.

Kenyamanan pelanggan dapat dipahami sebagai kondisi psikologis yang muncul ketika pelanggan merasa aman, tenang, dan tidak mengalami gangguan selama berinteraksi dengan lingkungan layanan. Dalam konteks fasilitas parkir, kenyamanan tidak semata-mata ditentukan oleh ketersediaan ruang parkir, tetapi juga dipengaruhi oleh keteraturan sirkulasi kendaraan, kemudahan akses, serta kualitas pelayanan yang diterima pengguna. Haryono dan Aulia (2023: 64) menyatakan bahwa area parkir yang tertata dengan baik dan didukung oleh pelayanan yang memadai mampu menurunkan tingkat stres pelanggan serta meningkatkan kenyamanan selama aktivitas berbelanja. Sebaliknya, kesulitan dalam menemukan tempat parkir atau pelayanan yang kurang optimal berpotensi menurunkan kenyamanan dan memengaruhi pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Oleh karena itu,

kenyamanan pelanggan menjadi indikator penting yang mencerminkan keberhasilan pengelolaan tata letak dan pelayanan parkir di pusat perbelanjaan.

Prasetyo & Maharani (2025) memperkuat pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa tata letak parkir yang efisien mampu meningkatkan kenyamanan serta memperlancar sirkulasi kendaraan di area publik. Desain parkir yang baik memudahkan akses, mengurangi waktu tunggu, dan meningkatkan persepsi efisiensi layanan di mata pelanggan. Sebaliknya, tata letak yang tidak efisien menurunkan produktivitas lahan dan menimbulkan potensi konflik antar pengguna. Oleh karena itu, evaluasi terhadap efektivitas tata letak parkir menjadi langkah penting untuk memahami pengaruh desain fisik terhadap kenyamanan pelanggan. Borneo Supermarket Nanga Bulik menjadi lokasi relevan untuk penelitian ini, mengingat peningkatan jumlah kendaraan belum diimbangi dengan pengelolaan parkir yang menerapkan standar perancangan modern. Ketidakseimbangan tersebut menimbulkan tantangan dalam menjaga kelancaran aktivitas parkir, terutama saat volume pengunjung meningkat. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antara tata letak parkir dan persepsi kenyamanan pelanggan. Hasilnya diharapkan memberi kontribusi ilmiah terhadap pengembangan desain fasilitas publik serta rekomendasi praktis bagi pengelola ritel dalam meningkatkan efisiensi ruang dan kualitas layanan berbasis kenyamanan pengguna.

Abrori (2024) meneliti kebutuhan ruang parkir di Kecamatan Medan Denai dan menemukan bahwa desain ruang parkir yang tidak sesuai standar teknis menyebabkan inefisiensi lahan serta potensi kemacetan di sekitar pusat perbelanjaan. Kesalahan dalam perencanaan dimensi ruang, sirkulasi kendaraan, dan arah keluar-masuk terbukti menghambat pergerakan lalu lintas internal serta menurunkan efektivitas pelayanan publik. Selain itu, kurangnya analisis kebutuhan parkir berbasis data aktual sering menimbulkan ketidaksesuaian antara kapasitas kendaraan dan ketersediaan lahan. Temuan ini relevan bagi daerah seperti Nanga Bulik yang mengalami pertumbuhan kendaraan tanpa diiringi perencanaan fasilitas parkir yang adaptif. Oleh karena itu, hasil penelitian Abrori menegaskan pentingnya perancangan tata letak parkir yang sistematis dan berbasis data untuk menciptakan efisiensi ruang sekaligus meningkatkan kenyamanan pengguna.

Rahma (2020) meneliti penerapan sistem pembayaran parkir elektronik di Lippo Mall Puri sebagai bentuk modernisasi layanan yang meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Sistem digital tersebut mengurangi waktu tunggu pengguna, memperlancar sirkulasi kendaraan, dan memperkuat persepsi profesionalisme pengelola fasilitas parkir. Namun, penerapan teknologi serupa masih terbatas di kota besar dengan infrastruktur digital memadai. Dalam konteks kota kecil seperti Nanga Bulik, penerapan sistem pembayaran elektronik memerlukan penyesuaian terhadap kemampuan sumber daya manusia dan kondisi sosial-ekonomi masyarakat lokal. Dengan demikian, studi ini menegaskan bahwa integrasi antara aspek pelayanan dan teknologi dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kenyamanan parkir di berbagai skala wilayah.

Wachyuni & Kusumaningrum (2018) menemukan adanya hubungan signifikan antara tata letak toko, ketersediaan parkir, dan minat kunjungan pelanggan di pusat perbelanjaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata ruang fisik berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Meskipun fokus penelitian lebih menyoroti tata letak toko, temuan ini memberi dasar konseptual bahwa tata letak parkir sebagai bagian dari lingkungan fisik turut membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Namun, studi tersebut belum mengkaji secara mendalam interaksi antara variabel kenyamanan dan kepuasan pelanggan dalam konteks fasilitas parkir. Keterbatasan ini membuka peluang penelitian lanjutan untuk mengintegrasikan dimensi teknis dan psikologis dalam memahami pengaruh desain parkir terhadap pengalaman layanan ritel modern.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, tata letak parkir terbukti menjadi faktor strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Namun, sebagian besar studi masih berfokus pada kawasan metropolitan dan belum mengkaji hubungan antara variabel fisik parkir dan kenyamanan pelanggan secara kuantitatif di wilayah semi-perkotaan. Kajian lokal seperti di Borneo Supermarket Nanga Bulik masih terbatas, padahal daerah ini mengalami pertumbuhan ekonomi dan peningkatan jumlah kendaraan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris baru melalui analisis kausal antara tata letak parkir, kepuasan pelayanan, dan kenyamanan pelanggan. Dengan pendekatan kuantitatif yang sistematis dan terukur, penelitian ini berpotensi memperkaya literatur tentang manajemen fasilitas parkir di wilayah yang sedang berkembang.

Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada kawasan perkotaan besar yang memiliki karakteristik infrastruktur dan perilaku pengguna berbeda dengan daerah semi-perkotaan. Misalnya, Wicaksana & Wibowo (Wicaksana and Wibowo 2024) hanya menyoroti analisis kebutuhan ruang tanpa mempertimbangkan persepsi kenyamanan pengguna. Pendekatan yang terlalu teknis ini membuat dimensi pengalaman pelanggan belum terakomodasi secara komprehensif, padahal persepsi pengguna merupakan indikator penting keberhasilan desain fasilitas publik. Ketika aspek psikologis seperti kepuasan dan kenyamanan diabaikan, hasil penelitian cenderung terbatas pada efisiensi struktural tanpa menilai keseimbangan antara fungsi teknis dan kepuasan manusia. Karena itu, masih terdapat ruang penelitian untuk mengintegrasikan aspek teknis tata letak dan dimensi emosional pelanggan, terutama pada fasilitas publik di wilayah berkembang seperti Nanga Bulik.

Penelitian yang secara khusus mengevaluasi pengaruh tata letak parkir terhadap kenyamanan pelanggan melalui kepuasan pelayanan masih terbatas, khususnya di pusat perbelanjaan wilayah semi-perkotaan seperti Nanga Bulik. Sebagian besar studi terdahulu lebih menyoroti kapasitas lahan atau penerapan *smart parking system* tanpa menelaah dimensi psikologis pengguna. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya pemahaman lebih dalam mengenai dampak tata letak parkir yang kurang efisien terhadap kepuasan dan kenyamanan pelanggan. Di kota kecil seperti Nanga Bulik, permasalahan parkir lebih sering disebabkan oleh pengaturan sirkulasi dan zonasi yang tidak optimal, seperti ketidakteraturan jalur keluar-masuk, penempatan area parkir yang tidak proporsional, serta minimnya rambu petunjuk arah. Kondisi ini dapat menimbulkan stres dan menurunkan kenyamanan

berbelanja. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengevaluasi hubungan antara tata letak parkir, kepuasan pelayanan, dan kenyamanan pelanggan di Borneo Supermarket Nanga Bulik sebagai dasar peningkatan kualitas layanan berbasis fasilitas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan literatur empiris melalui pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antara tata letak parkir, kepuasan pelayanan, dan kenyamanan pelanggan di Borneo Supermarket Nanga Bulik. Berbeda dari studi sebelumnya, penelitian ini memadukan analisis fisik ruang dan persepsi subjektif pengguna dalam satu model penelitian yang terukur. Selain itu, kepuasan pelayanan diuji sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara desain parkir dan kenyamanan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen fasilitas publik di wilayah semi-perkotaan, serta rekomendasi praktis bagi pengelola pusat perbelanjaan dalam meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan pengalaman pelanggan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tata letak parkir terhadap kenyamanan pelanggan di Borneo Supermarket Nanga Bulik dengan menggunakan pendekatan survei kuantitatif yang sistematis dan terukur. Melalui metode ini, peneliti berupaya mengidentifikasi hubungan antara variabel fisik (tata letak parkir) dan persepsi psikologis (kenyamanan pelanggan) secara objektif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji sejauh mana desain ruang parkir memengaruhi efisiensi sirkulasi kendaraan serta persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan parkir. Pendekatan empiris yang diterapkan memungkinkan pengujian hipotesis secara statistik, sehingga hasilnya dapat digeneralisasi pada konteks serupa di wilayah semi-perkotaan lainnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan aplikatif bagi pengembangan teori maupun praktik manajemen fasilitas publik berbasis kenyamanan pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen operasional

Manajemen operasional merupakan salah satu fungsi manajerial yang memiliki peran strategis dalam mengoordinasikan seluruh sumber daya organisasi melalui kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan agar proses operasional dapat berjalan secara efektif dan efisien. Dalam sektor jasa, manajemen operasional tidak hanya berfokus pada proses inti pelayanan, tetapi juga mencakup pengelolaan fasilitas pendukung yang menjadi titik awal interaksi antara penyedia layanan dan pengguna. Heizer et al. (2020) menyatakan bahwa keputusan operasional meliputi perancangan tata letak fasilitas (*facility layout*), pengelolaan kapasitas, serta pengaturan aliran pengguna dengan tujuan meminimalkan pemborosan waktu dan sumber daya sekaligus meningkatkan nilai layanan yang dirasakan pelanggan. Tata letak fasilitas yang dirancang secara sistematis mampu mendukung kelancaran aktivitas, mengurangi kemacetan, serta menciptakan pengalaman layanan yang lebih nyaman dan terstruktur bagi pengguna. Pengelolaan tata letak parkir menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari penerapan manajemen operasional

karena berkaitan langsung dengan pengaturan ruang fisik, sirkulasi kendaraan, dan optimalisasi kapasitas fasilitas. Tata letak parkir yang tidak direncanakan dengan baik berpotensi menimbulkan inefisiensi operasional, seperti antrean kendaraan, konflik lalu lintas internal, dan meningkatnya waktu tunggu pelanggan. Sebaliknya, pengelolaan parkir yang efektif mencerminkan kemampuan manajemen dalam menerapkan prinsip-prinsip operasional yang berorientasi pada pengguna, yaitu menjamin kelancaran proses, keamanan fasilitas, serta kenyamanan layanan.

Teori Tata Letak Parkir

Prasetyo & Maharani (Prasetyo and Maharani 2025) menegaskan bahwa rancangan tata letak yang efektif dapat menciptakan aliran lalu lintas kendaraan yang lebih lancar, mengurangi potensi kemacetan, serta mempercepat waktu pencarian ruang parkir. Sejalan dengan pandangan tersebut, Wicaksana & Wibowo (Wicaksana and Wibowo 2024) menyoroti bahwa proporsionalitas dan keteraturan dalam tata letak parkir berkontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional dan persepsi pelanggan terhadap mutu layanan. Tata letak yang dirancang secara rasional tidak hanya mengoptimalkan kapasitas lahan parkir, tetapi juga memudahkan pengelola dalam mengontrol arus keluar-masuk kendaraan. Pendekatan *user-centered layout* yang kini banyak diterapkan menempatkan kenyamanan pengguna sebagai prioritas utama, bukan sekadar efisiensi ruang. Konsep ini sejalan dengan prinsip *human factors engineering* yang menekankan keselarasan antara efektivitas teknis dan kesejahteraan pengguna, sehingga menghasilkan pengalaman parkir yang lebih positif dan produktif. Dalam manajemen operasional, efektivitas tata letak parkir dapat dinilai melalui berbagai indikator yang menggambarkan tingkat efisiensi pemanfaatan ruang serta kelancaran proses layanan. Heizer et al. (Heizer, Render, and Munson 2020) menjelaskan bahwa tata letak fasilitas yang optimal ditandai oleh penggunaan ruang yang efisien, aliran pergerakan yang lancar, serta minimnya hambatan dalam aktivitas operasional.

Teori Kepuasan Pelayanan Parkir

Secara konseptual, kepuasan terbentuk melalui evaluasi kognitif dan emosional pelanggan terhadap proses serta hasil layanan yang diterima. Nazwa & Sabila (Nazwa and Sabila 2025) menjelaskan bahwa kepuasan pelayanan terbentuk melalui persepsi terhadap tiga aspek utama, yakni kualitas fasilitas, kecepatan pelayanan, dan jaminan keamanan. Dalam konteks layanan parkir, indikator kepuasan dapat diukur melalui kemudahan menemukan ruang parkir, kejelasan sistem pembayaran, serta sikap ramah dan tanggap petugas di lapangan. Ketika pelayanan parkir mampu memberikan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka tingkat kepuasan meningkat dan mendorong kecenderungan pengguna untuk kembali menggunakan fasilitas yang sama di kemudian hari. Dalam paradigma manajemen layanan modern, kepuasan pelanggan bahkan dijadikan tolok ukur keberhasilan sistem operasional karena merepresentasikan keseimbangan antara dimensi fungsional dan emosional dari pengalaman pengguna. Kepuasan pelayanan parkir juga berimplikasi terhadap pembentukan loyalitas pelanggan serta reputasi positif bagi

pengelola fasilitas. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya menciptakan kenyamanan sesaat, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan. Kepuasan pelayanan parkir dapat dipahami sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap mutu layanan yang mereka rasakan selama memanfaatkan fasilitas parkir. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengemukakan bahwa kepuasan layanan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kecepatan, keandalan, serta jaminan yang diberikan dalam proses pelayanan. Dalam konteks parkir, kepuasan pelanggan tercermin melalui beberapa indikator utama, antara lain kecepatan pelayanan, sikap ramah dan responsif petugas, tingkat keamanan kendaraan, kemudahan dalam sistem pembayaran, serta kebersihan area parkir.

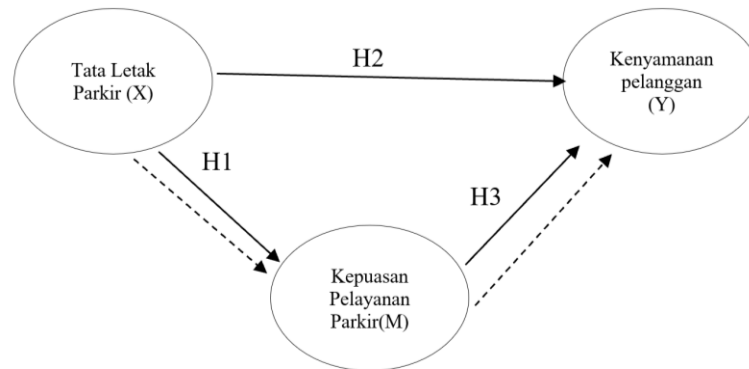
Teori Kenyamanan Pelanggan

Haryono & Aulia (2023) menegaskan bahwa kenyamanan tidak hanya bergantung pada kondisi fisik seperti luas ruang, pencahayaan, suhu, dan kemudahan akses, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti rasa aman, ketenangan, serta kepercayaan terhadap sistem pelayanan. Dalam konteks fasilitas publik, khususnya area parkir, kenyamanan muncul dari kombinasi desain tata ruang yang teratur, sirkulasi kendaraan yang lancar, serta kualitas interaksi antara pengguna dan petugas. Kenyamanan yang optimal berkontribusi pada efisiensi mobilitas kendaraan serta menurunkan tingkat stres pengguna, terutama pada kondisi padat atau jam sibuk. Oleh karena itu, kenyamanan dapat dijadikan parameter penting dalam mengevaluasi efektivitas manajemen fasilitas parkir yang berorientasi pada pengalaman pengguna. Kenyamanan pelanggan dapat dipahami sebagai kondisi subjektif yang terbentuk melalui interaksi antara lingkungan fisik dan persepsi psikologis pengguna layanan. Bitner (1992) melalui konsep *servicescape* menjelaskan bahwa kenyamanan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan, kemudahan mobilitas, serta persepsi terhadap keteraturan ruang. Dalam konteks area parkir, kenyamanan pelanggan dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, yaitu kenyamanan fisik, kenyamanan psikologis, kemudahan mobilitas kendaraan, persepsi terhadap keteraturan lingkungan, serta kepuasan emosional selama berada di area parkir.

Integrasi ketiga teori tersebut menghasilkan kerangka konseptual yang kokoh untuk menjelaskan bagaimana tata letak parkir berpengaruh terhadap kepuasan dan selanjutnya membentuk kenyamanan pelanggan. Kerangka ini sekaligus menjadi dasar analitis dalam pengujian hubungan struktural antarvariabel yang menjadi fokus penelitian.

Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka penelitian itu menjadi konsep dalam penelitian yang berperan menghubungkan antara visualisasi antara satu variabel terhadap variabel lainnya, pada akhirnya penelitian menjadi tertata secara sistematis serta dapat diterima tentunya oleh semua pihak.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis Penelitian

H1: Tata letak parkir berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan parkir.

H2: Tata letak parkir berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan.

H3: Kepuasan pelayanan parkir berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan.

H4: Kepuasan pelayanan parkir memediasi pengaruh tata letak parkir terhadap kenyamanan pelanggan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kuantitatif, untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel melalui pengujian hipotesis secara statistik dalam (Bancin et al. 2023). Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah area generalisasi yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dengan objek atau subjek yang telah dipilih peneliti untuk dipelajari dan kemudian menghasilkan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini mengacu pada pelanggan di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* karena pemilihan sampel didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria sampel yang telah ditetapkan oleh peneliti adalah pengunjung Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik yang menggunakan kendaraan roda dua dan juga roda empat.

Kemudian dikarenakan jumlah populasi masih belum diketahui secara pasti, maka dalam menentukan ukuran sampel menggunakan rumus *Cochran*. Setelah dilakukan perhitungan ukuran sampel yang diperoleh adalah 96,04 sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel (pembulatan).

Berikut ini adalah penentuan ukuran sampel menggunakan rumus *Cochran* (Sugiyono, 2019):

$$n = \frac{z^2 pq}{e_2} = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.10)^2} = 96,04 = 100$$

Keterangan:

n : sampel penelitian

- z : confidence level 95 persen yaitu 1,96
- p : peluang benar 50 persen yaitu 0.5
- q : peluang salah 50 persen yaitu 0.5
- e : sampling error 10 persen yaitu 0.1

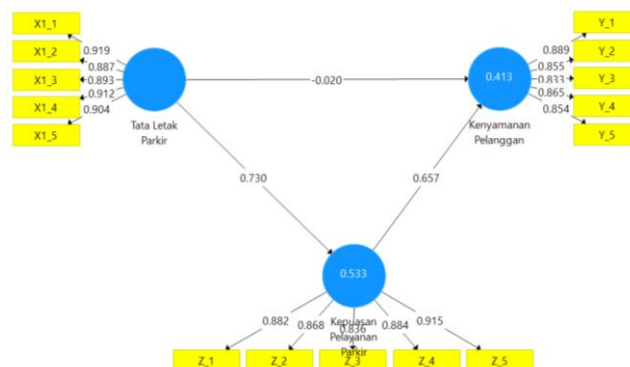
Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Instrumen penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kusioner. Dalam penelitian ini kuesioner dibuat dengan menggunakan *Google Form* yang kemudian disebarakan Melalui *Group Whatsapp*, *Instagram* dan Media Sosial Lainnya. Menurut (Sugiyono, 2023), kuesioner merupakan sebuah alat pengumpul data yang berisi serangkaian pertanyaan, baik bersifat terbuka maupun tertutup. Data primer diperoleh langsung dari jawaban responden yang mengisi pernyataan berdasarkan indikator variabel yang diubah menjadi item survei. Instrumen pengukuran yang dipakai adalah skala Likert, di mana setiap pernyataan memiliki lima opsi jawaban untuk mengukur persepsi subjek, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS).

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan mnenggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software SmartPLS* versi 3.0. *Partial Least Square* terdiri dari dua model, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan *model structural* (*inner model*). Validitas konvergen diuji melalui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE) untuk memastikan keabsahan konstruk instrumen (Ghozali and Kusumadewi 2023). Sementara itu, untuk mengukur reliabilitas, digunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang merefleksikan kekuatan hubungan antar variabel. Adapun pengujian hipotesis pada model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square*, koefisien jalur, dan signifikansi *statistic*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai *t-statistik* minimal 1,96 pada taraf signifikansi 5% melalui *SmartPLS* 3.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model pengukuran (*outer model*)

Model pengukuran (*outer model*) bertujuan untuk menilai korelasi antara tingkat skor item atau indikator dengan skor konstraknya yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu pernyataan.



Gambar 2. Hasil *Outer Model SmartPls*

Uji Validitas

Convergent Validity

Dalam uji validity data yang digunakan merupakan data penilaian hasil *outer loading* atau *outer factor*. Validitas konvergen dapat terpenuhi pada setiap variabel memiliki nilai AVE di atas 0,5, dengan loading faktor untuk setiap item juga memiliki nilai lebih dari 0,7

Tabel 1. Hasil Pengujian Loading Faktor

Indikator Variabel	Tata Letak Parkir (X)	Kenyamanan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelayanan Parkir (Z)
X_1	0.919		
X_2	0.887		
X_3	0.893		
X_4	0.912		
X_5	0.904		
Y_1		0.889	
Y_2		0.855	
Y_3		0.833	
Y_4		0.865	
Y_5		0.854	
Z_1			0.882
Z_2			0.868
Z_3			0.836
Z_4			0.884
Z_5			0.915

Berdasarkan Tabel 1., diketahui bahwa 3 variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel tata letak parkir, kenyamanan pelanggan, dan kepuasan pelayanan parkir, pada item-item pernyataan yang mewakili setiap variabel dengan masing-masing indikator memiliki *loading factor* >0,7. Maka pernyataan yang mewakili setiap variabel memenuhi syarat dan layak untuk diteliti.

Tabel 2. *Average variance extracted (AVE)*

Indikator Variabel Penelitian	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Tata Letak Parkir (X)	0.815
Kenyamanan Pelanggan (Y)	0.739
Kepuasan Pelayanan Parkir (Z)	0.770

Selain mengamati *outer loading*, *convergent validity* juga dapat diketahui melalui nilai AVE. Berdasarkan tabel 1.2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini masing-masing memiliki nilai AVE > 0,5, yang berarti semua konstruk dinyatakan valid.

Discriminant Validity

Discriminant validity merupakan model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya ($>0,7$).

Tabel 3. Hasil Pengujian *Cross Loading*

Indikator Variabel Penelitian	Tata Letak Parkir (X)	Kenyamanan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelayanan Parkir(Z)
X 1	0.919	0.469	0.693
X 2	0.887	0.356	0.596
X 3	0.893	0.414	0.655
X 4	0.912	0.399	0.657
X 5	0.904	0.430	0.688
Y 1	0.481	0.889	0.662
Y 2	0.267	0.855	0.449
Y 3	0.453	0.833	0.548
Y 4	0.370	0.865	0.538
Y 5	0.367	0.854	0.525
Z 1	0.670	0.568	0.882
Z 2	0.672	0.534	0.868
Z 3	0.601	0.580	0.836
Z 4	0.643	0.542	0.884
Z 5	0.614	0.594	0.915

Uji Reliabilitas

a. Composite Reability

Composite Reability merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *view laten variable coefficient*. Nilai *composite reability* harus $>0,7$.

b. Cronbach's Alpha

Cronbach's alpha merupakan uji reliabilitas yang dilakukan untuk memperkuat hasil dari *composite reliability*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki *cronbach's alpha* $>0,6$ Uji yang dilakukan di atas merupakan uji pada *outer model* untuk indikator reflektif.

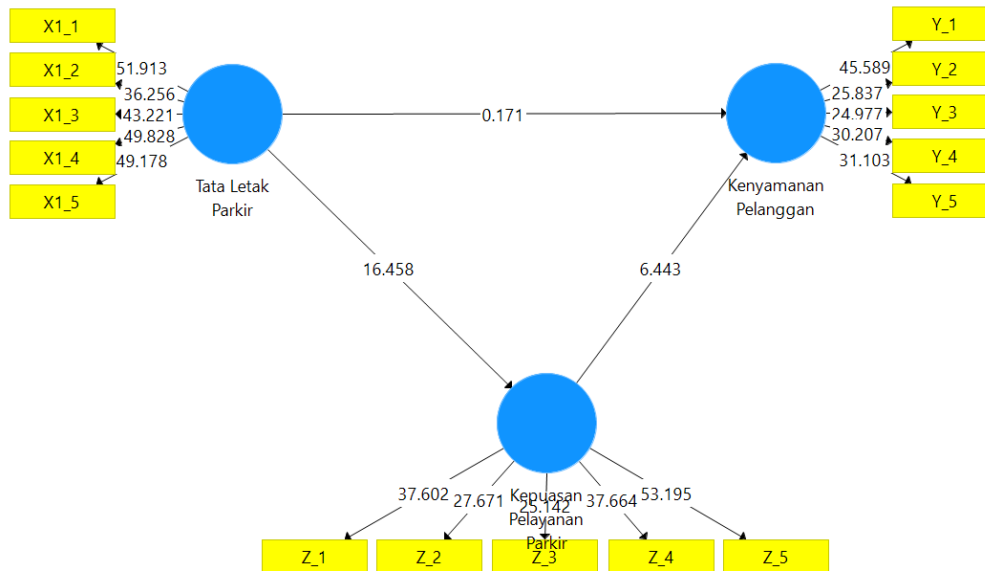
Berdasarkan Tabel 4 di bawah, diketahui bahwa hasil *cronbach's alpha* untuk setiap konstraknya memiliki nilai $>0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan *cronbach's alpha* semua konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai reliabilitas yang cukup tinggi sesuai dengan batas minimum yang telah disyaratkan.

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas.

Indikator Variabel Penelitian	Composit Reliability	Cronbach's Alpha
Tata Letak Parkir	0.957	0.943
Kenyamanan Pelanggan	0.934	0.912
Kepuasan Pelayanan Parkir	0.943	0.925

Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural adalah suatu media atau instrumen yang memberikan informasi untuk mengetahui terkait seberapa kuat pengaruh dari variabel satu dengan variabel lainnya (Nugroho and Laily, 2022). Dalam model struktural (*inner model*) terdapat 3 pengujian yaitu, pengujian *R-Square*, uji koefisien jalur dan uji hipotesis.



Gambar 3. Hasil *Inner Model SmartPls*

Uji Koefisien Determinasi *R Square*

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (*R-square*)

Variabel Penelitian	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Kenyamanan Pelanggan(Y)	0.214	0.206
Kepuasan Pelayanan Parkir (Z)	0.653	0.646

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa hasil dari nilai *R-Square* pada variabel kenyamanan pelamggam (Y) adalah sebesar 0,214 dimana hasil ini menunjukkan bahwa 21,4% variabel tata letak parkir dan kepuasan pelayanan parkir dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan, sedangkan 78,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Demikian dengan variabel kepuasan pelayanan parkir (Z) memiliki nilai *R-Square* 0,653 dimana hasil ini menunjukkan bahwa 65,3% variabel tata letak dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan, dan 34,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji *Path Coefficient* (Koefisien Jalur)

Pada penelitian ini menggunakan alpha 5% (*two side*) apabila *t-statistik* >1,96 atau *p-value* <0,05 menunjukkan hipotesis diterima atau ada pengaruh signifikan. Dalam penelitian ini, terdapat pengaruh langsung maupun tidak langsung karena melibatkan variabel

independen, variabel dependen, dan variabel mediasi. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Uji *Path Coefficient* (Koefisien Jalur)

Indikator Variabel Penelitian	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X -> Y	0.463	6.475	0.000
X -> Z	0.550	8.434	0.000
Y -> Z	0.389	5.445	0.000

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa tata letak parkir, dan kepuasan pelayanan parkir berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan. Selanjutnya, tata letak parkir berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan parkir. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sampel, nilai *t-statistik* >1,96 dan *p-value* <0,05. Kemudian akan diuji pengaruh tidak langsung (*Specific Indirect Effect*) untuk mengetahui variabel eksogen mana yang paling besar dan paling kecil pengaruhnya terhadap variabel endogen atau bagaimana pengaruh variabel mediasinya.

Tabel 7. *Specific Indirect Effect*

Indikator Variabel Penelitian	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X -> Y -> Z	0.180	4.355	0.000

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa variabel tata letak parkir terhadap kenyamanan pelanggan dengan kepuasan pelayanan parkir sebagai variabel mediasi berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sampel, nilai *t-statistik* >1,96 dan *p-value* <0,05.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara variabel independen (tata letak parkir) terhadap variabel dependen (kenyamanan pelanggan) maupun secara tidak langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi (kepuasan pelayanan parkir). Dalam pengujian ini dilakukan dengan metode *bootstrapping* pada sampel. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir keabnormalan data. Berikut hasil uji yang dilakukan melalui *bootstrapping* di PLS ver 3.0.

1. Pengujian Hipotesis 1 (tata letak parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan parkir di borneo supermarket kota nanga bulik).

Dari hasil pengujian hipotesis maka dapat diketahui bahwa evaluasi tata letak parkir terhadap kepuasan pelayanan parkir memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai original sampel 0,550. Berdasarkan hasil pengujian *Path Coefficient* pada Tabel 1. 6, menunjukkan bahwa nilai *t-statistik* 8.434 > 1,96 dan nilai *p-value* 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 **diterima**.

2. Pengujian Hipotesis 2 (tata letak parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan di borneo supermarket kota nanga bulik).

Dari hasil pengujian hipotesis maka dapat diketahui bahwa evaluasi tata letak parkir terhadap kenyamanan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai original sampel 0,463. Berdasarkan hasil pengujian *Path Coefficient* pada Tabel 1. 6, menunjukkan bahwa nilai t -statistik $6,475 > 1,96$ dan nilai p -value $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 **diterima**.

3. Pengujian Hipotesis 3 (kenyamanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan parkir di borneo supermarket kota nanga bulik).

Dari hasil pengujian hipotesis maka dapat diketahui bahwa evaluasi tata letak parkir terhadap kepuasan pelayanan parkir memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai original sampel 0.389. Berdasarkan hasil pengujian *Path Coefficient* pada Tabel 1. 6, menunjukkan bahwa nilai t -statistik $5.445 > 1,96$ dan nilai p -value $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 **diterima**.

4. Pengujian Hipotesis 4 (tata letak parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan dengan kepuasan pelayanan parkir sebagai variabel mediasi di borneo supermarket kota nanga bulik).

Berdasarkan hasil evaluasi model struktural diketahui nilai signifikansi pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) pada nilai original sampel 0,180, t -statistic adalah $4,335 > 1,96$ dan nilai p -values 0,000. Dari hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa tata letak parkir secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan. Lebih lanjut, pada pengujian tidak langsung tata letak parkir berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan melalui kepuasan pelayanan parkir, atau dapat diasumsikan bahwa variabel kepuasan pelayanan parkir (Z) memediasi secara penuh hubungan antara tata letak parkir (X) dengan kenyamanan pelanggan (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 4 **diterima**.

Evaluasi Tata Letak Parkir Terhadap Kenyamanan Pelanggan Di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik

Hipotesis pertama **diterima**, adapun hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tata letak parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sampel 0,463, nilai t -statistik yang lebih besar dari 1,96 yaitu $6,475 > 1,96$. Selain itu, hasil lainnya dapat dilihat dari nilai p -value yang telah memenuhi syarat yaitu p -value lebih kecil dari 0,05, yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pelanggan di borneo supermarket kota nanga bulik setuju bahwa tata letak parkir berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryono dan Aulia (2023: 64) dengan judul penelitian Pengaruh *display* tata ruang toko terhadap suasana berbelanja dan minat beli pada Indomaret Teladan Medan *Jurnal KRIGAN* menyatakan bahwa area parkir yang tertata dengan baik dan didukung oleh pelayanan yang memadai mampu menurunkan tingkat stres pelanggan serta meningkatkan kenyamanan selama aktivitas berbelanja. Sebaliknya, kesulitan dalam menemukan tempat parkir atau pelayanan yang kurang optimal berpotensi menurunkan

kenyamanan dan memengaruhi pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Oleh karena itu, kenyamanan pelanggan menjadi indikator penting yang mencerminkan keberhasilan pengelolaan tata letak dan pelayanan parkir di pusat perbelanjaan.

Evaluasi Tata Letak Parkir Terhadap Kepuasan Pelayanan Parkir Di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik

Hipotesis kedua **diterima**, adapun hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tata letak parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan parkir. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sampel 0,463, nilai *t-statistik* yang lebih besar dari 1,96 yaitu 6,475, >1,96. Selain itu, hasil lainnya dapat dilihat dari nilai *p-value* yang telah memenuhi syarat yaitu *p-value* lebih kecil dari 0,05, yaitu 0,000 < 0,05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pelanggan di borneo supermarket kota nanga bulik setuju bahwa tata letak parkir berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan parkir. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wachyuni & Kusumaningrum (2018) dengan judul penelitian Kualitas Pusat Perbelanjaan Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Pusat Perbelanjaan (Studi Kasus : *Central Park Mall*) dimana hasil penelitiannya menemukan adanya hubungan signifikan antara tata letak toko, ketersediaan parkir, dan minat kunjungan pelanggan di pusat perbelanjaan. Tata ruang fisik berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

Kenyamanan Pelanggan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelayanan Parkir Di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik.

Hipotesis ketiga **diterima**, adapun hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kenyamanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan parkir. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sampel 0,389 nilai *t-statistik* yang lebih besar dari 1,96 yaitu 5,445 > 1,96. Selain itu, hasil lainnya dapat dilihat dari nilai *p-value* yang telah memenuhi syarat yaitu *p-value* lebih kecil dari yaitu 0,000 < 0,05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pelanggan di borneo supermarket kota nanga bulik setuju bahwa kenyamanan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan parkir. Penelitian lain yang dilakukan oleh Haryono & Aulia (2023) dengan judul penelitian Pengaruh *display* tata ruang toko terhadap suasana berbelanja dan minat beli pada Indomaret Teladan Medan *Jurnal KRIGAN* menegaskan bahwa kenyamanan tidak hanya bergantung pada kondisi fisik seperti luas ruang, pencahayaan, suhu, dan kemudahan akses, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti rasa aman, ketenangan, serta kepercayaan terhadap sistem pelayanan. Oleh karena itu, kenyamanan dapat dijadikan parameter penting dalam mengevaluasi efektivitas manajemen fasilitas parkir yang berorientasi pada pengalaman pengguna. Kenyamanan pelanggan dapat dipahami sebagai kondisi subjektif yang terbentuk melalui interaksi antara lingkungan fisik dan persepsi psikologis pengguna layanan.

Tata Letak Parkir Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kenyamanan Pelanggan Dengan Kepuasan Pelayanan Parkir Sebagai Variabel Mediasi Di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik

Hipotesis ke empat **diterima**, adapun hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tata letak parkir berpengaruh secara langsung terhadap kenyamanan pelanggan melalui kepuasan pelayanan parkir. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sampel 0,180 nilai *t-statistik* yang lebih besar dari 1,96 yaitu $4,355 > 1,96$. Selain itu, hasil lainnya dapat dilihat dari nilai *p-value* yang telah memenuhi syarat yaitu *p-value* lebih kecil dari yaitu $0,000 < 0,05$. Adapun tipe mediasi dalam jalur ini yang dikembangkan oleh Zhao dalam (Bancin et al. 2024) adalah *complenebtary meditation (partial mediation)*, yaitu terdapat pengaruh mediasi dan pengaruh langsung yang merujuk pada arah yang sama. Jadi dapat disimpulkan bahwa baik secara langsung maupun tidak langsung, variabel tata letak parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai evaluasi tata letak parkir terhadap kenyamanan pelanggan yang dimediasi variabel kepuasan pelayanan parkir. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Seluruh responden merupakan pelanggan atau pengunjung di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik yang menggunakan kendaraan roda dua dan juga roda empat.

Kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tata letak parkir berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan parkir di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik. Semakin tertata tata letak parkir berkontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional dan persepsi pelanggan terhadap mutu layanan. Tata letak yang dirancang secara rasional tidak hanya mengoptimalkan kapasitas lahan parkir, tetapi juga memudahkan pengelola dalam mengontrol arus keluar-masuk kendaraan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan ketika berkunjung.
2. Tata letak parkir berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan di borneo supermarket kota nanga bulik. Ketika tata letak parkir yang tertata dengan baik, memiliki jalur sirkulasi yang jelas, akan memudahkan pelanggan dalam memarkirkan dan mengeluarkan kendaraan sehingga mampu meningkatkan rasa nyaman pelanggan saat berkunjung.
3. Kenyamanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan parkir di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kenyamanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap pelayanan parkir yang diberikan.
4. Tata letak parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan pelanggan di Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik dimana dengan kepuasan pelayanan parkir sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa tata letak parkir yang baik tidak hanya secara langsung meningkatkan kenyamanan pelanggan, akan tetapi juga secara

tidak langsung memengaruhi kenyamanan pelanggan melalui peningkatan kepuasan terhadap pelayanan parkir.

Saran

1. Bagi Pengelola Borneo Supermarket Kota Nanga Bulik
Pengelola disarankan untuk memperbaiki dan menata ulang tata letak parkir agar lebih teratur, aman, dan mudah diakses. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan parkir perlu dilakukan guna meningkatkan kepuasan pelayanan parkir dan kenyamanan pelanggan.
2. Bagi Petugas Parkir
Petugas parkir diharapkan dapat memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tertib dalam mengatur kendaraan sehingga pelanggan merasa aman dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, M. A. (2024). *Analisis kebutuhan ruang parkir pada pusat perbelanjaan yang ada di Kecamatan Medan Denai (Studi kasus Balikado Jl. Menteng)* [Universitas Islam Sumatera Utara]. <https://repository.uisu.ac.id/handle/123456789/3003>
- Arifin, S., Anisa, N. A., & Utomo, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya. *Jurnal Of Education (JOE)*. <https://www.academia.edu/download/112886728/1512.pdf>
- Bancin, J. B., Eka Damayanti, N., Aprilita, A., & Josefina Novalina Banurea, J. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Peran Mediasi Citra Merk di McDonald's Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(4), 392–413. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i4.51251>
- Ghozali, Imam, and Karlina Aprilia Kusumadewi. 2023. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris Edisi 2*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Evaluation of the Structural Model. In: *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: Business*. Springer, Cham. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1).
- Haryono, S., & Aulia, F. (2023). Pengaruh display tata ruang toko terhadap suasana berbelanja dan minat beli pada Indomaret Teladan Medan. *Jurnal KRIGAN*. <https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/index.php/krigan/article/view/6595>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management* (13th ed.). Pearson.
- Kuncoro, W., Abimanyu, R., Kurniawan, H., & Umam, M. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Lahan Parkir Menggunakan Metode Service Quality. *Jurnal IMTechno*. <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/imtechno/article/view/1228>
- Mawardin, S., Fardila, R., & Yusira, A. (2022). Analisis kebutuhan ruang dan penataan

- parkir kendaraan mobil. *Jurnal Saintek Universitas Negeri Yogyakarta*.
<https://journal.uny.ac.id/saintek/article/view/48070>
- Nazwa, D. A., & Sabila, D. N. (2025). Keberadaan parkir liar terhadap kenyamanan belanja konsumen di toko ritel Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital Mandalika*.
<https://jurnal.rumahjurnalmandalika.com/index.php/jebital/article/view/36>
- Neneng, I. S., & Zega, A. (2024). Analisis kepuasan pelanggan dalam memilih minimarket di Kecamatan Sipora Utara. *Jurnal Komunikasi Niaga (JUKONI)*.
<https://sihojournal.com/index.php/jukoni/article/view/19>
- Prasetyo, R. L., & Maharani, R. T. (2025). Penataan ruang dan kenyamanan sirkulasi pengguna pada minimarket (Studi Kasus: Alfamart Drive Thru Gading Serpong). *Jurnal Arsitektur UMA*. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/jaur/article/view/14392>
- Pratama, R., Setiawan, D., & Mulyadi, A. (2023). Analisis Kinerja Pelayanan Parkir Mobil (Studi Kasus Pusat Perbelanjaan Transmart – Gaia Bumi Raya City, Kubu Raya). *Jurnal Manajemen (Universitas Tanjungpura)*.
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/JMHMS/article/download/72618/75676600165>
- Rahma, D. D. (2020). *Parkir mobil dengan metode pembayaran cash di parking payment station (Studi pada parkir di pusat perbelanjaan di Lippo Mall Puri)* [Universitas Islam Indonesia].
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/26811/16410530> Dina Diana Rahma.pdf
- Rohmatun, D. (2022). *Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan tata letak terhadap kepuasan konsumen di Cafe Aola Lamongan* [Universitas Dr. Soetomo].
<http://repository.unitomo.ac.id/3503/>
- Sari, M., & Ardiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada area parkir kampus. *Jurnal Manajemen Bisnis Unismuh*, 7(2).
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jmb/article/view/6541>
- Sekaran, U., & Bougie. (2016). aekies,+Journal+manager,+203-206. *Academic Journal BangkokThonburi University*, 2(2), 203–204.
- Sukoharjo, A., Hartono, M., & Hidayat, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap E-Parkir dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan SERVQUAL dan QFD. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (SEMnasa)*.
<https://ojs.amikomsolo.ac.id/index.php/semnasa/article/download/702/158/2642>
- Vipriyanti, N., & Meirinawati, M. (2021). Kepuasan pelanggan sebagai faktor mediasi dalam kualitas pelayanan publik. *Jurnal Manajemen Publik UNESA*.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jmp/article/view/40651>
- Wachyuni S.S, Kusumaningrum D.A, & Kartika R.C. (2018). Studi Kualitas Pusat Perbelanjaan Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Pusat Perbelanjaan(Studi Kasus : Central Park Mall). *Jurnal Sains Terapan Pariwisata, Vol.3, No.(2)*, 1–14.
<https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/73>
- Wicaksana, B. S., & Wibowo, K. (2024). Analisis kebutuhan dan ketersediaan ruang parkir pada pusat perbelanjaan: Studi kasus Rita Pasaraya Supermall Purwokerto. *Jurnal*

Innovative, 4(3). <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11088>

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). *Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis*. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257392-413>. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i4.51251>.