

INTISARI

Pertamina merupakan perusahaan yang menggunakan landasan kokoh dalam melaksanakan kiprahnya untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan dengan menerapkan tata kelola perusahaan, salah satunya yaitu customer focused atau berorientasi pada kepentingan konsumen. Pertamina selalu berkomitmen memberikan layanan terbaik bagi konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Cepat Tanggap, Jaminan, dan Empati secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen retail (SPBU) PT Pertamina (Persero) TBBM Rewulu Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan convenience sampling dari total populasi sebanyak 166 SPBU, kuesioner disebar pada 135 SPBU, kuesioner yang terisi dan kembali sebesar 69%, 13% kuesioner tidak dapat diolah, dan kuesioner yang dapat diolah sebesar 56% atau sebanyak 76 SPBU. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji f, uji t, dan uji *R Square*, dengan bantuan aplikasi SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Cepat Tanggap, Jaminan, dan Empati mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (SPBU) PT Pertamina TBBM Rewulu, hal ini ditunjukkan pada uji f dengan hasil tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, serta f hitung sebesar $26,268 > f$ tabel 2,35. Hasil analisis uji t menunjukkan kualitas layanan secara parsial yang mempunyai pengaruh signifikan hanya dimensi Jaminan, ditunjukkan pada angka signifikansi pada variabel Jaminan sebesar $0,013 < 0,05$, serta nilai t hitung sebesar $2,539 > t$ tabel 1,994. Sedangkan, dimensi lain yaitu Bukti Fisik, Keandalan, Cepat Tanggap, dan Empati secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, ditunjukkan pada angka signifikansi $> 0,05$ dan besar t hitung $<$ dari t tabel. Angka *R Square* adalah 0,652 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi. *R Square* bisa disebut koefisien determinasi, yang berarti 65,2% dari Kepuasan Konsumen bisa dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan yang terdiri Bukti Fisik, Keandalan, Cepat Tanggap, Jaminan, dan Empati dan sisanya dijelaskan oleh sebab lain.

Kata kunci : Kualitas layanan, Bukti Fisik, Jaminan, Cepat Tanggap, Keandalan, Empati, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Pertamina is a company that uses a solid foundation in implementing its work to realize the vision and mission of the company by applying corporate governance, one of which is customer focused or oriented to the interests of consumers. Pertamina is always committed to provide the best service for its customers. This study aims to determine the effect of service quality consisting of Physical Evidence, Reliability, Quick Response, Assurance, and Empathy simultaneously and partially to retail customer satisfaction (SPBU) PT Pertamina (Persero) TBBM Rewulu Yogyakarta.

*This study used survey method, with convenience sampling from total population of 166 SPBU, questionnaires distributed at 135 SPBU, filled questionnaires and return of 69%, 13% questionnaires can not be processed, and questionnaires can be processed by 56% or as much as 76 SPBU. Data collected through questionnaires were analyzed using multiple linear regression, *f* test, *t* test, and R Square test, with the help of SPSS 20 application.*

*The results of this study indicate that the Quality of Service consisting of Physical Evidence, Reliability, Quick Response, Assurance, and Empathy have simultaneous influence on Consumer Satisfaction (SPBU) PT Pertamina TBBM Rewulu, this is shown in the *f* test with the result of significance level $0.000 < 0,05$, and *f* count of $26.268 > f$ table 2.35. The result of *t* test analysis shows the service quality partially that has significant influence only the Guarantee dimension, indicated on the number of significance on the Guarantee variable of $0.013 < 0.05$, and the value of *t* arithmetic is $2.539 > t$ table 1.994. Meanwhile, other dimensions of Physical Evidence, Reliability, Quick Responsiveness, and Empathy partially have no significant effect on consumer satisfaction, indicated on the significance > 0.05 and large *t* count $< of t$ table. The R Square number of 0.652 is the squaring of the correlation coefficient. R Square can be called the coefficient of determination, which means 65.2% of Customers Satisfaction can be explained by the Quality of Service variables consisting of Physical Evidence, Reliability, Quick Response, Assurance, and Empathy and the remainder explained by other causes.*

Keywords: Quality of service, Physical Evidence, Warranty, Quick Response, Reliability, Empathy, Consumer Satisfaction.