

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN (*RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY, TANGIBLE*) TERHADAP KEPUASAN SPBU”

Tony Kurniawan

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

ABSTRACT

This study was conducted to see the effect of the quality of service in terms of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy given by PT Pertamina (Persero) fuel Terminal of “Rewulu” to gas stations it serves. This study was conducted in January 2013.

From the calculated regression equation $Y = 0.358 X_1 + 0.181 X_2 + 0.220 X_3 + 0.186 X_4 + 0.101 X_5$. From the results of these equations, it is known that the best quality of service is seen from the tangible dimension, as well as most in need of more attention to quality improvement is due to having the smallest value in terms of empathy. Where overall, the fifth dimension is to give effect to the satisfaction of the gas station.

Based Test Coefficient of Determination (R^2), adjusted R value is 0.670 and it can be concluded that the 67.0% rate of customer satisfaction can be explained by the variable tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The remaining 33% are other variables that are not included in the test parameters.

Respondents who filled out questionnaires were distributed as many as 133 stations, which when viewed in terms of the products they sell to the public, there are 133 stations that distribute the premium product, 129 gas station that distribute biodiesel, 116 stations that distribute pertamax, and 3 gas stations that distribute pertamax plus.

In terms of respondents, the distribution of the former gas station fuel Rewulu Terminal, where most of the gas stations in the district of Sleman by the number of 32 stations. While the least is the Klaten district as much as 3 stations

Keywords: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy and satisfaction of the gas station.

A. Latar Belakang

Pelayanan BUMN saat ini dirasa oleh sebagian orang masih ada kelemahan dan belum seperti yang diharapkan. Hal ini ditandai dengan masih adanya keluhan baik dari para *stakeholder* maupun dari masyarakat secara umum. Hal ini jika didiamkan secara terus-menerus akan

berakibat buruk terhadap citra BUMN tersebut. Dalam hal ini seperti halnya PT Pertamina (Persero). BUMN ini memiliki pelanggan dan juga pihak-pihak terkait, misalnya untuk pelanggan dari Pertamina adalah para pemilik SPBU. Ketika pelayanan kepada SPBU belum seperti yang diharapkan, akan memberikan citra

yang tidak baik terhadap PT Pertamina secara keseluruhan. Ini juga terjadi jika ada kekosongan Bahan Bakar Minyak (BBM) di suatu tempat. Masyarakat akan menilai Pertamina yang salah.

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Minyak Umum (SPBU) merupakan pelanggan sekaligus mitra kerja PT Pertamina (Persero) dalam hal menyalurkan BBM baik itu yang bersubsidi maupun non subsidi kepada masyarakat. Kinerja SPBU berpengaruh terhadap kinerja Pertamina. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan kualitas kerja baik dari segi sarana dan prasarana maupun peningkatan dalam hal pelayanan. Di jaman persaingan terbuka saat ini, termasuk dalam hal pemasaran BBM perlu adanya peningkatan kinerja utamanya dalam hal pelayanan.

Terminal Bahan Bakar Minyak (TBBM) Rewulu adalah salah satu unit operasi PT Pertamina (Persero) Direktorat Pemasaran dan Niaga. TBBM Rewulu terletak di jalan raya Jogja Wates Km 10 Sedayu, Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tanggapan yang sering muncul dari pihak SPBU terhadap pelayanan PT Pertamina (Persero) Terminal BBM Rewulu adalah sebagai berikut:

1. Ketidaksesuaian jumlah produk yang dikirimkan dengan

pemesanan yang dilaporkan pihak SPBU.

2. Perilaku awak mobil tangki yang tidak profesional.
3. Masalah keterlambatan waktu pengiriman.
4. Masalah *losses* (kerugian) pengiriman ke SPBU.

Kualitas kinerja Terminal BBM Rewulu juga ditentukan oleh kelancaran dan ketepatan dalam pengiriman BBM ke SPBU. Jika permasalahan-permasalahan tersebut tidak dilakukan tindak lanjut perbaikannya, maka dikemudian hari (saat benar-benar terjadinya persaingan bebas di industri hilir minyak) akan berdampak buruk pada terminal BBM Rewulu dan Pertamina secara keseluruhan. Kinerja Rewulu merupakan citra Pertamina secara keseluruhan. Karena bisa dikatakan Rewulu merupakan salah satu Terminal BBM yang terbaik dan berprestasi yang dimiliki oleh Pertamina.

Dari latar belakang permasalahan-permasalahan tersebut, maka penulis mengambil judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible*) PT Pertamina (Persero) Terminal BBM Rewulu terhadap Kepuasan SPBU”**.

B. Permasalahan

1. Apakah kualitas layanan (dilihat dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible*) yang diberikan oleh Terminal BBM Rewulu berpengaruh terhadap kepuasan SPBU secara parsial?
2. Apakah kualitas layanan (dilihat dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible*) yang diberikan oleh Terminal BBM Rewulu berpengaruh terhadap kepuasan SPBU secara simultan?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah;

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas layanan (dilihat dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible*) yang diberikan terminal BBM Rewulu terhadap kepuasan SPBU secara parsial.
- b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas layanan (dilihat dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible*) yang diberikan terminal BBM Rewulu terhadap kepuasan SPBU secara simultan.

4. Design Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian terhadap objek tertentu

selama kurun waktu tertentu termasuk lingkungan dan perusahaan yaitu SPBU yang didistribusikan dari TBBM Rewulu.

5. Populasi dan Sampel

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. Populasi dari penelitian ini adalah semua SPBU yang di suplai dari Terminal BBM Rewulu yang berjumlah 150 SPBU. Sampel yang digunakan adalah semua SPBU yang disuplai dari Terminal BBM Rewulu. Jumlah SPBU yang ada di lingkup TBBM Rewulu berjumlah 150 buah, namun sebagian yang akan kita jadikan sampel.

6. Lokasi dan Waktu Penelitian

- a. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2013
- b. Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Pertamina (Persero) TBBM Rewulu dan SPBU yang didistribusikan BBM nya dari Rewulu

7. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur, maka kuesioner yang

disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Perhitungan uji validitas dengan bantuan SPSS

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama dengan bantuan program SPSS bila koefisien alpha lebih besar dari 0,6 maka reliabilitas sudah tercapai. Sebelum data yang didapat dari hasil kuesioner diolah, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Ini dilakukan untuk

mengetahui apakah pertanyaan yang akan diajukan sudah sah (*valid*) dan handal (*reliable*). Jika butir-butir pertanyaan sudah mewakili variabel yang akan diukur, maka data yang akan dihasilkan merupakan data yang sah dan handal.

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bagian ilmu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

8. ANALISA DATA

1. Uji Validitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Aitem	r-hitung		r-tabel	Keterangan
<i>Tangibles</i>	1	0,610	>	0,171	Valid
	2	0,491	>	0,171	Valid
	3	0,457	>	0,171	Valid
<i>Assurance</i>	1	0,396	>	0,171	Valid
	2	0,551	>	0,171	Valid
	3	0,686	>	0,171	Valid
<i>Responsiveness</i>	1	0,568	>	0,171	Valid
	2	0,568	>	0,171	Valid
<i>Reliability</i>	1	0,542	>	0,171	Valid
	2	0,423	>	0,171	Valid
	3	0,646	>	0,171	Valid
<i>Emphaty</i>	1	0,388	>	0,171	Valid
	2	0,388	>	0,171	Valid
Kepuasan	1	0,703	>	0,171	Valid
	2	0,68	>	0,171	Valid
	3	0,472	>	0,171	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, Maret 2013

Dari hasil perhitungan melalui program SPSS dapat terlihat bahwa nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dari semua data atau seluruh butir angket pertanyaan kualitas

layanan terhadap kepuasan konsumen adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa parameter yang ada didalamnya

merupakan parameter yang dapat dipercaya untuk menguji ketepatan dari setiap butir pertanyaan dalam penelitian.

Adapun hasil perhitungan yang didapat dengan menggunakan program SPSS terlihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	α -hit	Tanda	α -batas	Keterangan
<i>Tangibles</i>	0,685	>	0,6	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,710	>	0,6	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,724	>	0,6	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,715	>	0,6	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0,655	>	0,6	Reliabel
Kepuasan	0,777	>	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, Maret 2013

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan adalah data yang reliabel. Dari kedua hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat disimpulkan bahwa data yang ada adalah data yang valid dan reliabel.

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan data yang berasal dari hasil yang diperoleh dari responden yang ditampilkan dalam bentuk deskriptif.

