

ABSTRACT

Many competitors in the field of gas stations, not only occur between Pertamina gas stations but with foreign gas stations such as Shell and Total. By improving the quality of services at gas station, is expected to provide maximum satisfaction to the consumer. This research aims to determine whether there is influence of service quality on customer satisfaction at gas station 34-17145 Bekasi.

This research used the quantitative research method. The populations in this research are all of the customers at gas station 34-17145 Bekasi. The samples of the research were taken by using the incidental sampling technique. Sample used is 165 respondents. The data of the research were gathered through questionnaire with likert scale. They were then analyzed by using the descriptive, validity and reliability, the classic assumption test, t test, and multiple regression analysis.

The results showed that in partially the responsiveness and assurance has an influence significantly on the customer satisfaction. Tangibles, reliability and empathy has not influence on the customer satisfaction. The value of Adjusted R Square is 0.528, meaning that the magnitude of the independent variables on the dependent variable is 52.8%.

Key words: Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance and Customer Satisfaction



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Banyaknya pesaing dibidang SPBU, tidak hanya terjadi antara SPBU Pertamina saja tetapi dengan SPBU asing seperti Shell dan Total. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan di SPBU, diharapkan mampu memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara bukti fisik, keandalan, data tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen di SPBU 34-17145.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di SPBU 34-17145 Bekasi, Metode pengambilan sampel menggunakan sampling insidental. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 165 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert . Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji R^2 dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial daya tanggap dan jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara variabel bukti fisik, keandalan dan empati secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R^2 sebesar 0,528 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 52,8%.

Kata kunci : Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan konsumen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA