

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di SPBU NO. 14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai)

¹Ainun Lestari, ²Julianto Hutasuhut

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, ainunlestari674@gmail.com

²Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, julianto@umnaw.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of facilities and quality Services to the satisfaction of the consumers at the gas station No.14.205.156 Village Workshop Kec. Perbaungan. The population in this research is customer satisfaction at the gas station No.14.205.156 Village Workshop Kec. Perbaungan, a total of 600 people. The sample in this study amounted to 60 people were taken randomly by using random sampling technique. This type of research is quantitative research. Instrument penelitian using a questionnaire or a questionnaire and then analyzed using the method of multiple linear regression analysis $Y=7,682+0,461 X_1+0,337 X_2$, which means that the facilities and service quality effect on customer satisfaction. Based on the results can be known that the facility (X_1) has a value of t count sebesar 5,409 dan t table by 1,67 if compared with t then the result $5,409 > 1,67$, so it can be concluded that the facility has positive and significant effect on customer satisfaction (Y). Quality of Service (X_2) has a t value of 4,988 if compared with t table then the result $4,988 > 1,67$, so it can be concluded that Service quality has positive and significant effect on customer satisfaction (Y). Simultaneously, the facilities and Service Quality have positive and significant influence on consumer satisfaction. Meaning hypothesis in this study is accepted, it is evident from the value of F count $> F$ table ($51,225 > 3,15$). The results of the coefficient of determination shows that the facilities and Service Quality influence on customer satisfaction 64.3%, while the rest of 35.7% influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *The facilities, Service Quality and customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Kendaraan merupakan alat yang digunakan untuk bermobilitas setiap orang untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat lain. Kendaraan itu sendiri bermacam ragamnya mulai dari beroda dua (sepeda motor) dan beroda empat (mobil). Kemajuan teknologi dibidang transportasi, kini berdampak pada perkembangan lalu lintas dan perkembangan SPBU. Semakin meningkat perkembangan kendaraan semakin banyak permintaan akan bahan bakar, sehingga akan mengakibatkan perkembangan yang pesat bagi perkembangan SPBU dan perekonomian. Di Indonesia, salah satu perusahaan yang memproduksi serta menyediakan bahan bakar adalah PT Pertamina (Persero). Pertamina terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerja sama sebagai sarana untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan oleh Pertamina. Dalam proses peningkatan pelayanan dan fasilitas SPBU Pertamina secara menyeluruh sangat tidak mudah, mengingat banyaknya jumlah SPBU di Indonesia. SPBU selalu memberikan inovasi brand image, salah satunya adalah SPBU Pertamina PASTI PASI. SPBU Pertamina PASTI

PAS! adalah SPBU yang telah tersertifikasi dapat memberikan pelayanan terbaik yang memenuhi standar. PASTI PAS! memberikan jaminan kualitas dan kuantitas BBM, pelayanan yang ramah, dan fasilitas yang nyaman untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain itu standar kualitas pelayanan yang diterapkan oleh SPBU yaitu yang dikenal dengan prinsip 3S (senyum, salam dan sapa) dan dengan mengatakan dimulai dari nol.

Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap SPBU yang akhirnya konsumen akan tetap loyal pada SPBU tersebut. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Tujuan utama pelayanan SPBU adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (complain) dari pelanggan. Peranan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian. Kepuasan yang dirasakan konsumen sangat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. SPBU dituntut untuk bersaing, tidak hanya dalam aspek produk tetapi banyak hal yang perlu diperhatikan, diantaranya kualitas yang baik terhadap kepuasan konsumen.

Dalam menanggapi kebutuhan transportasi kualitas pelayanan menjadi dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk memilih berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini. Dalam era perkembangan dan pertumbuhan penduduk yang begitu pesat menyebabkan manusia cenderung memilih transportasi yang cepat dan terjangkau. Masyarakat akan menuntut pelayanan dan fasilitas yang lebih baik sesuai dengan kebutuhannya, sehingga konsumen lebih teliti dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. Terutama masalah transportasi, berperan sebagai penunjang, pendorong, dan penggerak.

Dalam proses peningkatan kepuasan konsumen, fasilitas merupakan syarat utama dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen, hal itu memang bukanlah sangat mudah, mengingat banyaknya jumlah SPBU di Indonesia umumnya dan di Medan khususnya. Dengan menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman akan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen akan tetap loyal pada SPBU tersebut. SPBU NO. 14.205.156 belum maksimal dalam memberikan kualitas pelayanan dan memberikan kepuasan kepada para konsumen dikarenakan masih kurangnya fasilitas yang mendukung seperti belum tersedianya fasilitas pengisian air dan angin. Dari segi pelayanan karyawan masih jarang menggunakan istilah 3S (senyum, salam dan sapa) dan jarang sekali mengatakan dimulai dari nol yang merupakan standar kualitas pelayanan terbaik dari SPBU.

Fenomenal yang sering muncul di tengah-tengah masyarakat yaitu adanya peraturan dari pemerintah dan SPBU tidak boleh mengisi BBM dengan jerigen dengan maksud menjual kembali, tetapi masyarakat sekitar tetap melakukannya dengan sengaja dan petugas SPBU sebagian besar masih melayani pembeli seperti ini. Walaupun diadakan sanksi bagi pembeli yang mengisi BBM dengan jerigen masih ada yang nekad untuk membeli dengan maksud untuk dijual kembali. Hal itu tertuang dalam Undang-Undang nomor 22 tahun 2001.

Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap SPBU yang akhirnya konsumen akan tetap loyal pada SPBU tersebut. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan

terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Tujuan utama pelayanan SPBU adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (complain) dari pelanggan. Peranan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian. Kepuasan yang dirasakan konsumen sangat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. SPBU dituntut untuk bersaing, tidak hanya dalam aspek produk tetapi banyak hal yang perlu diperhatikan, diantaranya kualitas yang baik terhadap kepuasan konsumen.

Dalam menanggapi kebutuhan transportasi kualitas pelayanan menjadi dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk memilih berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini. Dalam era perkembangan dan pertumbuhan penduduk yang begitu pesat menyebabkan manusia cenderung memilih transportasi yang cepat dan terjangkau. Masyarakat akan menuntut pelayanan dan fasilitas yang lebih baik sesuai dengan kebutuhannya, sehingga konsumen lebih teliti dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan sesuai kebutuhan konsumen. Terutama masalah transportasi, berperan sebagai penunjang, pendorong, dan penggerak.

Dalam proses peningkatan kepuasan konsumen, fasilitas merupakan syarat utama dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen, hal itu memang bukan lah sangat mudah, mengingat banyaknya jumlah SPBU di Indonesia umumnya dan di Medan khususnya. Dengan menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman akan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen akan tetap loyal pada SPBU tersebut. SPBU NO. 14.205.156 belum maksimal dalam memberikan kualitas pelayanan dan memberikan kepuasan kepada para konsumen dikarenakan masih kurangnya fasilitas yang mendukung seperti belum tersedianya fasilitas pengisian air dan angin. Dari segi pelayanan karyawan masih jarang menggunakan istilah 3S (senyum, salam dan sapa) dan jarang sekali mengatakan dimulai dari nol yang merupakan standar kualitas pelayanan terbaik dari SPBU.

Fenomenal yang sering muncul di tengah-tengah masyarakat yaitu adanya peraturan dari pemerintah dan SPBU tidak boleh mengisi BBM dengan jerigen dengan maksud menjual kembali, tetapi masyarakat sekitar tetap melakukannya dengan sengaja dan petugas SPBU sebagian besar masih melayani pembeli seperti ini. Walaupun diadakan sanksi bagi pembeli yang mengisi BBM dengan jerigen masih ada yang nekad untuk membeli dengan maksud untuk dijual kembali. Hal itu tertuang dalam Undang-Undang nomor 22 tahun 2001.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kompetensi Dan Fasilitas Terhadap Kinerja Guru Pada Yayasan Pendidikan Islam Haji Masri Darul Ilmi Murni Kecamatan namorambe Kabupaten Deli Serdang".

LANDASAN TEORI

Fasilitas (X¹)

Menurut Mardiyani (2013:45) Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor keputusan pembelian dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas. Menurut Tjiptono (2017:23) indikator fasilitas terdiri dari: (1) Perencanaan spesial, Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain

dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya. (2) Perencanaan ruangan, Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain dayaampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.(3) Unsur Pendukung, Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya. Seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik, atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.(4)Penempatan perlengkapan,(5)Tanda yang mudah dilihat .

Kualitas Pelayanan (X^2)

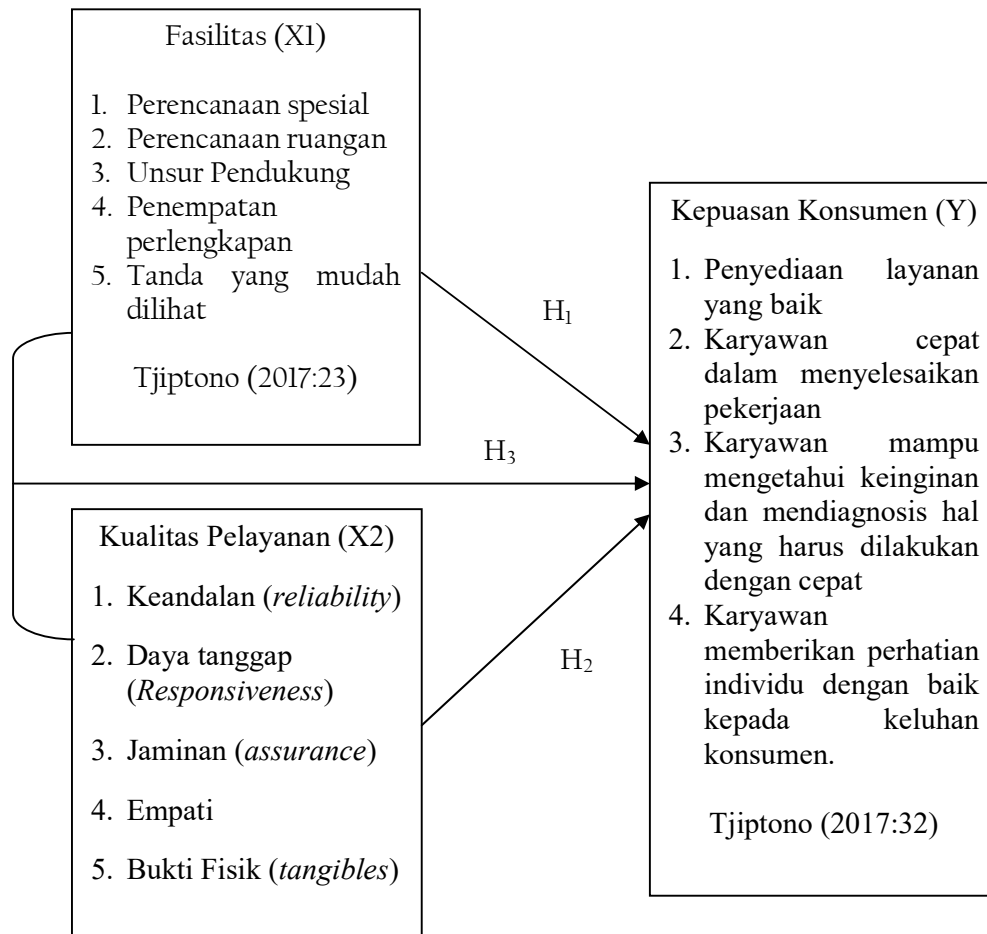
Menurut Shafwan (2018:78) Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Perusahaan untuk dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pengukuran kualitas layanan menurut Tjiptono (2012:81) terdiri dari *Tangible* (bukti fisik) fasilitas fisik, pelayanan, dan penampilan personil *Responsiveness* (ketanggapan) kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, *Reability*(kehandalan) kemampuan untuk melakukan layanan yang terpercaya dan akurat, *Assurance* (jaminan) pengetahuan dan kesopanan dan kemampuan mereka karyawan untuk menginspirasi kepercayaan, dan *Empaty* (empati) sebagai kepedulian, memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Pengukuran kualitas layanan menurut Tjiptono (2012:81) terdiri dari *Tangible* (bukti fisik) fasilitas fisik, pelayanan, dan penampilan personil *Responsiveness* (ketanggapan) kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, *Reability*(kehandalan) kemampuan untuk melakukan layanan yang terpercaya dan akurat, *Assurance* (jaminan) pengetahuan dan kesopanan dan kemampuan mereka karyawan untuk menginspirasi kepercayaan, dan *Empaty* (empati) sebagai kepedulian, memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

Kepuasan konsumen (Y)

Kepuasan konsumen menjadi daya tarik bagi para pengusaha jasa untuk mengukur tingkat kesuksesan usaha mereka, karna para pengusaha jasa sadar bahwa kepuasan konsumen merupakan pencapaian terbaik yang bisa berdampak untuk masa yang panjang, kepuasan konsumen juga dapat dilihat dari bagaimana harapan konsumen terpenuhi, seperti yang di kemukakan oleh Kotler dan Keller (2012:23) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Prinsip adalah melakukan yang terbaik aspek-aspek terpenting bagi pelanggan. Seperti Kotler dan Keller (2012:203) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui :(1) Sistem keluhan dan saran, Dengan cara membuka kotak saran dan menerima keluhan, saran, kritik oleh langganan atau bisa juga disampaikan melalui kartu informasi, *customer hot line*. (2) Survei kepuasan konsumen, Biasanya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui pos, telepon, wawancara pribadi atau bisa juga perusahaan mengirim angket ke orang-orang tertentu. (3) Pembeli bayangan, Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu

untuk membeli ke perusahaan lain, sehingga pembeli misterius ini dapat melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayani. (4) Analisis konsumen yang beralih, Perusahaan yang kehilangan langganan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan dibujuk kenapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan dan lain-lain.

Hingga saat ini survei merupakan metode paling populer dan berkembang pesat untuk keperluan pengukuran kepuasan konsumen/pelanggan. Melakukan pengukuran kepuasan konsumen/pelanggan juga memiliki tujuan sebagaimana dikemukakan oleh Amawati (2012:319), kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja “produk total” sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirements*).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Untuk menguji penelitian ini maka digunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen SPBU No.14.205.156 desa Bengkel Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai yang mengisi bahan bakar pertamax dan pertalite yang terekam oleh komputer di SPBU No.14.205.156 desa Bengkel selama 4 hari, terhitung dari tanggal 27 sampai dengan 31 Maret 2021 yang berjumlah 600 orang konsumen. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Suharsimi Arikunto, 2010: 109). Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010: 112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat

diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Jadi, sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Dan untuk teknik pengambilan sampel agar dapat mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan teknik simple random sampling karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, (Sugiyono, 2017:82).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian yang merupakan data yang *valid* dengan alat ukur yang digunakan dalam meneliti, yaitu kuesioner. Uji validitas terlebih dahulu dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 35 responden diluar responden penelitian ini yaitu konsumen SPBU No. 14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas (X^1)

Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
Item 1	0,895	0,30	Valid
Item 2	0,848	0,30	Valid
Item 3	0,895	0,30	Valid
Item 4	0,920	0,30	Valid
Item 5	0,776	0,30	Valid
Item 6	0,918	0,30	Valid
Item 7	0,886	0,30	Valid
Item 8	0,886	0,30	Valid
Item 9	0,888	0,30	Valid
Item 10	0,894	0,30	Valid

Sumber: hasil penelitian, 2021

Nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) tertinggi pada item 4 sebesar 0,920, dimana hasil analisis r_{hitung} 0,920 > r_{tabel} 0,30 dan nilai terendah pada item 5 sebesar 0,776, dimana akan diperoleh hasil r_{hitung} 0,776 > r_{tabel} 0,30. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian instrument berupa kuesioner ini adalah valid. Dari hasil uji validitas diatas layak dijadikan data penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (X^2)

Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
Item 1	0,787	0,30	Valid
Item 2	0,835	0,30	Valid

Item 3	0,565	0,30	Valid
Item 4	0,572	0,30	Valid
Item 5	0,531	0,30	Valid
Item 6	0,639	0,30	Valid
Item 7	0,614	0,30	Valid
Item 8	0,681	0,30	Valid
Item 9	0,559	0,30	Valid
Item 10	0,758	0,30	Valid

Sumber: hasil penelitian, 2021

Dari table 2 diperoleh nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) tertinggi pada item 2 sebesar 0,835, dimana hasil analisis $r_{hitung} 0,707 > r_{tabel} 0,30$ dan nilai terendah pada item 5 sebesar 0,531, dimana akan diperoleh hasil $r_{hitung} 0,531 > r_{tabel} 0,30$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian instrument berupa kuesioner ini adalah valid. Dari hasil uji validitas diatas layak dijadikan data penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas (Y)

Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
Item 1	0,660	0,30	Valid
Item 2	0,507	0,30	Valid
Item 3	0,837	0,30	Valid
Item 4	0,812	0,30	Valid
Item 5	0,772	0,30	Valid
Item 6	0,803	0,30	Valid
Item 7	0,589	0,30	Valid
Item 8	0,775	0,30	Valid
Item 9	0,825	0,30	Valid
Item 10	0,595	0,30	Valid

Sumber: hasil penelitian, 2021

Diperoleh nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) tertinggi pada item 3 sebesar 0,837, dimana hasil analisis $r_{hitung} 0,837 > r_{tabel} 0,30$ dan nilai terendah pada item 2 sebesar 0,507, dimana akan diperoleh hasil $r_{hitung} 0,507 > r_{tabel} 0,30$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

penelitian instrument berupa kuesioner ini adalah valid. Dari hasil uji validitas diatas layak dijadikan data penelitian.

Tabel 3. Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
Fasilitas (X)	0,967	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,853	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,891	Reliabel

Sumber: hasil penelitian, 2021

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa ketiga instrument penelitian pada penelitian ini telah memenuhi unsur reliable atau terpercaya, tingkat instrument penelitian sudah memadai karena mendekati 1(>60).Penelitian berikutnya dengan menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari:

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakaah nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak, dan model regresi yang baik adalah apabila memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Ujnormalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan diterima, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$).

Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan ditolak. Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, penulis menggunakan uji analisis Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria nilai signifikansi harus lebih besar dari 0,05 untuk dapat dikatakan data terdistribusi normal. Berikut hasil ujinya:

Tabel 4. Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29722346
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.061
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

hasil

Sumber:

penelitian, 2021

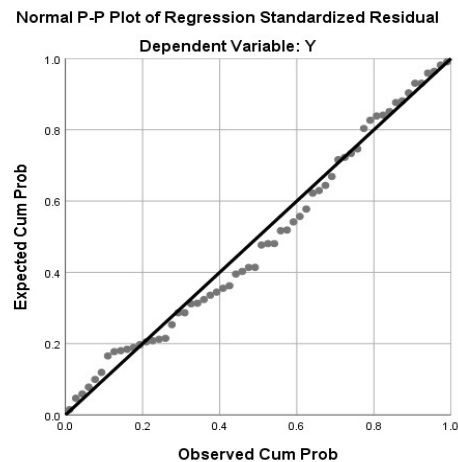
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Berdasarkan data tabel uji normalitas diatas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, dapat dilihat bahwa berdasarkan pengujian normalitas data diperoleh nilai probabilitas berdasarkan nilai *standardized* 0,05 dengan hasil uji keseluruhan variabel yaitu sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.



Gambar 2. Grafik normal P-P Plot

Sumber: hasil penelitian, 2021

Berdasarkan hasil Uji Normalitas dengan pendekatan grafik diatas, dapat diketahui bahwa data memiliki distribusi atau penyebaran yang normal, hal ini dapat dilihat dari penyebaran titik berada disekitar sumbu diagonal dari grafik. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Dan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Apabila nilai Tolerance > 0,10 maka tidak terjadi Multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai tolerance < 0,10 maka terjadi Multikolinieritas. Multikolinieritas juga dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) apabila VIF >10,00 maka dikatakan terjadi Multikolinieritas.

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	7.682	3.161		2.431	.018		
	Fasilitas	.461	.085	.486	5.409	.000	.777	1.287
	Kualitas Pelayanan Jasa	.337	.068	.448	4.988	.000	.777	1.287

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil penelitian, 2021

Dari tabel 4.13 diatas pada variabel pelayanan kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) nilai tolerance $0,777 > 0,10$ atau nilai VIF $1,287 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas.

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas dan untuk mengetahui adanya heterokedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser*. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2011). Berikut ini adalah hasil uji heterokedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan metode glejser:

Tabel 6.
Hasil uji heteroskedastisitas dengan metode glejser

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.153	1.802		1.749	.086		
	X1	-.063	.049	-.192	-1.298	.200	.777	1.287
	X2	.029	.039	.112	.758	.452	.777	1.287

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: hasil penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 6 uji heteroskedastisitas dengan metode glejser diperoleh nilai signifikansi 0,200 dan 0,452 sehingga dapat disimpulkan data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 7.
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.682	3.161		2.431	.018		
	Fasilitas	.461	.085	.486	5.409	.000	.777	1.287
	Kualitas Pelayanan Jasa	.337	.068	.448	4.988	.000	.777	1.287

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dengan memperhatikan angka yang berada pada kolom *Unstandardized Coefficients* B, maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y=7,682 + 0,461 X_1 + 0,337 X_2$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat interprestasikan beberapa hal antara lain :

- a) Konstanta (a) sebesar 7,682 menunjukkan bahwa tanpa adanya variabel fasilitas, dan kualitas pelayanan beserta kepuasan konsumen di SPBU No.14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan adalah 7,682.
- b) Fasilitas (X_1) sebesar 0,461 menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya setiap peningkatan variabel fasilitas maka akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di SPBU No.14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan.
- c) Kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,337 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan, maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

Tabel 8.
Hasil uji parsial (uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	d Coefficients			Toleranc	VIF
1	(Constant)	7.682	3.161		2.431	.018		
	Fasilitas	.461	.085	.486	5.409	.000	.777	1.287
	Kualitas Pelayanan Jasa	.337	.068	.448	4.988	.000	.777	1.287

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: hasil penelitian, 2021

Diketahui bahwa variabel X yaitu Fasilitas memiliki taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika dilihat dengan membandingkan nilai t tabel, diketahui bahwa tingkat signifikan penelitian ini sebesar 5% (0,05), dengan jumlah df adalah sebesar 60 ($n-k-1$ atau $60-2-1$), berdasarkan data tersebut dapat ditentukan besarnya t tabel adalah 1,67, dan diketahui bahwa variabel Fasilitas memiliki t hitung sebesar 5,409, jika dibandingkan dengan t tabel maka hasilnya $5,409 > 1,67$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar 4,988, jika dibandingkan dengan t tabel maka hasilnya $4,988 > 1,67$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Tabel 9
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	559.626	2	279.813	51.225	.000 ^b

Residual	311.357	57	5.462	
Total	870.983	59		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Jasa, Fasilitas

