

**Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
SPBU Pertamina Marifat Di Kradenan Banyuwangi**

Muhammad Aghistni Maulana Salsabil*)
Muhammad Ridwan Basalamah **)
Rachmawati *)**

Aghistnmaulana2@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research was conducted at Pertamina Marifat gas station in Kradenan Banyuwangi. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The purpose of this study was to determine the effect of facilities and service quality on customer satisfaction. The independent variables used are facilities and service quality, while the dependent variable is customer satisfaction. The sample used in this study were 65 respondents who were consumers of Pertamina Marifat gas stations in Kradenan Banyuwangi. Data collection techniques using a questionnaire. The analytical method used is instrument test, path analysis, f test and t test of determination using IBM SPSS computer software for data processing. The results of this study indicate that the facilities and service quality have a direct effect on customer satisfaction.

Keywords: Facilities, Service Quality, Customer Decision..

Pendahuluan

Latar Belakang

Menurut Kotler dan Koller (2007:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Tujuan utama pelayanan SPBU adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang di tandai dengan berkurangnya keluhan dari pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. (Kotler dalam Sulistyio 1999:10) mengatakan hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, tetapi merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Kualitas dibentuk oleh perbandingan antara ideal dan presepsi dari kinerja dimensi kualitas

Fasilitas harus selalu diperhatikan terutama yang berhubungan atau berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah penggunaan jasa tersebut. (Kotler dalam Tjiptono 2004 : 147) Mengatakan Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa, fasilitas erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan.

Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan Penelitian untuk menganalisis fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU

MARIFAT dengan judul “**Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Spbu Pertamina Marifat Di Kradenan Banyuwangi**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang uraian yang sudah dipaparkan, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PERTAMINA?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PERTAMINA?
3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PERTAMINA?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari sebuah rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PERTAMINA.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PERTAMINA.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PERTAMINA.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi pihak-pihak berikut:

- a. Bagi Peneliti
Merupakan ilmu pengetahuan bagi peneliti sehingga dapat digunakan untuk menambah wawasan, pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran dan dapat memahami masalah yang diteliti tentang fasilitas dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan terhadap SPBU PERTAMINA
- b. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menganalisis pengaruh fasilitas dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan terhadap SPBU Pertamina
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ataupun rujukan untuk perkembangan ilmu pengetahuan dalam kajian kecil dan perkembangan teknologi khususnya dibidang manajemen pemasaran terkait dengan pengaruh fasilitas dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan terhadap SPBU Pertamina. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi ataupun wadah dalam memperoleh informasi serta pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat judul penelitian dengan variabel yang sama.

Tinjauan Pustaka

Fasilitas

Menurut Sudono Sukino (2005:98) fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk.

Kualitas Layanan

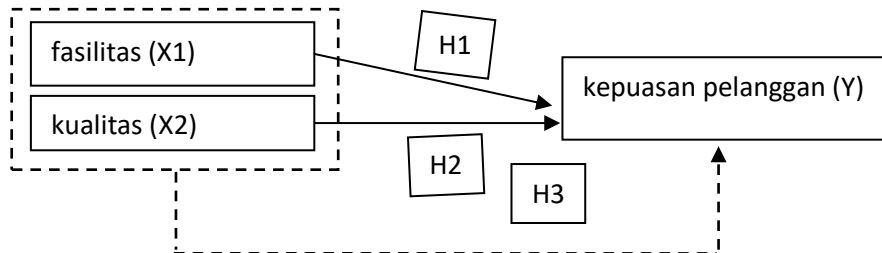
Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2007:133) diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan pengiriman dalam menyebarkan harapan konsumen. Menurut Philip Kotler (2005) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2011:292) merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau outcome sama atau melampaui harapan pelanggan. Menurut Kotler (2010:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada kajian diatas maka kerangka konseptual yang dibuat pada penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.4 Kerangka Konseptual

—————→ : Secara Parsial
- - - - -→ : Secara Simultan

Hipotesis penelitian

- H1= Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H2= kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H3= fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:7) bahwa metode penelitian kuantitatif di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengacu hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan penelitian ini memulai beberapa tahapan ialah penyebaran kuesioner dan menganalisis data.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2007:61) Sebuah penelitian terkadang memiliki populasi yang luas dan tidak diketahui jumlahnya, populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pengisian BBM di SPBU MARIFAT, yang terdiri dari pengendara sepeda motor, mobil dan kendaraan umum. Karena jumlah populasi yang luas maka populasi pada penelitian ini tidak diketahui.

Menurut (Malhotra, 2006:291) dalam analisis ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5, atau 5 x jumlah variabel..

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29151424
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.049
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* diketahui bahwa nilai *sig* yang diperoleh pada variabel fasilitas, kualitas layanan serta kepuasan pelanggan memiliki nilai *sig* > 0,05 sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,921	1.086	Bebas Multikolinieritas
2	Harga (X2)	0,921	1.086	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dinyatakan bahwa semua variabel bebas terbebas dari multikolinieritas. Hal ini dikarenakan nilai *tolerance* pada variabel X1 $0,921 \geq 0,01$ dan nilai VIF nya $1.086 \leq 10$. Lalu pada nilai *tolerance* variabel X2 $0,921 \geq 0,01$ dan nilai VIF nya $1.086 \leq 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut terbebas dari multikolinieritas atau tidak ada keterkaitan antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Fasilitas (X1)	0,094	Bebas Heterokedastisitas
2	Kualitas Layanan (X2)	0,351	Bebas Heterokedastisitas

Sumber : Data Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa nilai Signifikansi variabel X1 dan X2 > 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang digunakan bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis Uji F (Simultan)

Tabel 4.14 Hasil Uji F

No.	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,000	Signifikan

Sumber : Data Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.12 di atas diketahui bahwa nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05. Maka artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas (Fasilitas, Kualitas Layanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) secara simultan atau bersama-sama. Dengan demikian berdasarkan pernyataan tersebut maka H1 diterima.

Uji t (Parsial)

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	5.814	2.354		2.470	.016
Fasilitas	.442	.066	.673	6.682	.000
Kualitas Layanan	.214	.089	.242	2.405	.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Hasil Output SPSS, 2022

Dari data tabel 4.13 di atas analisa uji t dapat diketahui sebagai berikut :

a. Fasilitas (X1)

Pada variabel *Kualitas Pelayanan* diketahui memiliki nilai signifikan sebesar 0,002 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima atau terdapat pengaruh antara *Kualitas Pelayanan* terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Kualitas Layanan (X2)

Pada variabel *Harga* diketahui memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima atau terdapat pengaruh antara *Harga* terhadap Kepuasan Pelanggan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.420	.402	1.31218

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Fasilitas

Sumber : Data Hasil Output, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,402 atau 40,2% yang artinya nilai variabel X1 dan X2 mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 40,2%. Sedangkan sisanya sebesar 59,8% adalah variabel lain yang mempengaruhi dan tidak terdapat dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil di atas menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Fasilitas terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Semakin tinggi intensitas dan kreativitas fasilitas yang dilakukan oleh penjual maka semakin tinggi tingkat kepuasan Pelanggan. Fasilitas digunakan untuk memperkenalkan dan konsumen nyaman dengan layanan kita agar lebih banyak konsumen kembali lagi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Herdi Susanto (2013) yang menyatakan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel *Kualitas Layanan* berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Dari hasil di atas menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *kualitas Layanan* terhadap variabel Kepuasan pelanggan.

Semakin baik kualitas layanan pada konsumen maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dilakukan seseorang saat berkunjung dipertamina marifat dibanyuwangi. Kualitas layanan mampu membentuk persepsi positif dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang akan memperkuat loyalitas mereka. Ketika sebuah layanan tersebut akan memiliki citra yang kuat dan positif di mata konsumen, maka kepercayaan tersebut akan selalu diingat dan konsumen kemungkinan besar konsumen akan kembali lagi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Tiza dan Bagus Handoko (2017) yang menyatakan *Kualitas layanan* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan juga pembahasan yang sudah di uraikan pada bab sebelumnya, maka didapat di simpulkan bahwa:

1. Bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Fasilitas dan *Kualitas Layanan* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pertamina Marifat Di Kradenan Banyuwangi.
2. Bahwa variabel *Fasilitas* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen SPBU Pertamina Marifat Di Kradenan Banyuwangi.
3. Bahwa variabel *Kualitas Layanan* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen SPBU Pertamina Marifat Di Kradenan Banyuwangi.

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yang diantaranya:

- a. Dengan adanya keterbatasan waktu maka penelitian ini hanya menggunakan variabel Fasilitas dan *Kualitas Pelayanan* sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat. Sehingga variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tidak dibahas dalam penelitian ini.
- b. Penelitian ini dilakukan di SPBU Pertamina Marifat Di Kradenan Banyuwangi.
- c. Penelitian ini hanya dilakukan dalam waktu tiga bulan.

Saran

Terdapat beberapa saran bagi para peneliti selanjutnya, yaitu:

- a. Saran untuk penelitian selanjutnya dengan melakukan penambahan data variabel penelitian seperti loyalitas konsumen.
- b. Saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah jumlah responden yang lebih banyak agar cakupan tanggapan responden mengenai hal ini semakin luas.

- c. Saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya memakai teori-teori terbaru dalam penelitian
- d. Saran untuk lembaga maupun perusahaan Apple, banyaknya persaingan *Smartphone* saat ini diharapkan kepada pihak Apple selalu memperhatikan Promosi, agar penjualan terus meningkat serta harga yang dikeluarkan harus sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen sehingga keterjangkauan konsumen untuk membeli Iphone memang sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Terakhir, kualitas produk, kualitas produk yang diberikan sebaiknya ditingkatkan agar dapat menarik hati konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan kualitas penelitian disarankan untuk:

1. Agar penelitian ini dapat digunakan secara luas, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan subjek penelitiannya tidak hanya mahasiswa aktif.
2. Peneliti selanjutnya disarankan dalam metode penelitian dilakukan dengan mengkombinasikan pengumpulan data dengan cara kuisioner serta wawancara. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan data yang lebih akurat.
3. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak hanya melakukan penelitian dengan variabel peneliti ini saja tetapi ditambahkan dengan variabel dan juga memperluas objek penelitian.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*, PT. Indeks, Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi Keempat. Jilid 2*. PT Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukino, Sudono. 2005, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Muhammad Aghistni Maulana Salsabil*) Adalah Mahasiswa FEB UNISMA

Muhammad Ridwan Basalamah **) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA

Rachmawati ***) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA