



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.
Volume 2 Nomor 2 Tahun 2022 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897

Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Agustus 2022	Accepted: September 2022	Published : Oktober 2022
------------------------	--------------------------	--------------------------

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen SPBU Ndao Ende

Munawar Abubekar¹, Rafael Octavianus Byre², Santy Permata Sari³

¹²³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

nawanabubekar@gmail.com

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui h aspek bukti langsung (*Tangibles*), aspek daya tanggap (*Responsiveness*), aspek kepercayaan (*Reliability*), aspek empati (*Emphaty*). dan aspek keyakinan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan SPBU Ndao Ende. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) apakah ada pengaruh positif dan signifikan aspek bukti langsung (*Tangibles*) terhadap kepuasan Pelanggan SPBU Ndao Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,648 (2) ada pengaruh positif dan signifikan aspek daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende beta (β) sebesar 0,314 (3) Ada pengaruh positif dan signifikan aspek kepercayaan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende beta (β) sebesar 0,481 (4) Ada pengaruh positif dan signifikan aspek empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende beta (β) sebesar 0,344.(5) Ada pengaruh positif dan signifikan aspek keyakinan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende beta (β) sebesar 0,384**Kata**

Kunci: Bukti Langsung, Daya Tangap, Kepercayaan, Empati, Keyakinan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract. This study aims to determine the aspects of direct evidence (*Tangibles*), aspects of responsiveness (*Responsiveness*), aspects of trust (*Reliability*), aspects of empathy (*Emphaty*). and aspects of confidence (*Assurance*) to the satisfaction of Ndao Ende gas station customers. This

research includes causality research using a quantitative approach. The sample in this study were 100 customers of Ndao Ende Gas Station. Data was collected by questionnaire which has been tested for validity and reliability. Multiple linear regression was used to test the hypothesis of this study. The results of this study indicate that, (1) is there a positive and significant influence of the direct evidence aspect (Tangibles) on the satisfaction of Ndao Ende Gas Station customers with a beta (β) value of 0.648 (2) there is a positive and significant influence of the responsiveness aspect (Responsiveness) on the satisfaction of Ndao Ende Gas Station customers beta (β) of 0, 314 (3) There is a positive and significant effect of the trust aspect (Reliability) on the satisfaction of Ndao Ende gas station customers beta (β) of 0.481 (4) There is a positive and significant effect of the empathy aspect (Emphaty) on the satisfaction of Ndao Ende gas station customers beta (β) of 0.344. (5) There is a positive and significant effect of the confidence aspect (Assurance) on the satisfaction of Ndao Ende gas station customers beta (β) of 0.384

Keywords: Direct Evidence, Tangibility, Trust, Empathy, Confidence, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Di Negara 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 PT. Pertamina. Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Peranan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian.

SPBU Ndao dikecamatan Ende Utara Kabupaten Ende mulai beroperasi pada tahun 2005. Terdapat fasilitas berupa toilet, pos pengisian air radiator dan pompa angin. Kemudian terdapat 8 pos pengisian bahan bakar yang terdiri dari premium, pertamax pertalite dan solar. Fenomena yang terjadi pada SPBU Ndao Ende adalah bertambahnya jumlah SPBU mengakibatkan pembelian pada SPBU Ndao Ende mengalami penurunan. Dalam beberapa tahun terakhir di seputaran kota Ende bertambah nya SPBU Wirajaya yang terletak didalam kota mengurangi keuntungan SPBU Ndao Ende. Berkurangnya laba bersih pada SPBU Ndao Ende juga terjadi karena pelanggan merasakan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan sehingga menyebabkan turunnya kepuasan pelanggan dan

pada akhirnya menyebabkan pelanggan tidak melakukan pembelian ulang.

Penyampaian keluhan pelanggan dilakukan dengan mengisi form Keluhan Pelanggan yang tersedia di SPBU Ndao Ende Pada tahun 2019. Hal ini mengalami kenaikan jumlah keluhan setelah diterapkannya sistem pengaduan keluhan melalui jaringan WA (Whatsap) manajemen SPBU dimana telah ditempel nomor telepon pada setiap pos pengisian. Keluhan pelanggan segera ditindak lanjuti oleh pihak SPBU setelah dilakukannya pengaduan. Kategori keluhan terbagi menjadi 3 jenis, yaitu ; takaran, pelayanan dan kebersihan. Pada tahun 2018 maupun 2019 keluhan konsumen terbanyak terjadi pada keluhan jenis pelayanan, yaitu 59 keluhan . Kemudian keluhan jenis kebersihan pada tahun 2018 dan 2019 sebanyak 75 keluhan Dan yang terakhir, keluhan jenis takaran sebanyak 72 keluhan

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Alfiani, 2016:18) Istilah *service* dalam Bahasa Indonesia setidaknya memiliki tiga kata yakni jasa, layanan, dan servis. Sebagai jasa, layanan umumnya mencerminkan produk tidak berwujud (*intangible*) atau sektor industri spesifik seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan dan seterusnya. Pada hakikatnya layanan sebagai jasa bersifat *intangible* (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain. Sebagai layanan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu ataupun kelompok) kepada pihak lain (individu ataupun kelompok). Pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi konsumen pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut (Alfiani. 2016).

Kepuasan Konsumen

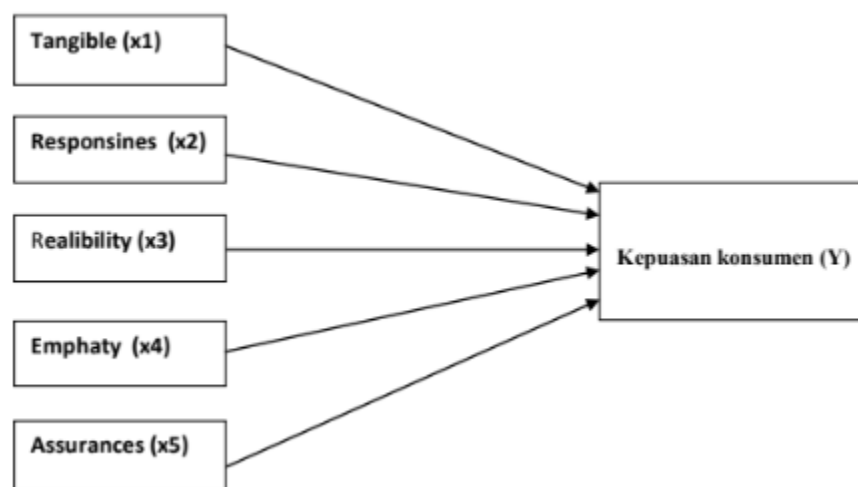
Konsep kepuasan konsumen masih bersifat abstrak, meski demikian kepuasan konsumen menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis (Alfiani 2016:30) Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana maupun kompleks. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam service encounter sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan

yang dibentuk.. Sesuai dengan pendapat diatas istilah kepuasan jika ditinjau dari perilaku konsumen menjadi sesuatu yang kompleks. Konsumen dalam memberikan penilaian sesuatu biasanya akan lebih kecewa terhadap jasa dibandingkan barang. Alasannya adalah karena mereka juga ikut terlibat dalam proses penciptaan jasa. Kotler dan Armstrong (2015) yang mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pengguna jasa tidak puas. Sedangkan jika kinerja memenuhi harapan, maka pengguna jasa layanan puas.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian dapat dikatakan juga sebagai suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap lainnya dari masalah yang ingin diteliti dan berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan suatu topik yang akan dibahas. Adapun dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis penelitian, maka penulis gambarkan kerangka pemikiran penelitian. Secara ringkas kerangka konsep penelitian yang digambarkan adalah risalah tentang gambaran hubungan antar variabel didalam penelitian yang menggambarkan bagaimana hubungan antara kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dalam hal wujud, daya tanggap, kepercayaan, keyakinan dan empati. Rincian Lengkap dari kerangka konsep penelitian sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Diduga ada pengaruh pengaruh aspek keberwujudan (*Tangibles*) terhadap kepuasan Pelangan SPBU Ndao Ende

H₂ : Diduga ada pengaruh pengaruh aspek daya tanggap (*Responsiviness*) terhadap kepuasan Pelangan SPBU Ndao Ende

H₃ : Diduga ada pengaruh pengaruh aspek kepercayaan (*Reliability*) terhadap kepuasan Pelangan SPBU Ndao Ende

H₄ : Diduga ada pengaruh pengaruh aspek empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan Pelangan SPBU Ndao Ende

H₂ : Diduga ada pengaruh pengaruh aspek keyakinan (*Assurance*) terhadap kepuasan Pelangan SPBU Ndao Ende

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Lokasi penelitian ini adalah jalan Imam Bonjol Kelurahan Kotaratu Kabupaten Ende. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan SPBU Ndao Ende selama Bulan Oktober-November 2020 sebesar 1120 – 1100. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non- probability*, lebih spesifik lagi purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Data dapat bersumber dari data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian bertujuan untuk membuktikan Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende Adapun hasil pengujian hipotesis disajikan sebagai berikut:

Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis untuk membuktikan pengaruh aspek bukti langsung (*Tangibles*) terhadap kepuasan Pelangan SPBU Ndao Ende. Hasil uji regresi sederhana disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Uji Hipotesis Pertama

Konstanta	Koefisien Regresi	T Hitung	Sig	Adjusted R Square
1.225	0.648	7.548	0.000	0.461

Sumber: data diolah, 2021

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,225 + 0,648 X_1$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bukti langsung (X_1) sebesar 0,648 yang berarti apabila bukti langsung meningkat satu satuan maka kepuasan pelanggan SPBU Ende akan meningkat 0,648 satuan. Hasil statistik uji regresi variabel bukti langsung (X_1), terhadap kepuasan pelanggan (Y), nilai thitung sebesar 7,548 Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,980 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh variabel bukti langsung secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Besarnya pengaruh bukti langsung terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende sebesar 0,461 Hal ini berarti bahwa varaibel Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh bukti langsung sebesar 46,1%, sedangkan sisanya di jelaskan oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis untuk membuktikan pengaruh aspek daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende, dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil uji regresi sederhana disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Uji Hipotesis Kedua

Konstanta	Koefisien Regresi	T Hitung	Sig	Adjusted R Square
2.830	0.314	3.099	0.003	0.380

Sumber: data diolah, 2021

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,820 + 0,314 X_2$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi daya tangap (X_2) sebesar 0,314 yang berarti apabila daya tangap meningkat satu satuan maka kepuasan pelanggan SPBU Ndao akan meningkat 0,314 satuan. Hasil statistik uji regresi variabel daya tanggap (X_2) terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao(Y), nilai t_{hitung} sebesar 3,009 Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,980 dan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh variabel daya tangap secara

parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,380. Hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende dipengaruhi oleh daya tanggap sebesar 38%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Hipotesis Ketiga

Pengujian hipotesis untuk membuktikan pengaruh aspek kehandalan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende, dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil uji regresi sederhana disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Uji Hipotesis Ketiga

Konstanta	Koefisien Regresi	T Hitung	Sig	Adjusted R Square
2.076	0.481	4.846	0.000	0.385

Sumber: data diolah, 2021

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,076 + 0,481X_3$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi kehandalan (X_3) sebesar 0,481 yang berarti apabila kehandalan meningkat satu satuan maka minat kepuasan pelanggan SPBU Ndao akan meningkat 0,481 satuan. Hasil statistik uji regresi variabel kehandalan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y), nilai t_{hitung} sebesar 4,846 Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,980 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh variabel kehandalan secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Besarnya pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,385. Hal ini berarti bahwa kehandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende sebesar 38,5%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Hipotesis Keempat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aspek jaminan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende, dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil uji regresi sederhana disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Uji Hipotesis Keempat

Konstanta	Koefisien Regresi	T Hitung	Sig	Adjusted R Square
2.553	0.384	4.179	0.000	0.343

Sumber: data diolah, 2021

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,553 + 0,384X_4$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi jaminan (X_4) sebesar 0,384 yang berarti apabila jaminan meningkat satu satuan maka minat kepuasan pelanggan SPBU Ndao akan meningkat 0,384 satuan. Hasil statistik uji regresi variabel jaminan (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y), nilai t_{hitung} sebesar 4,179 Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,980 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh variabel jaminan secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Besarnya pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,343. Hal ini berarti bahwa jaminan mempengaruhi kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende sebesar 34,3%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Hipotesis Kelima

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aspek empathy terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende, dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil uji regresi sederhana disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 5
Uji Hipotesis Keempat

Konstanta	Koefisien Regresi	T Hitung	Sig	Adjusted R Square
2.888	0.344	4.266	0.000	0.348

Sumber: data diolah, 2021

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,888 + 0,344X_5$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi empathy (X_5) sebesar 0,344 yang berarti apabila empathy meningkat satu satuan maka minat kepuasan pelanggan SPBU Ndao akan meningkat 0,344 satuan. Hasil statistik uji regresi variabel empathy (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y), nilai t_{hitung} sebesar 4,266 Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,980 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh variabel empathy secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Besarnya pengaruh empathy terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,348. Hal ini berarti bahwa empathy mempengaruhi kepuasan

pelanggan SPBU Ndao Ende sebesar 34,8%, sedangkan sisanya di jelaskan oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Pembahasan

Pengaruh Keberwujudan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh variabel bukti langsung secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberwujutan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Silvia Nila Krisnawati (2016), tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15 Samarinda. Dengan menggunakan Analisis regresi linier berganda. Ditemukan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15 Samarinda. Hasil penelitian, mendukung keputusan penelitian ini yang menyatakan bahwa keberwujutan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.

Pengaruh Daya Tangap Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Terdapat pengaruh variabel daya tangap secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa daya tangap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Teuku Edyansyah (2016) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pantan Labu Aceh Utara. Penelitian ini menemukan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan Pelanggan SPBU Pantan Labu Aceh Utara. Dimana aspek daya tangap memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan aspek- aspek lainnya. Hasil penelitian, mendukung keputusan penelitian ini yang menyatakan bahwa daya tangap memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh variabel keandalan secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Penelitian Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar Bali. Ditemukan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap

kepuasan Pelangan restoran Indus. Hasil penelitian, mendukung keputusan penelitian ini yang menyatakan bahwa kehandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh variabel jaminan secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Penelitian Abdur Rohman (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam. Ditemukan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan Pelanggan. Yang mana aspek empathy memiliki nilai tertinggi. Hasil penelitian, mendukung keputusan penelitian ini yang menyatakan bahwa jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.

Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh variabel empathy secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Penelitian ini menunjukkan bahwa empathy memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Penelitian Penelitian Abdur Rohman (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam. Ditemukan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan Pelanggan. Yang Mana aspek Empaty memiliki nilai tertinggi Hasil penelitian mendukung keputusan penelitian ini yang menyatakan bahwa empathy memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende, adalah sebagai berikut:

1. Bukti langsung (*Tangibles*) secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan SPBU Ndao Ende.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*) secara parsial dan signifikan berpengaruh da signifikan

- terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.
3. Keandalan (*Reliability*) secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.
 4. Jaminan (*Assurance*) secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.
 5. Empati (*Emphaty*) secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Ndao Ende.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Manajemen SPBU Ndao ende, agar selalu menggunakan strategi pelayanan, meningkatkan kualitas pelayan, mengupayakan akses yang lebih mudah bagi para konsumen dan menyediakan fasilitas yang akan di butuhkan oleh konsumen agar mendorong keputusan melakukan pembelian di SPBU Ndao Ende.
2. Penulis selanjut nya dapat mengembangkan penelitian baru berdasarkan hasil penelitian ini sehingga dapat di ketahui variabel lain seperti, kompetensi karyawan, sikap sopan santun dan keramahan. Dan juga penulisan selanjutnya, agar diperbanyak referensi didalam penelitian seperti: buku, jurnal, penelitian terdahulu dan lain-lainnya sehingga dapat memperluas jangkauan penelitian dan menarik untuk di bahas di kemudian hari

DAFTAR PUSTAKA

- Abdur Rohman .2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam. Skripsi.UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Alfiani,Arifah .2016. Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Akademik di SUBBAG Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta:Bandung.
- A, Parasurama., Valera A., Zeithaml. 2004. Services Quality. Marketing Sciences Institut.
- Arikunto, S . 2016. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Paraktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferdinand, Agusty .2014. Metode Penelitian Manajemen, edisi kelima. Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar, N. 2015. Dasar-Dasar Ekonometrika Buku 2 Edisi 5. Salemba Empat :Jakarta.
- Hair, Joseph F, et al .201i. Multivariate Data Analysis. Fifth Edition. New Jersey: Prentice Hall,

Inc.

- Heizer, Jay & Barry Render .2015. Manajemen Operasi Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, Edisi Sebelas. Salemba Empat: Jakarta.
- Kotler, Philip.,Amstrong, Gary. 2015. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1. Jakarta :Prehalindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. Marketing Management, 15Th edition New Jersey, Pearson Pretice Hall Inc.
- Lovelock, Ch.,Jochen. Wirts., Jacky Mussry.2011.Pemasaran Jasa,edisi 7. Erlangga: Jakarta.
- Mudrajat Kuncoro, 2013. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4. Jakarta: Erlangga
- Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari .2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2318-2332
- Slvia Nila Krisnawati .2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15 Samarinda. eJournal Administrasi Bisnis, 4 (1): 222-236 ISSN 2355-5408 , ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Teuku Edyansyah .2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Panton Labu Aceh Utara. Jurnal Visioner & Strategis, Volume 5, Nomor 2, September.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy., Greforius, Chandra .2016. Pemasaran Jasa (Prinsip,Penerapan dan Penelitian). Andi:Yogyakarta.