

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pelanggan SPBU Sagan 44.552.12

SKRIPSI



Disusun oleh :

Andita Yuli Perdana

11130008

FAKULTAS BISNIS

PROGAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN

PELANGGAN SPBU SAGAN 44.552.12

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

DISUSUN OLEH :

ANDITA YULI PERDANA

11130008

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

Lembar Pengesahan

Skripsi dengan judul :

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SPBU SAGAN 44.552.12”**

Telah disusun dan dipertahankan oleh :

ANDITA YULI PERDANA

11130008

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 17 Januari 2017

Nama Dosen

1. Dr. Singgih Santoso, M.M
(Ketua Tim)
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, S.E, M.Si
(Dosen Pembimbing)
3. Jonathan Herdioko, S.E, MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 17 JAN 2017


Disahkan Oleh :

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. Singgih Santoso, M.M



Petra Surya Mega Wijaya, S.E. M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

*Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPBU SAGAN 44.552.12”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta ,adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 3 Januari 2017



(Andita Yuli Perdana)

11130008

Motto dan Persembahan

No Pain No Gain.

Live is Simple, you make a choice but you don't look back.

Just save your memories, it will be useful later.

If Silent is a Gold, Action is similar than Diamond.

*Work while they sleep, Learn while they Party,
Save while they Spend, Live Like they Dream.*

Live is not about something you can use, but something you can give to other.

Halaman Persembahan

Penulis mempersembahkan Skripsi ini untuk :

1. TUHAN YANG MAHA ESA

2. Kedua Orang Tuaku

Bapak Hardi dan Ibu Utami

3. Dosen Pembimbing Skripsi

Ibu Ambar Kusuma Astuti, S.E, M.Si

4. Adik – adikku

Jenti Endrati, Hendri Gunawan dan Ninda Sari

5. Sahabatku yang super

Denny, Albanus, Yohanes, Serafhina, dan Tina

6. Seseorang yang mengisi hari-hariku

Kristina Ayu Nugraheni

7. Dan teman – teman penulis yang tidak disebutkan satu – persatu.

Kata Pengantar

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan penyertaannya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan44.552.12”** yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kemampuan berfikir pada penulis sehingga skripsi ini selesai tepat waktu.
2. Orang tua ku, Bapak Hardi dan Ibu Utami yang selalu mendukung lewat doa, memberi semangat, perlindungan, dan kasih sayang.
3. Adik – adikku yang aku sayangi, Jenti Endrati, Hendri Gunawan dan Ninda Sari.
4. Bapak Dr. Singgih Santosa M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis.
5. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, S.E. M.Si selaku Kaprodi Manajemen.
6. Ibu Ambar Kusuma Astuti, S.E. M.Si selaku dosen pembimbing dengan senantiasa membimbing dan mengarahkan dari pemilihan judul sampai ujian pendadaran skripsi.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu.
8. Bapak Edi Nugroho, S.E. M.Si dalam arahan untuk analisa data dan turut membimbing dalam penyusunan skripsi.

9. Kristina Ayu Nugraheni yang selalu setia menemani dan menyemangati.
10. Sahabatku yang super Denny, Albanus, Yohanes, Serafhina, dan Christina yang berjuang bersama untuk menyusun skripsi.
11. Sahabat Emon CS Bram, Luki, Lukas, Marco, Yosi, Ogy, Richi, Juan, dan Deny saling membantu dalam penyusunan skripsi.
12. Teman – teman angkatan 2013 Manajemen, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Teman – teman Survei Konsumen Bank Indonesia, (Tiva, Nike, Mega, Maria, Sandra, Bram, Lukas, dan Luki,)
14. Responden dari pelanggan SPBU Sagan yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
15. Pihak – pihak yang tidak bisa disebutkan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memburuhkan.

Yogyakarta, Desember 2016

Andita Yuli Perdana

Daftar Isi

	Halaman
HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian.....	6
1.6 Responden Penelitian	7
1.7 Periode Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kualitas Pelayanan	8
2.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15
2.4 Hipotesis.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Metodologi Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sample.....	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sample.....	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	21
3.4.1 Variabel Penelitian	21
3.4.2 Definisi Operasional.....	22
3.5 Pengukuran Variabel	25
3.6 Metode Analisis Data	27
3.6.1 Metode Analisis Uji Validitas	27
3.6.2 Metode Analisis Uji Reliabilitas	28
3.6.3 Metode Analisis Uji Koefisien Determinasi	28
3.6.4 Metode Analisis Uji Regresi Linear Berganda	29
3.6.5 Metode Analisis Simultan Uji F.....	30
3.6.6 Metode Analisis Parsial Uji T	31

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi Responden	32
4.1.1 Jenis Kelamin	33
4.1.2 Usia.....	34
4.1.3 Pendidikan Terakhir	35
4.1.4 Pekerjaan Saat Ini.....	36
4.1.4 Banyaknya Pengisian BBM	37
4.1.5 Pendapatan	38
4.2 Analisis Data.....	39
4.2.1 Uji Validitas	39
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.1.3 Analisis Uji Regresi Linier Berganda	42
4.1.4 Analisis Uji T	44
4.1.4 Analisis Uji F	46
4.1.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	48
4.3 Pembahasan	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran	54
5.2.1 Saran Untuk SPBU Sagan	54
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Jumlah Sepeda Motor di DIY.....	2
Tabel 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia.....	34
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	35
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan Saat ini	36
Tabel 4.5 Jumlah Responden Menurut Banyaknya Pengisian BBM.....	37
Tabel 4.6 Jumlah Responden Menurut Pendapatan.....	38
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas.....	40
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	41
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4.10 Hasil Pengujian T.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran15

©UKDW

Daftar Lampiran

Lampiran Kuesioner	58
Lampiran Jawaban Responden (Excel).....	62
Lampiran Uji Validitas	65
Lampiran Uji Reliabilitas.....	67
Lampiran Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji T	69
Lampiran Uji F.....	71
Lampiran Koefisien Determinasi (R ²).....	73
Lampiran Surat Ijin Penelitian	75

©UKDW

ABSTRAK

Setiap perusahaan, dapat dinilai baik melalui bentuk layanannya. Kualitas Layanan yang baik dapat menimbulkan tingkat kepuasan konsumen yang baik pula. Seperti halnya didalam penelitian ini yang membahas tentang pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebuah perusahaan jasa dan produk yaitu Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Sagan. Dimana sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah mengisi BBM di SPBU Sagan, serta metode yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel Kepuasan Pelanggan, X1 variabel *tangible*, X2 variabel *reliability*, X3 variabel *responsiveness*, X4 variabel *assurance*, dan X5 variabel *empathy*.

Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel *assurance* dan *emphaty* terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan. Sedangkan pada variabel *tangible*, *responsiveness*, dan *reliability* tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan. Angka Adjusted R² sebesar 0,724 menunjukkan bahwa 72,4% Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Sedangkan 27,6% Kepuasan Pelanggan dijelaskan dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci :Kualitas Layanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan Pelanggan, SPBU Sagan.

ABSTRACT

Every business which operates on service sector has to have good service quality to their customer. A good service quality also generates a good customer satisfaction. Which is like in this research, the analysis is about the influence of service quality to customer satisfaction on service sector Sagan Gas Station. The populations on this research are customer who already fill fuel at the SPBU Sagan. Samples were 100 respondents and the method used is purposive sampling. The data was collected by distributing questionnaires to the respondents. The analysis used is multiple linear regression, where Y is customer satisfaction variable, X1 is tangible variable, X2 is reliability variable, X3 is responsiveness variable, X4 is assurance variable, and X5 is empathy variable.

Hypothesis t-test showed that tangible, reliability, responsiveness were variable that was not significant impact on customer satisfaction SPBU Sagan. While the assurance and empathy were variable that was significant impact on customer satisfaction SPBU Sagan. Adjusted R^2 of 0,724 indicates that 72,4% customer satisfaction can be explained by tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables. While the rest 27,6% can be explained by another variables outside variables used in this research.

Key words : Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Setiap perusahaan, dapat dinilai baik melalui bentuk layanannya. Kualitas Layanan yang baik dapat menimbulkan tingkat kepuasan konsumen yang baik pula. Seperti halnya didalam penelitian ini yang membahas tentang pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebuah perusahaan jasa dan produk yaitu Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Sagan. Dimana sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah mengisi BBM di SPBU Sagan, serta metode yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel Kepuasan Pelanggan, X1 variabel *tangible*, X2 variabel *reliability*, X3 variabel *responsiveness*, X4 variabel *assurance*, dan X5 variabel *empathy*.

Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel *assurance* dan *emphaty* terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan. Sedangkan pada variabel *tangible*, *responsiveness*, dan *reliability* tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan. Angka Adjusted R² sebesar 0,724 menunjukkan bahwa 72,4% Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Sedangkan 27,6% Kepuasan Pelanggan dijelaskan dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci :Kualitas Layanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan Pelanggan, SPBU Sagan.

ABSTRACT

Every business which operates on service sector has to have good service quality to their customer. A good service quality also generates a good customer satisfaction. Which is like in this research, the analysis is about the influence of service quality to customer satisfaction on service sector Sagan Gas Station. The populations on this research are customer who already fill fuel at the SPBU Sagan. Samples were 100 respondents and the method used is purposive sampling. The data was collected by distributing questionnaires to the respondents. The analysis used is multiple linear regression, where Y is customer satisfaction variable, X1 is tangible variable, X2 is reliability variable, X3 is responsiveness variable, X4 is assurance variable, and X5 is empathy variable.

Hypothesis t-test showed that tangible, reliability, responsiveness were variable that was not significant impact on customer satisfaction SPBU Sagan. While the assurance and empathy were variable that was significant impact on customer satisfaction SPBU Sagan. Adjusted R^2 of 0,724 indicates that 72,4% customer satisfaction can be explained by tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables. While the rest 27,6% can be explained by another variables outside variables used in this research.

Key words : Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengancara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Kualitas layanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono,1996).

Pendapatan laba yang maksimal dilakukan melalui penguasaan pangsa pasar dengan strategi pemasaran dan pelayanan. Salah satu produk yang dibutuhkan oleh sebagian besar konsumen adalah bahan bakar. Seiring dengan kemajuan teknologi, transportasi di Indonesia sudah sangat berkembang baik transportasi darat, laut dan udara. Transportasi darat sendiri sudah berkembang dan menjadi kebutuhan vital, dapat dilihat dari jumlah pengendara kendaraan pribadi yang terus meningkat terutama kendaraan roda dua atau sepeda motor.

Menurut data Badan Pusat Statistik (2012) jumlah kendaraan bermotor di Indonesia semakin meningkat setiap tahun. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang mengalami peningkatan jumlah kendaraan bermotor secara signifikan.

Tabel 1.1

Data Jumlah Kendaraan Bermotor di DIY 2007-2011

Tahun	Mobil Penumpang	Sepeda Motor
2007	89.598	916.204
2008	108.387	1.116.914
2009	115.244	1.206.863
2010	124.177	1.310.241
2011	138.537	1.423.147

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DIY (2012)

Berdasarkan Tribunnews.com (2012) jumlah kendaraan bermotor di Kota Yogyakarta sepanjang tahun 2011 meningkat secara signifikan. Kendaraan bermotor di Kota Yogyakarta setiap bulan bertambah sekitar 8.900 unit yang terdiri dari 8.000 unit sepeda motor dan 900 kendaraan tipe mobil beroda empat.

Menurut Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta, setiap tahun ada peningkatan jumlah kendaraan bermotor, dengan persentase kenaikan rata-rata 6,42 persen per tahun. Total jumlah kendaraan di Yogyakarta pada tahun 2008 saja sudah mencapai 308.246 unit, itupun belum termasuk jumlah kendaraan dari luar kota yang dibawa oleh penduduk migran sirkuler (siswa setingkat SMA, mahasiswa) yang jumlahnya tidak sedikit. (Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta, 2008).

Dengan banyaknya jumlah kendaraan bermotor maka jumlah SPBU di Yogyakarta juga banyak, untuk menjaga Kepuasan Pelanggan, kualitas pelayanan dari SPBU harus ditingkatkan. Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum SPBU untuk mobil dan sepeda motor, dimana SPBU sendiri merupakan penyalur BBM (Bahan Bakar Minyak) resmi dari PT Pertamina, produknya adalah Premium, Solar, Peralite, Pertamax, Solar Dex, Pelumas, dan Gas LPG.

Untuk menjaga mutu dari SPBU maka PT Pertamina menerapkan “*Pertamina Way*” yang meliputi: (1) *Staf yang terlatih dan bermotivasi*: meliputi penampilan, pelayanan pelanggan, dan penanganan keluhan; (2) *Jaminan kualitas dan kuantitas*: jaminan ketepatan takaran dan mutu BBM yang dijual; (3) *Pengetahuan produk*: penawaran produk dan pelayanan tambahan yang selaras dengan strategi PT Pertamina; (4) *Format fisik yang konsisten*: tampilan visual yang sesuai dengan standar strategi PT Pertamina; (5) *Peralatan yang terawat dengan baik*: perawatan, *preventive maintenance*, *breakdown maintenance*.

Dalam rangka meningkatkan layanan dan fasilitas SPBU dimana jumlahnya sangat banyak di Indonesia tidaklah mudah. SPBU selalu memberikan inovasi *brand image* melalui SPBU Pertamina PASTI PAS. SPBU PASTI PAS adalah SPBU yang telah tersertifikasi dapat memberikan pelayanan terbaik memenuhi standar. Konsumen dapat mengharapkan kualitas dan kuantitas BBM yang terjamin, pelayanan yang ramah, fasilitas nyaman untuk mencapai kepuasannya.

Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen semakin tinggi. Konsumen sendiri mempunyai makna menurut Philip Kotler (2009:138) yaitu kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap harapan mereka.

Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan pelanggan terhadap SPBU. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari uraian diatas dapat penulis simpulkan, peranan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting. Dengan latar belakang tersebut penulis mengambil judul penelitian “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPBU SAGAN 44.552.12”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dari penelitian ini adalah :

- 1). Apakah *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan ?
- 2). Apakah *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan?
- 3). Apakah *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan?
- 4). Apakah *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan?
- 5). Apakah *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

- 1). Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan.
- 2). Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan.
- 3). Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan.

4).Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan.

5).Untuk mengetahui pengaruh *Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan SPBU Sagan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Peneliti mampu menerapkan dan mengembangkan ilmu dan potensi yang didapat di bangku kuliah dalam memahami strategi yang dilakukan SPBU Sagan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Manfaat Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi lembaga pendidikan, dan mahasiswa yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama.

3. Manfaat Bagi Konsumen

Dapat menambah pengetahuan konsumen terhadap kualitas pelayanan serta mutu dari SPBU Sagan selaku perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengisian BBM.

4. Manfaat Bagi Perusahaan

Perusahaan mampu mengerti dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan SPBU Sagan sehingga mutu dan kualitas layanan dapat ditingkatkan sesuai dengan harapan konsumen agar tercipta kepuasan pelanggan.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberikan batasan masalah yang meliputi Responden Sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian

- **Variabel Dependen**

Kepuasan Pelanggan (*Consumer Satisfaction*) Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Indikatornya : Kenyamanan yang dirasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan, Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan, Minat untuk selalu menggunakan jasa, Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

- **Variabel Independen (Kualitas Layanan)**

- i. Bukti Fisik (*Tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan.

- ii. Kepercayaan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Meliputi kesesuaian jumlah petugas SPBU dengan pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan menyediakan BBM dalam takaran yang tepat (PASTI PAS).

- iii. Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

- iv. Jaminan (*Assurance*) kemampuan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan sehingga bebas dari bahaya, resiko, ataupun keraguan. Seperti Operator SPBU menunjukkan angka nol sebelum melakukan pengisian BBM.
- v. Empati (*Emphaty*) adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Dalam Lupiyoadi (2006:182), pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi, termasuk berupaya memahami keinginan konsumen. Operator memberikan 3S yaitu Senyum, Salam, dan Sapa.

2. Responden Penelitian

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang pernah membeli BBM di SPBU Sagan minimal sebanyak 3 kali (tiga kali).

3. Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November sampai Desember tahun 2016.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan, dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

5.1.1 Profil Responden

1. Berdasarkan jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas adalah wanita.
2. Berdasarkan usia dapat disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden berusia dibawah 20 tahun.
3. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden berpendidikan SMA.
4. Berdasarkan pekerjaan yang dilakukan saat ini oleh responden paling banyak adalah Mahasiswa
5. Berdasarkan banyaknya jumlah pengisian di SPBU Sagan dapat disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden yang sudah mengisi lebih dari 11 kali.
6. Berdasarkan pendapatan per bulan dapat disimpulkan bahwa pendapatan terbanyak adalah Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000.

5.1.2 Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil dari data analisis SPSS menghasilkan 70,4% Variabel dependen (kepuasan pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*). Sedangkan sisanya, yaitu $(100\% - 72,4\% = 27,6\%)$ dijelaskan oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti.

5.1.3 Kesimpulan Hipotesis

Sesuai dengan hasil analisis data yang telah dilakukan sebagaimana diuraikan, maka dapat diperoleh kesimpulan dari hipotesis adalah sebagai berikut :

- Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara *Tangible* terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan”. adalah tidak terbukti. Artinya kepuasan pelanggan SPBU Sagan tidak dipengaruhi oleh variabel *Tangible*, karena *Tangible* dari SPBU Sagan kurang bagus sehingga pelanggan tidak mem
- Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara *Reliability* terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan”. adalah tidak terbukti. Artinya kepuasan pelanggan SPBU Sagan tidak dipengaruhi oleh variabel *Reliability*, karena *Reliability* dari SPBU Sagan kurang bagus.
- Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan”. adalah tidak terbukti. Artinya kepuasan pelanggan SPBU Sagan tidak dipengaruhi oleh variabel *Responsiveness*, karena *Responsiveness* dari SPBU kurang bagus.

- Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara *Assurance* terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan” adalah terbukti.
- Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara *Emphaty* terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan” adalah terbukti..

5.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan pembahasan analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan :

$$Y = -3.019 + 0,180Tangible + 0,188Reliability + 0,042Responsiveness + 0,682Assurance + 0,430Emphaty.$$

Persamaan tersebut dapat menjelaskan kepada kita bahwa konstanta sebesar -3.019 bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* bernilai nol maka nilai keputusan pembelian pelanggan tetap positif. Variabel *Tangible* sebesar 0,180 bernilai positif. Artinya jika *Tangible* SPBU Sagan semakin baik, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat. Variabel *Reliability* yang bernilai positif sebesar 0,188 artinya jika *Reliability* SPBU Sagan semakin baik, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat. Variabel *Responsiveness* yang bernilai 0,042. Artinya jika *Responsiveness* dari petugas SPBU Sagan semakin baik, maka kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat. Variabel *Assurance* yang bernilai positif sebesar 0,682. Menunjukkan jika *Assurance* dari SPBU Sagan semakin baik maka Kepuasan Pelanggan

akan semakin meningkat. Variabel *Emphaty* yang bernilai positif sebesar 0,430. Menunjukkan jika *Emphaty* dari Petugas SPBU Sagan semakin baik maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat.

5.2 Saran

5.2.1 Untuk SPBU Sagan

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan.

- a) Perusahaan tentunya harus membenahi gedung, Pompa Pengisian BBM, dan fasilitas umum seperti (toilet, atm, mushola)
- b) Untuk *Reliabilitas* atau kehandalan dari Petugas SPBU Sagan juga ditingkatkan supaya Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan semakin besar.
- c) Untuk *Responsiveness* atau respon dari Petugas SPBU Sagan dapat dikatakan cukup cepat dan cekatan, tetapi tentunya respon petugas perlu ditingkatkan lagi agar pelanggan bisa bertambah. Sebaiknya yang dilakukan adalah meningkatkan cara pelayanan yang berbeda dan lebih cekatan sehingga pelanggan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan BBM, karena apabila pengisian BBM ke kendaraan pelanggan semakin cepat maka Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan semakin besar.
- d) Untuk *Assurance*, ada pengaruh nya terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan. dimana *Assurance* ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan semakin besar.
- e) Untuk *Emphaty*, ada pengaruh nya terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan. dimana *Emphaty* ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan SPBU Sagan semakin besar.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah cakupan jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden.
4. Untuk pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Husaini, Usman, dkk. 2003. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. PT Indeks : Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen PemasaranJasa*. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta
- Ratminto dan AtikWinarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2007. *Statistik untuk Penelitian*, Jakarta, Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis*. EdisiKetiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

Jurnal

Normasari, Selvy ;Kumadji, Srikandi ; Kusumawati, Andriani, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan* (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang)Universitas Brawijaya, Malang.

Rachmansyah, Ardy, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Dok Dan Perkapalan Surabaya (Persero)* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia), Surabaya

Widjoyo, Iksan Ongko ;Rumambi, Leonid Julivan ; Kunto , Yohanes Sondang, 2013
Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru Mc Donald's Basuki Rahmat di Surabaya Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, Surabaya.