

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PASTI PASS DI SPBU 44.522.20
BANGSRI KABUPATEN BREBES (CV. BERKAH) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN**

Oleh : Sri Ratih Handayani, SE, MM

This study entitled The Effect of Service Quality PASTI PASS at Bangsri 44,522.20 Gas Station in Brebes Regency (Blessing CV) Against Customer Satisfaction.

The objectives to be achieved in this study are:

- 1. To find out whether PASTI PASS service quality has a significant effect on customer satisfaction at SPB 44,522.20 Bangsri Brebes Regency.*
- 2. To find out how much influence PASTI PASS service quality has on customer satisfaction at SPB 44,522.20 Bangsri Brebes Regency.*

The research method used is a case study at the 44,522.20 Bangsri gas station in Brebes Regency, while the data collection method used is survey, interview, library research questionnaire. In testing the hypothesis used a simple regression coefficient analysis tool with t and F.

From the analysis results can be concluded:

- 1. There is a significant influence between PASTI PASS service quality on customer satisfaction. Based on F test statistical analysis by using a confidence level of 95% ($\alpha = 0.05$) and degree of freedom ($df = (k - 1)$ and $(n - k - 1)$) obtained by Ftable of 2.71 the results of calculations performed produce Fcount 954,093. Because Fcount is greater than Ftable, the hypothesis H_0 is rejected, and the t test. By using a confidence level of 95% ($\alpha = 0.05$) and the degree of freedom ($df = K$ and $(n - k - 1)$) obtained t table of 1.6609. From the calculation performed, the value of the service tcount is 30,888, because the tcount is greater than t table ($30,88 > 1,6609$), then the service variable (X) has a significant effect on customer satisfaction.*
- 2. From the results of simple linear regression calculation, $Y = 1.012 + 0.982 X$ means that the value of customer satisfaction will be positive at 1.012 if the service variable (X) is constant. This means that customers still have satisfaction to make purchases without any changes in service quality variables, and if the service variable (X) increases by one unit, it will increase customer satisfaction (Y) by 0.982 units.*

Keywords: service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan dunia usaha saat ini tumbuh dan berkembang

semakin cepat sehingga mendorong setiap sumber daya suatu organisasi atau perusahaan untuk mempersiapkan strategi agar mampu bersaing dalam

pasar. Tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi mendorong adanya kemampuan perusahaan untuk terus meningkatkan unsur kepuasan konsumennya sebagai dasar untuk mengembangkan perusahaan dalam menguasai pasar. Konsep pemasaran ini dipandang sebagai solusi yang tepat untuk menghadapi persaingan. sementara pencapaian kepuasan konsumen tidak lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka sektor jasa seperti juga sektor lainnya harus dapat memberikan personalisasi dalam setiap pelayanannya, sehingga dapat menguasai pasar. Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh organisasi atau badan usaha adalah dengan meningkatkan kualitas jasa pelayanan yang berdampak pada peningkatan kinerja bisnis.

Kualitas pelayanan menjadi variabel kunci strategik dalam upaya organisasi atau badan usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan dan membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang dampaknya dapat menarik pelanggan baru. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, diantaranya kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat, kemajuan teknologi yang terus-menerus dapat mengembangkan kualitas-kualitas yang ada. Sementara tingkat kepuasan konsumen sulit untuk diukur, maka untuk

mengukurnya dapat digunakan model kualitas pelayanan. Yang dibangun dengan lima hal, yaitu *tangible, reliability, Responsiveness, assurance dan empathy*. (Parasuraman, 1998).

Perusahaan
Pertambangan Minyak dan gas bumi Negara atau PT. PERTAMINA (persero) selanjutnya dibaca PERTAMINA. Berusaha mewujudkan visi untuk menjadi perusahaan yang unggul di kelas nasional maupun di kancah perekonomian internasional.

Misi yang dijalankan adalah melakukan usaha dalam bidang Energi dan Petrokimia, secara konsisten dalam hal eksplorasi, Produksi dan distribusi dalam melayani pemenuhan kepentingan publik/ *public services* secara umum bagi dunia khususnya masyarakat Indonesia.

Dari visi dan misi Pertamina yang berusaha menjadi perusahaan yang kompeten dalam hal pelayanan kebutuhan publik tersebut di atas itulah maka penulis mengambil judul skripsi “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PASTI PASS DI SPBU 44.522.20 BANGSRI KABUPATEN BREBES (CV. BERKAH) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”.

B. Perumusan Masalah

Dari fenomena tersebut di atas, maka masalah yang menjadi perhatian dalam

penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes terhadap kepuasan para pelanggannya.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes terhadap Kepuasan pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya masalah yang dibahas, maka dalam penelitian ini akan dibatasi hanya pada permasalahan pelayanan dan kepuasan konsumen pada SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes.

D. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah penerapan *pertamina way* pada SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggannya.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan para konsumen SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, mempromosikan, menentukan harga serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada para pembeli yang ada maupun pembelian yang potensial. (Basu Swastha, 1984).

2. Konsep Pemasaran

Falsafah konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. (Kotler, 1997) mengemukakan definisi pemasaran, bahwa pemasaran adalah kegiatan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Sedangkan menurut Swastha dan Irawan (1997). Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan perusahaan. Pemasaran merupakan sesuatu untuk memuaskan kebutuhan pembelian dan penjualan. (Basu Swastha, 1984).

3. Pengertian Jasa

Setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada

pihak lain pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan pada sesuatu. (Kotler, 1984).

4. Perilaku Konsumen

Menurut Engel dan Blckwell (1994), perilaku konsumen adalah tindakan langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk didalamnya proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

5. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Beberapa pakar pemasaran seperti Parasuraman (1988) dan Zethaml (1996) berpendapat bahwa beberapa jasa perlu diidentifikasi menurut faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas jasa tersebut dan hal ini sering

disebut-sebut sebagai Dimensi Kualitas.

6. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan harapan (*expectations*). Harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan yang bersangkutan menurut Kotler (2000).

7. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pernyataan bahwa semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan maka kepuasan yang dirasakan pelanggan juga semakin tinggi. Pelanggan umumnya mengharapkan produk atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik dan memuaskan. Dengan perkataan lain, para pelanggan menginginkan

kualitas layanan yang diberikan adalah baik dan memuaskan. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan kualitas dari layanan (*service*) dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaannya. (Kotler dan Armstrong 1996).

8. Pertamina Way

Pertamina way adalah salah program andalan yang dilaksanakan oleh PERTAMINA. Dengan visi yang dijalankan adalah menjadikan *pertamina* sebagai perusahaan yang berorientasi bisnis dengan motto “SEMANGAT TERBARUKAN” bertaraf international. Misi yang dijalankan adalah merekonstruksi segala aspek keorganisasian supaya lebih berkompeten dalam hal kualitas produk maupun yang berhubungan dengan

entitas bisnisnya termasuk didalamnya adalah kualitas dalam pelayanan, baik terhadap pasar domestik pada khususnya maupun pasar internasional pada umumnya. Memahami kebutuhan masyarakat akan bahan bakar minyak juga melindungi hak-hak konsumen terhadap produk yang dibelinya, maka Pertamina beropini bahwa program *pertamina way* adalah solusi yang kiranya dapat mewujudkan akan misi dan visi tersebut diatas.

B. Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kerangka pemikiran penelitian ini disajikan dalam gambar 1.



C. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hasil sementara dari sesuatu tersebut dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya. (Husein, 2003). Berdasar pada definisi tersebut, maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Semakin tinggi Kualitas pelayanan yang diberikan maka berdampak tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh Kualitas pelayanan
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan para pelanggan SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes berpengaruh besar dan positif.

METODE PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan termasuk metode studi kausal (sebab-akibat) karena Manajemen SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes ingin membuktikan kepada konsumen bahwa pelayanan yang menyebabkan tinggi rendahnya pelayanan dalam efisiensi mereka / konsumen.

2. Sasaran Penelitian

Sasaran dari penelitian ini adalah seluruh konsumen SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes, baik yang membutuhkan pelayanan secara periodik (pelanggan) maupun konsumen yang secara kebetulan melewati SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes dan membutuhkan pelayanan.

3 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data, dengan cara diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2002). Data

ini dikumpulkan langsung dari sumbernya yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Sugiyono, 2002). Data sekunder dalam penelitian ini berupa sejarah perusahaan dan perkembangannya, struktur organisasi, lokasi perusahaan dan referensi lain.

4. Sumber data

Untuk mendukung memperoleh data yang diinginkan guna mendukung penelitian ini, teknik yang digunakan adalah dengan metode *survey*, yaitu suatu metode pengumpulan data primer yang memerlukan adanya komunikasi antara peneliti dan responden. Adapun salah satu cara mengumpulkan data dalam metode *survey* adalah dengan teknik kuisisioner. (Indriantoro & Supomo, 2002).

5. Variabel penelitian

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjelaskan variabel yang lain (Umar, 2003). Variabel bebas (*Independent*) dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen SPBU 44.522.20 Bangsri Brebes.

b. Variabel Terikat (*Dependent*).

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Independent* (Umar, 2003). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen SPBU 44.522.20 Kabupaten Brebes.

6. Devinisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu yang diberikan variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan maupun membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir, 1997). Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel operasional adalah sebagai berikut :

a. Pelayanan (X).

1. *Tangible* (Bukti Langsung)

Tangible, meliputi fasilitas, peralatan dan perlengkapan yang mendukung pelayanan, serta jumlah tenaga kerja.

2. *Reliability*(Keandalan) Meliputi kemampuan pekerja lini depan dalam memenuhi janji secara konsisten serta dapat diandalkan.

3. *Assurance*(Kepastian) Meliputi pengetahuan dan keramah-tamahan karyawan SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes, kualitas dan kuantitas BBM (QQ), ketersediaan *stock* BBM serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

4. *Responsiveness* (Daya Tanggap) Meliputi pelayanan karyawan (operator dan manajemen) yang cepat dan tanggap baik dalam menanggapi keluhan maupun kemauan yang tinggi dalam membantu pelanggan.

5. *Emphaty*(Perhatian) Meliputi kemauan dalam memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, melakukan komunikasi yang baik serta memahami kebutuhan pelanggan

- serta penerapan 3S (senyum, salam, sapa).
- b. Kepuasan Konsumen (Y)
Kepuasan merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap suatu produk dengan cara membandingkan apakah produk yang diterima konsumen sesuai dengan harapannya (Bloemer, 1997).

7. Penentuan Populasi dan Sampel.

- a. Populasi
Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes yang membeli produk BBM.

- b. Sampel
Sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi oleh karena itu kita membentuk

sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Teknik *sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non random sampling*, yaitu pemilihan sampel dari suatu populasi yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi.

- c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *puposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan tidak memberi kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi serta menetapkan tujuan tertentu kepada sampelnya.

8. Metode Pengolahan Data

Teknik Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian adalah:

- a. Pengeditan (*Editing*).
Pengeditan adalah proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data dengan teknik statistik.

- b. Pemberian Kode (*Coding*)
Pemberian kode dimaksudkan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan data penelitian kedalam skor *numerik* atau karakter *symbol*.
- c. Pemberian Skor (*Scoring*)
Proses pemberian skor dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori atas jawaban pertanyaan kuisisioner yang sesuai dengan jawaban responden.

B. Metode Analisis Data

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan *software* statistik SPSS yang kemudian dilakukan pengujian data, pengujian data tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2002: 144) dikatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan, atau kesahihan suatu instrumen.

b. Uji Reliabilitas

Arikunto (2002) mendefinisikan reliabilitas sebagai suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

c. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005).

2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan SPBU 440.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes dengan kepuasan pelanggan digunakan alat analisis statistik yaitu regresi sederhana. (Sudjana, 2002 , hal. 25)

$$Y = a + bx$$

Dimana :

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Pelayanan SPBU 44.522.20 Kabupaten Brebes

Y = Kepuasan Pelanggan

Dari variabel X, maka nilai koefisien a dan b dapat

dicari dengan :

$$a = \frac{\sqrt{Y - b \sum X}}{n}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3. Uji Statistik F

Pegujian ini dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel *Independent* (pelayanan SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *Dependent*

(kepuasan pelanggan), untuk mengetahuinya maka dilakukan pegujian dengan uji F. Untuk menghitung Ftest digunakan daftar *Analisis Varians* (ANOVA) regresi linear sederhana dengan runus sebagai berikut. (Sudjana, 2002, hal 19).