Tabel 4.4
Data Responden SPBU Sesuai Kota/Kabupaten

Data Responden SPBU	Jumlah	Persen	Kumulatif Persen
Kota Yogya	15	11	11
Kab. Bantul	19	14	25
Kab. Gunung Kidul	7	5	31
Kab. Sleman	32	24	55
Kab. Kulonprogo	10	8	62
Purworejo	12	9	71
Magelang	24	18	89
Temanggung	11	8	97
Klaten	3	2	100
Total	133	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, Maret 2013

Dari data diatas dapat terlihat sebaran SPBU eks Terminal BBM Rewulu, dimana sebagian besar SPBU ada di Kabupaten Sleman dengan jumlah 32 SPBU. Sedangkan yang paling sedikit adalah Kabupaten Klaten. Untuk

Kabupaten Klaten sebagian kecil disuplai dari Rewulu dan sebagian besarnya disuplai dari Teminal BBM Boyolali. Dari 133 kuesioner yang disebarkan, 100 % telah kembali dan digunakan sebagai data penelitian.

Tabel 4.5
Data Karakteristik SPBU Dilihat dari BBM yang Disalurkan

Responden	Produk Yang Disalurkan			
	Premium	Biosolar	Pertamax	Pertamax Plus
Jumlah SPBU	133	129	116	3

Sumber: Data Primer Diolah, Maret 2013

Dari keseluruhan SPBU yang menjadi responden, ada pengelompokan berdasarkan kegiatan penyaluran yang dilakukan oleh SPBU tersebut. Untuk SPBU yang menjual produk premium ke masyarakat berjumlah 133 buah. Untuk yang menjual produk biosolar berjumlah 129 buah, sedangkan untuk yang menjual produk BBK non subsidi (pertamax) berjumlah 116 SPBU dan 3 SPBU yang menyalurkan pertamax plus.

4. Analisa Kuantitatif

a. Analisis Regresi Berganda

Melalui analisis regresi berganda ini, dapat diketahui tingkat pengaruh parameter tersebut terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dari hasil regresi melalui program SPSS, dapat diketahui besaran tingkat kepuasan dari setiap parameter uji. Dari hasil inilah nantinya yang dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

Tabel 4.6
Analisis Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,277	,671		,413	,680
	Tangible	,316	,054	,358	5,871	,000
	Assurance	,190	,087	,181	2,192	,030
	Responsiv eness	,320	,108	,220	2,955	,004
	Reliability	,179	,073	,186	2,443	,016
	Emphaty	,131	,090	,101	1,459	,147

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer Diolah, Maret 2013

Dari tabel diatas diperoleh persamaan sebagai berikut;

$$Y = 0,358 X_1 + 0,181 X_2 + 0,220 X_3 + 0,186 X_4 + 0,101 X_5$$

Dari hasil persamaan tersebut, diketahui terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *tangible* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom "Sig" dimana untuk variabel *tangible* mempunyai poin $0,000 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *assurance* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom "Sig" dimana untuk variabel *assurance* mempunyai poin $0,030 < 0,05$. Terdapat hubungan

yang positif dan signifikan antara variabel *responsiveness* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom "Sig" dimana untuk variabel *responsiveness* mempunyai poin $0,004 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom "Sig" dimana untuk variabel *reliability* mempunyai poin $0,016 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif namun tidak signifikan antara variabel *empathy* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom "Sig" dimana untuk variabel *empathy* mempunyai poin $0,147 > 0,05$.

b. Pengujian Koefisien Regresi dengan R^2

Tabel 4.7
Pengujian Koefisien Regresi dengan Uji R^2

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
					R Square Change	F Change	df 1	df 2
1	,819 ^a	,670	,657	,91174	,670	51,609	5	127

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer Diolah, Maret 2013

Dari pengujian koefisien regresi ini dapat diketahui mengenai nilai dari variabel dependen (kepuasan pelanggan). Nilai tersebut dapat dilihat dari nilai R Square. Pada program SPSS dari tabel 4.7, diperoleh besaran koefisien determinasi sebesar 0,670. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa 67,0 % tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *tangibles*, *reliability*,

responsiveness, *assurance*, dan *emphaty*. Sisanya yaitu 33 % merupakan variabel lain yang tidak terdapat dalam parameter uji.

c. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) secara simultan.

Tabel 4.8
Pengujian Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	214,504	5	42,901	51,609	,000 ^a
	Residual	105,571	127	,831		
	Total	320,075	132			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Responsiv eness, Reliability , Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

Ho : $b_i = 0$ berarti secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) dengan variabel kepuasan. Ha : $b_i \neq 0$ berarti secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) dengan variabel kepuasan.

2. Level of signifikan $\alpha = 0,05$
3. Penentuan kriteria pengujian

Nilai F hitung dibandingkan nilai F tabel dengan signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df) = 5;127. Sehingga diketahui F tabel bernilai 2,2856. Ho diterima apabila F hitung $\leq 2,285$. Ho ditolak apabila F hitung $\geq 2,2856$

4. Nilai F hitung = 51,609 (dilihat dari hasil SPSS)

5. Kesimpulan

Nilai F hitung sebesar 51,609 yang berarti F hitung (51,609) lebih besar dari pada F tabel (2,2856) maka keputusannya menolak Ho dan menerima Ha. Dengan demikian secara simultan kelima variabel independen (*Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) signifikan mempengaruhi kepuasan (Y)

d. Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) terhadap variabel terikat (kepuasan) secara individual. Adapun hasil uji T untuk penelitian ini adalah sebagai berikut;

Tabel 4.9
Pengujian Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,277	,671		,413	,680
Tangible	,316	,054	,358	5,871	,000
Assurance	,190	,087	,181	2,192	,030
Responsiveness	,320	,108	,220	2,955	,004
Reliability	,179	,073	,186	2,443	,016
Emphaty	,131	,090	,101	1,459	,147

a. Dependent Variable: Kepuasan

1. Pengujian terhadap Variabel *Tangible*

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

- a) Menentukan hipotesis
 $H_0 : b_1 = 0$ berarti tidak ada pengaruh signifikan *Tangible* terhadap kepuasan.
 $H_a : b_1 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan *Tangible* terhadap kepuasan.
- b) Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $df = 127$, dengan pengujian dua sisi maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,979.
- c) Kriteria pengujian
 H_0 diterima bila $-1,979 \leq t \text{ hitung} \leq 1,979$. H_0 ditolak bila $t \text{ hitung} > 1,979$ atau $t \text{ hitung} < -1,979$
- d) Nilai t hitung = 5,871
- e) Kesimpulan dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,871 lebih

besar dari t tabel (1,979), maka nilai t hitung berada dalam daerah penolakan H_0 sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan *tangible* terhadap kepuasan.

2. Pengujian terhadap Variabel *Assurance*

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

- a) Menentukan hipotesis
 $H_0 : b_1 = 0$ berarti tidak ada pengaruh signifikan *Assurance* terhadap kepuasan.
 $H_a : b_1 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan *Assurance* terhadap kepuasan.
- b) Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $df = 127$, dengan pengujian dua sisi maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,979.

- c) Kriteria pengujian
Ho diterima bila $-1,979 \leq t$
hitung $\leq 1,979$. Ho ditolak
bila t hitung $> 1,979$ atau t
hitung $< -1,979$
- d) Nilai t hitung = 2,192
- e) Kesimpulan dari hasil
perhitungan diperoleh nilai t
hitung sebesar 2,192 lebih
besar dari t tabel (1,979),
maka nilai t hitung berada
dalam daerah penolakan Ho
sehingga keputusannya
menolak Ho dan menerima
Ha. Dengan demikian ada
pengaruh yang signifikan
Assurance terhadap kepuasan.

3. Pengujian terhadap Variabel *Responsiveness*

Langkah-langkah pengujiannya
sebagai berikut :

- a) Menentukan hipotesis
Ho : $b_1 = 0$ berarti tidak
ada pengaruh signifikan
Responsiveness terhadap
kepuasan. Ha : $b_1 \neq 0$ berarti
ada pengaruh yang signifikan
Responsiveness terhadap
kepuasan.
- b) Dengan menggunakan taraf
signifikan $\alpha = 0,05$ dan derajat
kebebasan $df = 127$, dengan
pengujian dua sisi maka

diperoleh nilai t tabel sebesar
1,979.

- c) Kriteria pengujian
Ho diterima bila $-1,979 \leq t$
hitung $\leq 1,979$. Ho ditolak
bila t hitung $> 1,979$ atau t
hitung $< -1,979$
- d) Nilai t hitung = 2,955
- e) Kesimpulan dari hasil
perhitungan diperoleh nilai t
hitung sebesar 2,955 lebih
besar dari t tabel (1,979),
maka nilai t hitung berada
dalam daerah penolakan Ho
sehingga keputusannya
menolak Ho dan menerima
Ha. Dengan demikian ada
pengaruh yang signifikan
Responsiveness terhadap
kepuasan.

4. Pengujian terhadap variabel *Reliability*

Langkah-langkah pengujiannya
sebagai berikut :

- a) Menentukan hipotesis
Ho : $b_1 = 0$ berarti tidak
ada pengaruh signifikan
Reliability terhadap kepuasan.
Ha : $b_1 \neq 0$ berarti ada
pengaruh yang signifikan
Reliability terhadap kepuasan.
- b) Dengan menggunakan taraf
signifikan $\alpha = 0,05$ dan derajat

kebebasan $df = 127$, dengan pengujian dua sisi maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,979.

- c) Kriteria pengujian
 H_0 diterima bila $-1,979 \leq t_{hitung} \leq 1,979$. H_0 ditolak bila $t_{hitung} > 1,979$ atau $t_{hitung} < -1,979$
- d) Nilai t hitung = 2,443
- e) Kesimpulan dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,443 lebih besar dari t tabel (1,979), maka nilai t hitung berada dalam daerah penolakan H_0 sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan *Reliability* terhadap kepuasan.

5. Pengujian terhadap variabel *Empathy*
 Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

- a) Menentukan hipotesis
 $H_0 : b_1 = 0$ berarti tidak ada pengaruh signifikan *Empathy* terhadap kepuasan.
 $H_a : b_1 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan *Empathy* terhadap kepuasan.
- b) Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan derajat

kebebasan $df = 127$, dengan pengujian dua sisi maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,979.

- c) Kriteria pengujian
 H_0 diterima bila $-1,979 \leq t_{hitung} \leq 1,979$. H_0 ditolak bila $t_{hitung} > 1,979$ atau $t_{hitung} < -1,979$
- d) Nilai t hitung = 1,459
- e) Kesimpulan dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar 1,459 lebih kecil dari t tabel (1,979), maka nilai t hitung berada dalam daerah yang diterima H_0 sehingga keputusannya menerima H_0 dan menolak H_a . Dengan demikian ada pengaruh yang tidak signifikan *Empathy* terhadap kepuasan.

9. TEMUAN PENELITIAN DAN KESIMPULAN

Berdasar dari perhitungan dan analisis data pada bab IV, dimana mengkategorikan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi kualitas pelayanan dari segi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang diberikan PT Pertamina (Persero) Terminal BBM Rewulu terhadap pihak SPBU, dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Analisis Persamaan Regresi Berganda

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *tangible* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom “Sig” dimana untuk variabel *tangible* mempunyai poin $0,000 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *assurance* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom “Sig” dimana untuk variabel *assurance* mempunyai poin $0,030 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *responsiveness* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom “Sig” dimana untuk variabel *responsiveness* mempunyai poin $0,004 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat dilihat dari kolom “Sig” dimana untuk variabel *reliability* mempunyai poin $0,016 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif namun tidak signifikan antara variabel *empathy* dengan variabel kepuasan. Signifikan dapat

dilihat dari kolom “Sig” dimana untuk variabel *empathy* mempunyai poin $0,147 > 0,05$. Secara keseluruhan kelima variabel tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepuasan SPBU, namun untuk variabel *empathy* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Dan secara umum tingkat kepuasan yang terbesar yang dirasakan oleh pihak SPBU adalah dari segi *tangible*. Jika dilihat secara parsial, setiap variabel mempunyai pengaruh terhadap kepuasan SPBU, namun untuk variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan.

b. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai *adjusted R* adalah 0,670 dan dapat diambil kesimpulan bahwa 67,0 % tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sisanya yaitu 33 % merupakan variabel lain yang tidak terdapat dalam parameter uji.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Gifari, 2001. *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi kedua, Yogyakarta: BPFE.
- Engel, J.F., Backwell Roger, & Miniard Paul, 1995. *Perilaku Konsumen* edisi ke enam jilid 2, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty, 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Faried, Wijaya dan Sudjoni, 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (terjemahan Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli AK), Edisi Revisi, PT Ikrar Mandiriabadi, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Cetakan Pertama, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Pawitra, Teddy, 1993. *Kepuasan Pelanggan sebagai Keunggulan Daya Saing: Konsep, Pengukuran, dan Implikasi Strategik*, Sekolah Tinggi Manajemen Prasetiya Mulya, Jakarta.
- Santoso, Singgih & Fandy Tjiptono, 2002. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William J., 1996. *Prinsip Pemasaran*, (terjemahan Yohanes Lamarto), Edisi Ketujuh, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 1999. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama, Bandung: CV Alfabeta.
- Suharyani dan Imam Teguh R., 2001. *Modul Pengolahan Data Elektronik*, Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.
- Swastha, Basu, DH., 1979. *Saluran Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu, DH dan T. Hani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta.
- Umar Husein, 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama dan JBRC.