Sumber: hasil penelitian, 2021

$F_{\text{tabel}} = n - k = 60 - 2 = 58$ adalah 3,15

Kriteria Pengujian :

a. Tolak H_0 apabila $F_{\text{hitung}} > 3,15$ atau $-F_{\text{hitung}} < -3,15$

b. Tolak H_a apabila $F_{\text{hitung}} < 3,15$ atau $-F_{\text{hitung}} > -3,15$

Berdasarkan hasil uji F_{hitung} pada tabel di atas dapat dinilai F_{hitung} sebesar 51,225 dengan signifikan 0,000 sementara nilai F_{tabel} berdasarkan $dk = 60 - 2 = 58$ dengan signifikan 5% adalah 3,15.

Kriteria F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_a diterima (H_0 ditolak), artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di SPBU No.14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan.

Tabel. 10

Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.630	2.337

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Jasa, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa (1) R menunjukkan korelasi berganda, yaitu fasilitas (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 80,2%, artinya hubungannya erat, semakin besar nilai R maka hubungannya semakin erat. (2) R^2 menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,643 (64,3%) sedangkan sisanya sebesar 0,357 (35,7%). Hal ini memiliki arti bahwa 64,3% variabel Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya 35,7% dapat dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini. (3). *adjusted R square* merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarnya lebih mendekati mutu penajakan model dalam populasi. Dari tabel diatas dapat dibaca bahwa *adjusted r square* (r^2) adalah 64,3% dan sisanya 35,7% dijelaskan oleh faktor lain.

KESIMPULAN dan SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil regresi linear berganda $Y = 7,682 + 0,461 X_1 + 0,337 X_2$ dari persamaan regresi diatas maka dapat interprestasikan beberapa hal antara lain :

a) Konstanta (a) sebesar 7,682 menunjukkan bahwa tanpa adanya variabel fasilitas, dan kualitas pelayanan beserta kepuasan konsumen di SPBU No.14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan adalah 12.215.

b) Fasilitas (X_1) sebesar 0,461 menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya setiap peningkatan variabel fasilitas maka akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di SPBU No.14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan.

c) Kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,337 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan, maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

1. Pengujian hasil uji t

a) Pengujian Variabel Fasilitas (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah fasilitas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap kepuasan konsumen, dari pengolahan data SPSS 25 maka dapat diperoleh hasil uji t yaitu Fasilitas memiliki taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika dilihat dengan membandingkan nilai t tabel, diketahui bahwa tingkat signifikan penelitian ini sebesar 5% (0,05), diketahui bahwa variabel Fasilitas memiliki t hitung sebesar 5,409, jika dibandingkan dengan t tabel maka hasilnya $5,409 > 1,67$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b) Pengujian Kualitas pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas pelayanan secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap kepuasan konsumen, dari pengolahan data SPSS 25 maka dapat diperoleh hasil uji t yaitu Kualitas pelayanan memiliki taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar 4,988, jika dibandingkan dengan t tabel maka hasilnya $4,988 > 1,67$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

2. Setelah dilakukan uji hipotesis secara simultan (uji f) variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di SPBU No.14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan dimana nilai $f_{hitung} = 51,225$ $f_{tabel} = 3,15$.

3. R Square (R^2) menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,643 (64,3%) sedangkan sisanya sebesar 0,357 (35,7%). Hal ini memiliki arti bahwa 64,3% variabel Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya 35,7% dapat dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Andari, Clara Lintang Sistiyo. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi Kasus Pengunjung The Sila's Agrotourism* Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Amawati, Rustika. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen SPBU Majalengka*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10 No. 2
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiyani, Mayang Septa 2013. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (studi pada SPBU 44.594.10 Wedelan Kec. Bangsri, Jepara*.
- Shafwan Permata Nugraha, Dery. 2018. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 54.681.08 desa tanggul kulon kec. tangguk kab jember*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Tjiptono, Fandi. 2017. *Service Manajemen mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: cv Andi offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen