

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Fungsi *Industry & Marine II* pada *Marketing Branch* Diy & Surakarta – Pt. Pertamina (Persero). Dalam penelitian ini kualitas pelayanan meliputi *tangible*, *reponsiveness*, *reliability*, *empathy* dan *assurance*. Penelitian ini akan melihat pengaruh kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan kepada 36 responden dengan menggunakan skala likert dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2018 di *Marketing Branch* DIY & Surakarta – PT. Pertamina (Persero). Semua data dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji F, didapatkan hasil nilai sign sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) antara variabel *tangible* (X1), *reponsiveness* (X2), *reliability* (X3), *empathy* (X4), dan *assurance* (X5), sebagai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan fungsi *Industry & Marine II* pada *Marketing Branch* DIY & Surakarta. Sedangkan secara parsial Berdasarkan hasil uji T, menunjukkan bahwa *tangible* (X1), *reponsiveness* (X2), *reliability* (X3), *empathy* (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan fungsi *Industry & Marine II* pada *Marketing Branch* DIY & Surakarta. Sedangkan variabel *assurance* (X5) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan fungsi *Industry & Marine II* pada *Marketing Branch* DIY & Surakarta. Selain itu, berdasarkan hasil analisis regresi berganda, dapat dilihat pula bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel *assurance* (X5) yaitu sebesar 0,432.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *tangible*, *reponsiveness*, *reliability*, *empathy* *assurance*, Kepuasan Pelanggan, PT. Pertamina

ABSTRACT

This study aims to indentify and analyze how much influence the service quality to cutomers satisfaction fungtion Industry & Marine II to Marketing Branch DIY & Surakarta – PT. Pertamina (Persero). Service quality dimentions were tangible, reponsiveness, reliability, empathy and assurance. The research will tried to indentify the influence service quality dimentions simultaneously and partially to the cutomers satisfaction. Data collection techniques used in this research is the questionnaires that was shared to 36 respondents by using Likert Scale and that was done on March 2018 with sampling techniques is Purposive Sampling. All data were analyzed by Multiple Linier Regression. Based on Multiple Linier Regression (F test), the result showed that sig coefficient is $0,000 < 0,05$ (H_1 acceptable). It means that service quality as simultaneously has a significant influence on cutomers satisfaction fungtion Industry & Marine II to Marketing Branch DIY & Surakarta – Pt. Pertamina (Persero). Based on T test shows that tangible (X1), reponsiveness (X2), reliability (X3), empathy (X4) were not affect cutomers satisfaction fungtion Industry & Marine II to Marketing Branch DIY & Surakarta – Pt. Pertamina (Persero), and assurance (X5) was affect the cutomers satisfaction fungtion Industry & Marine II to Marketing Branch DIY & Surakarta – Pt. Pertamina (Persero). The assurance variable was the most dominant.

Key Word: Service Quality, Tangible, Reponsiveness, Reliability, Empathy Assurance, Cutomers Satisfaction, PT. Pertamina