Daftar *Analisis Varians* (ANOVA) Regresi Linear Sederhana

Sumber Variasi	Dk	JK	KT	F
Total	N	$\sum Y^2$	$\sum Y^2$	

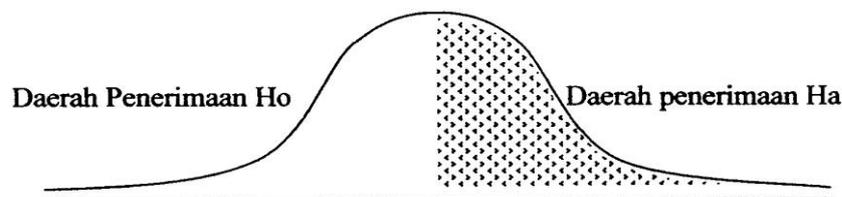
Dimana :

$$JK(T) = \sum Y^2$$

$$JK(a) = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$JK(b/a) = \left\{ \sum X \cdot Y - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{2a} \right\}$$

$$JK(S) = JK(T) - JK(a) - JK(b/a)$$



F (0,05 ; k-1 ; k (n-1))

4. Pengujian hipotesis

- a. Perumusan Hipotesis

Kita nyatakan dulu bahwa hipotesis nol yang berbunyi demikian “tidak ada pengaruh antara pelayanan SPBU 44.522.20 Bangsri

Kabupaten Brebes terhadap kepuasan pelanggan ”

$$H_0 = 0$$

$$H_a \neq 0$$

Dimana :

H₀: hipotesis nol

Ha :hipotesis alternatif (ada dan tidaknya pengaruh pelayanan SPBU Bangsri Kabupaten Brebes terhadap kepuasan pelanggan).

- Menentukan taraf nyata. = 0,05 serta besarnya sampel (n).

- Memilih kriteria uji t :
Ho = diterima apabila $t_{test} < t_{tabel}$ (tidak ada pengaruh antarvariabel X dengan variabel Y)

- Ho = ditolak apabila $t_{test} > t_{tabel}$ (ada pengaruh antara variabel X dan Variabel Y)

Pengambilan keputusan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Validitas dan Reabilitas

Analisis validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* sedangkan Analisis reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien reliabilitas *sprearman brown (r - alpha)*. Kriteria pengujian validitas dan reliabilitas adalah dengan membandingkan nilai korelasi validitas dan reliabilitas dengan r tabel menggunakan tingkat kepercayaan 95 % ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan ($df = n - 2$). Hasil pengujian validitas dan reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X) dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5.

Pengujian validitas dan reliabilitas kualitas pelayanan (X)

Nomor Pernyataan	<i>rProduct Moment</i> (rxy)	Tabel (a, n - 2) (rxy) 5 % = 0,374
1	0.453	Valid
2	0.482	Valid
3	0.483	Valid
4	0.459	Valid
5	0.455	Valid
6	0.447	Valid
7	0.461	Valid
8	0.474	Valid
9	0.460	Valid
10	0.453	Valid
11	0.461	Valid
12	0.464	Valid
13	0.480	Valid
14	0.455	Valid
15	0.65	Valid
16	0.467	Valid

Nilai koefisien reliabilitas ($r - \alpha$) = 0,7567 Reliable

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Dari tabel 5 di atas, dapat diketahui hasil perhitungan validitas diperoleh r_{hitung} pada setiap pertanyaan variabel pelayanan (X) nilainya lebih besar dari r_{tabel} . Demikian juga koefisien reliabilitas dengan ($r - \alpha$) =

0,7567 lebih besar dari r_{tabel} dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sebesar 0,374. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 6.

2. Pengujian validitas dan reliabilitas kepuasan pelanggan(Y)

Nomor Pertanyaan	<i>r Product Moment</i> (r_{xy})	r Tabel (a, n - 2) 5 % = 0,374
1	0.442	Valid
2	0.455	Valid
3	0.458	Valid
4	0.436	Valid
5	0.434	Valid
6	0.426	Valid
7	0.441	Valid
8	0.452	Valid
9	0.437	Valid
10	0.431	Valid
11	0.426	Valid
12	0.437	Valid
13	0.451	Valid
14	0.425	Valid
15	0.439	Valid
16	0.442	Valid
Nilai koefisien reliabilitas ($r - \alpha$) = 0,7433		Reliable

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari tabel 6 di atas, dapat diketahui hasil perhitungan validitas

diperoleh r_{hitung} pada setiap pertanyaan variabel (Y) nilainya lebih besar dari

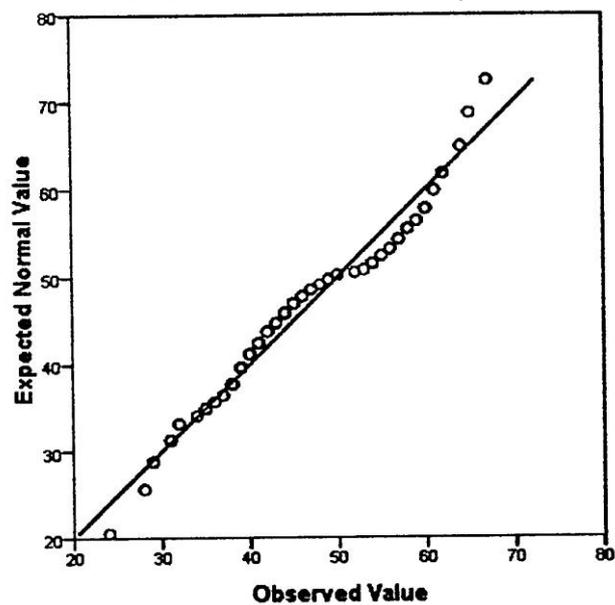
r_{tabel} . Demikian juga dengan koefisien reliabilitas ($r - \alpha$) = 0,7433 lebih besar dari r_{tabel} dengan menggunakan $\alpha = 0,05$, sebesar 0,374.

2. Uji Normalitas

Berdasarkan tes normalitas untuk data pada variabel X, baik dengan uji *Liliefors* diperoleh nilai signifikansi 0,129 dan 0,325 yang semuanya berada di

atas 0,05, hal ini berarti bahwa data kualitas pelayanan berdistribusi normal. Lihat pada gambar 3. Selain itu, juga kenormalan data dapat dilihat dari gambar Q-Q plot yang semua titiknya berkumpul disekitar garis normalnya. Seperti terlihat pada gambar 3 sebagai berikut:

Gambar 2.
Normal Q-Q Plot of kuaiitas.Pelayanan



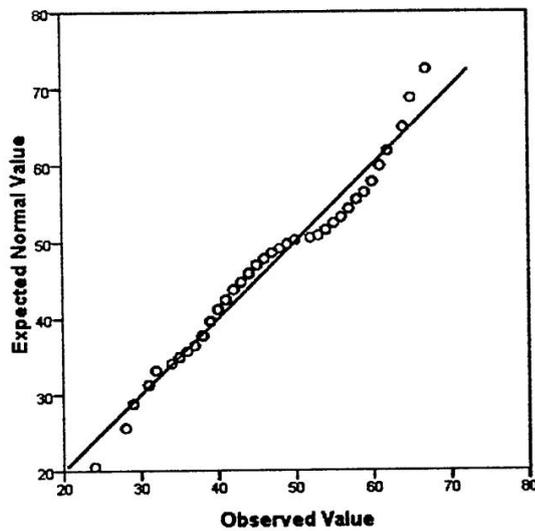
Berdasarkan tes normalitas untuk data pada variabel kepuasan pelanggan, baik dengan uji *Shapiro-Wilk* atau uji *Liliefors* (*Kolmogorov-Smirnov*) diperoleh nilai signifikansi 0,100 dan 0,135 yang semuanya berada di

bahwa data kepuasan pelanggan berdistribusi normal.

Selain itu juga kenormalan data dapat dilihat dari gambar Q-Q plot yang semua titiknya berkumpul disekitar garis normalnya. Seperti terlihat pada gambar berikut.

Gambar 3 .

Normal Q-Q Plot of Kepuasan pelanggan



1. Analisis regresi linier sederhana

Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan software

SPSS 18.0 setelah dilakukan pengujian dengan program tersebut dipeoleh hasil perhitungan Regresi Linier Sederhana dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7.
Regresi linier sederhana variabel (X) dan (Y).

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	t tabel
Kualitas Pelayanan	0,982	30,888	1,6609
Konstanta	= 1,012		
Koefisien determinasi	= 0,907		
Fhitung	= 954,093		
Ftabel	= 2,71		

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat dibuat persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 1,012 + 0,982 X$$

Dari persamaan linier sederhana tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta = 1,012 artinya nilai kepuasan pelanggan akan positif

sebesar 1,012 jika variabel pelayanan (X) bernilai konstan.

- b. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X) = 0,982 artinya apabila variabel pelayanan (X) bertambah satu satuan,

maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,982 satuan.

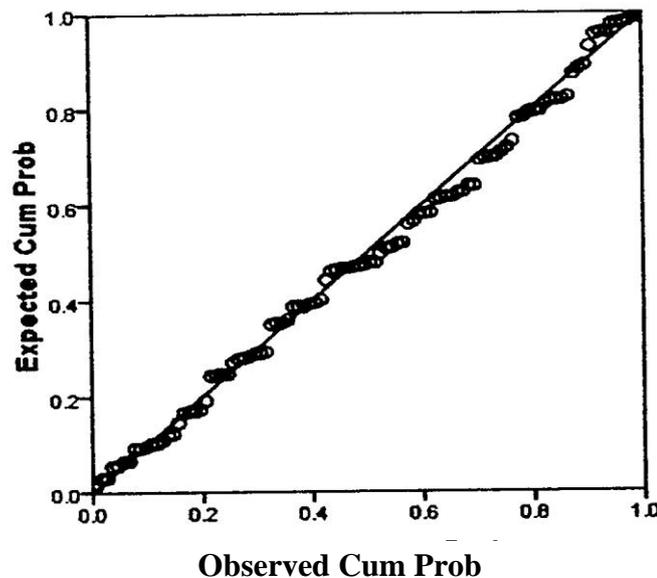
- c. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,907, artinya variasi kepuasan - pelanggan (Y) dijelaskan oleh pengaruh variabel pelayanan (X) sebesar 90,7 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh

variabel - variabel lain (lokasi, atribut SPBU, suasana dan kenyamanan SPBU) yang tidak diteliti sebesar 9,3 persen.

Pada tabel 7 di atas angka probabilitasnya atau sig = 0,000 ($< 0,05$) hal ini menunjukkan model regresi dapat digunakan.

Gambar 4

**Normal P-P plot of regression standardized residual
Dependent Variable**



Pada p-plot terlihat bahwa titik-titik tersebar pada garis lurus, dengan demikian data berdistribusi normal dan berarti syarat persamaan regresi $Y = 1,012 + 0,982 X$ terpenuhi.

2. Pengujian hipotesis

Dalam menguji koefisien regresi, guna

mengetahui pengaruh antara variabel pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk penelitian pada SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes, maka digunakan pengujian Hipotesis . pengujian uji F dan uji t sebagai berikut:

- a. Uji F
 Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* (df) = $(k - 1)$ dan $(n - k - 1)$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2,71, sedangkan hasil perhitungan yang dilakukan menghasilkan F_{hitung} 954,093. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka hipotesis H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes dapat diterima.
- b. Uji t
 Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* (df) = k dan $(n - k - 1)$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1,6609. Dari perhitungan yang dilakukan menghasilkan nilai t_{hitung} pelayanan sebesar 30,888, karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($30,888 > 1,6609$) maka secara parsial variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan.



KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis statistik uji F Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* (df) = $(k - 1)$ dan $(n - k - 1)$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2,71, sedangkan hasil perhitungannya yang dilakukan menghasilkan F_{hitung} 954,093. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka hipotesis H_0 ditolak, dan uji t dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* (df) = k dan $(n - k - 1)$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1,6609. Dari perhitungan yang dilakukan menghasilkan nilai

thitung pelayanan sebesar 30,888, karena thitung lebih besar dari (30,888 > 1,6609) maka secara parsial variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Dari hasil perhitungan regresi linier sederhana diperoleh $Y = 1,012 + 0,982 X$ yang berarti bahwa artinya nilai kepuasan pelanggan akan positif sebesar 1,012 jika variabel pelayanan (X) bernilai konstan. Hal ini berarti pelanggan tetap mempunyai kepuasan untuk melakukan pembelian pada SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes tanpa adanya perubahan variabel kualitas pelayanan, dan apabila variabel pelayanan (X) bertambah satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,982 satuan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah disimpulkan di atas maka penulis akan memberikan saran-saran sebagai berikut:

6.

1. SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes agar tetap berupaya menyediakan sarana-sarana penunjang pelayanan dengan meningkatkan kemampuan tenaga pelayanan.
2. SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes untuk melengkapi peralatan dan perlengkapan penunjang pelayanan demi memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan yang dibutuhkan.
3. Manajemen SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes diharapkan menambahkan jumlah karyawan agar pelayanan yang diharapkan pelanggan yaitu pelayanan yang efisien, cepat dan akurat dapat terwujud.
4. SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes dianjurkan agar memisahkan/ menempatkan secara khusus pembeli yang menggunakan sepeda motor.
5. Membangun atau menyediakan tempat istirahat (*rest area*) dan tempat parkir bagi pelanggan yang menggunakan sepeda motor pada lingkungan SPBU 44.522.20 Bangsri Kabupaten Brebes.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusriyanto, Bambang, 1990, *Meningkatkan Produktifitas Kerja Karyawan*, Jakarta : LPPM
- FLIPPO, Edwin.b., 1992, *Manajemen Personalialia*, Jakarta, penerbit Erlangga,

- Edisi keenam, jilid 2.
- Handoko, T. HANI, 2001, *Manajemen, Yogyakarta*, penerbit BPFE.
- Kuncoro, Mudrajat, et al, 2009, *Transformasi Pertamina*, Jakarta, penerbit Galapress, cetakan pertama.
- Kuncoro, Mudrajat, et al, 2006, *Panduan PASTI PASS for Operator*, Jakarta, penerbit Pertamina Ltd.
- Kuncoro, Mudrajat, et al, 2006, *Panduan PASTI PASS formenn*, Jakarta, penerbit Pertamina Ltd.
- Pramesti, Getut, 2009, *SPSS 18.0 Dalam Rancangan Percobaan*, Jakarta, PT ELEK MEDIA KOPUTINDO.
- Sugianto, Mikael, *Seri Belajar Cepat SPSS 18*, Yogyakarta, ANDI.
- Dharma, Surya, Ph.D, 2011, *Manajemen Kinerja*, Jakarta, Penerbit Universitas Terbuka.
- Engel, James F, and, Blackwell, Roger D, 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid I, Binarupa, Jakarta.
- Prasetyo, Bambang, 2012, *Pengantar Statistik Sosial*, Jakarta, Penerbit Universitas Terbuka, Edisi kedua, Cetakan Keenam.
- McGee, Frank, Ph.D, 2003, *Customer Service Great Ideas Inspirations*, Jakarta, Penerbit Prestasi Pustaka Publisher.
- Algifari, 2003, *Statistik Induktif: untuk ekonomi dan bisnis*, Edisi kedua, UPPAMP YKPN, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan implementasi dan Pengendalian*, Edisi Kedelapan, Jilid I, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- Dajan, Anto, 1995, *Pengantar Metode Statistik*, Jakarta : LP3ES, jilid 2.
- Husein, Umar, 2003, *Riset Sumber Daya Manusia dalam organisasi*, cetakan ketiga, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hartuti, Purnaweni, 2004, *Profit Layanan Publik Di Bidang Kesehatan di Jawa Tengah*, JIAKP, Vol 1, No 1
- Tjiptono, Fandy, 1995, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta
- Widiyanto, Ibnu, 2005, *Metode Riset Bisnis*, ST1E IPWIJA, Jakarta.
- <http://www.pertamina.com>
- <http://www.pasti-pas-tegal.blogspot.id.com>
- <http://www.pasti-pas-brebes.blogspot.id.com>