PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU PERTAMINA BEKASI NAROGONG KM7 (34.171.13)

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana (S1)

HAMIDA OSA

24220077

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

JAKARTA

2026

PERSEMBAHAN

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan." (QS. Al-Insyirah: 6)

Dari seluruh lembaran skripsi ini, lembar persembahan merupakan bagian yang paling bermakna bagi penulis. Melalui lembaran ini, penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang tak terhingga yang tidak mampu terwakili oleh kata-kata. *Bismillahirrahmanirrahim*, tugas akhir penulis persembahkan kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah, pemilik seluruh zat dan alam semesta yang menguasai, mengatur, serta berkuasa atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang Engkau limpahkan, sehingga kelalaian hambamu ini selalu Engkau tuntun kembali menuju jalan kemudahan hingga karya ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Mariadi dan Ibu Winarti, kedua orang tua tercinta yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi saya. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, dukungan material dan moral, serta doa tulus yang tiada putus. Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, umur yang berkah, dan membalas setiap kebaikan kalian dengan balasan terbaik di dunia maupun di akhirat.
3. Bapak Bryan Givan, selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dalam memberikan arahan, bimbingan, motivasi, kritik, serta saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala dedikasi, kebaikan, dan ilmu yang telah beliau bagikan senantiasa mendatangkan keberkahan, kesehatan, serta kesuksesan dalam hidup dan karier beliau.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

4. Faishal Imron, yang selalu setia memberikan dukungan, semangat, dan perhatian dalam setiap proses yang saya lalui hingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga dihadiahi amin yang ramai dan restu semesta.
5. Septianning Putri Mariadi dan Delia Aprilianti Mariadi, terima kasih atas perhatian, tawa, serta kepedulian yang selalu diberikan selama ini. Bantuan dan semangat dari kalian menjadi dorongan besar bagi saya dalam menyelesaikan setiap tahap perjalanan skripsi ini.
6. Wahayyina Safitri dan Marcella Sandra Puspita, terima kasih sudah menemani selama masa perkuliahan. Terima kasih telah mengambil banyak peran penting di balik layar, membersamai dalam perjuangan, dan tidak pernah mengeluh ketika direpotkan. Semoga setelah ini, semua hal yang telah kita perjuangkan senantiasa dimudahkan.
7. Terakhir, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tetap jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. Saya bangga dengan pencapaian ini dan mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik.
8. Seluruh pihak yang telah terlibat, memberikan doa serta dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hamida Osa

NIM 24220077

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7 merupakan hasil karya saya sendiri, bersifat asli (orisinal), bukan hasil plagiat (menjiplak), serta belum pernah diajukan, diterbitkan, atau dipublikasikan dalam bentuk apapun dan perguruan tinggi maupun lembaga mana pun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, atau terdapat pihak lain yang menyatakan bahwa skripsi yang saya susun merupakan hasil karya milik orang lain atau badan tertentu, maka saya bersedia menerima segala konsekuensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik secara akademik maupun hukum, termasuk bersedia apabila kelulusan saya dari Universitas Nusa Mandiri dibatalkan atau dicabut sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Juli 2026

Yang menyatakan,



Hamida Osa

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hamida Osa

NIM 24220077

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini saya menyatakan persetujuan untuk memberikan izin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri berupa Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif (Non-Exclusive Royalty-Free) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

<Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7

Dengan Hak Bebas Royalty Non -Ekslusif ini, Universitas Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalihmediakan, atau mengalinformatikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan atau mempublikasikan karya ilmiah tersebut melalui media internet atau media lainnya untuk kepentingan akademis tanpa perlu izin dari saya, dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Juli 2026

Yang menyatakan,



Hamida Osa

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Hamida Osa

Nim 24220077

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenjang : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7

Telah dipertahankan pada periode satu, dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh galar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 9 Juli 2026

PEMBIMBING SKRIPSI

Dosen Pembimbing : Bryan Givan, S.E., M.M

Ditandatangani Digital:
Bryan Givan
2026-07-15 11:01:44

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Hary Mulyadi, S.E., M.M.

Ditandatangani Digital:
Hary Mulyadi
2026-08-12 16:59:13

Penguji II : Wahid Akbar Basudani, S.E., M.M.

Ditandatangani Digital:
Wahid Akbar Basudani
2026-08-12 18:39:40

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI	LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI
	UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

NIM : 24220077
Nama Lengkap : Hamida Osa
Dosen Pembimbing : Bryan Givan, S.E., M.M
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7.

No	Tgl Bimbingan	Pokok Pembahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1	4 Mei 2026	Pengajuan judul penelitian	
2	9 Mei 2026	Revisi pengajuan judul penelitian	
3	11 Mei 2026	Pembahasan bab 1, pendahuluan	
4	1 Juni 2026	Pembahasan bab 2, tinjauan pustaka dan landasan teori	
5	22 Juni 2026	Pembahasan bab 3, hasil dan pembahasan	
6	25 Juni 2026	Revisi bab 3, penyebaran kuesioner, dan olah data melalui spss	
7	30 Juni 2026	Pembahasan bab 4, hasil dan pembahasan, output spss	
8	22 Juli 2026	Pemeriksaan akhir keseluruhan skripsi, abstrak, daftar pustaka, format penulisan, surat persetujuan mengikuti sidang skripsi	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
Bimbingan Tugas Akhir

- Dimulai pada tanggal : 6 April 2026
- Diakhiri pada tanggal : 31 Juli 2026
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8 Pertemuan

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

Ditandatangani Digital:
Bryan Givan
20260111203124

(Bryan Givan, S.E., M.M)

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7 merupakan hasil karya tulis asli Hamida Osa dan bukan merupakan hasil terbitan. Oleh karena itu, peredaran karya tulis ini hanya berlaku di lingkungan akademik serta dilindungi oleh hak cipta. Sehubungan dengan hal tersebut, dilarang keras untuk menggandakan, memperbanyak, atau menyebarluaskan baik sebagian maupun seluruh isi karya tulis ini tanpa izin dari penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat, namun pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan harus disertai dengan kaidah penulisan ilmiah dengan mencantumkan sumber secara jelas. Untuk keperluan perizinan, dapat menghubungi penulis melalui informasi berikut:

Nama : Hamida Osa

Alamat : The Icon Residence 2, Jl Mufakat No82, RT03/02, Pd. Ranggon, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, 13860

No. Handphone: 0838-0480-4800

Email : hamidaosaaa@gmail.com

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7"** ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri. Dalam proses penyusunan karya ilmiah ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaiannya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Nusa Mandiri
2. Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri
4. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Nusa Mandiri, serta seluruh dosen Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi
5. Bapak Bryan Givan, selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dalam memberikan arahan, bimbingan, motivasi, kritik, serta saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Staff / karyawan Universitas Nusa Mandiri
7. Pimpinan dan seluruh pihak SPBU Pertamina 34.171.13 Bekasi Narogong, yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian
8. Kedua orang tua tersayang dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta kasih xaying yang tak terhingga
9. Rekan Mahasiswa 24.8B.10 yang sudah membersamai penulis selama empat tahun ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, baik dari segi tata bahasa maupun kedalaman materi, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan tambahan bagi para pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Jakarta, 9 Juli 2026



Hamida Osa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL TUGAS AKHIR
PERSEMBAHAN
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI
PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
ABSTRAK xvii
***ABSTRACT* ..... xviii**

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Pembatasan Masalah 7
1.4 Rumusan Masalah 7
1.5 Tujuan Penelitian 8
1.6 Manfaat Penelitian 8
1.6.1 Manfaat Teoritis 8
1.6.2 Manfaat Praktis 9
1.6.3 Manfaat Akademis 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 Landasan Teori 10
2.1.1 Harga 10
2.1.2 Kualitas Pelayanan 13
2.1.3 Kepuasan Pelanggan 17
2.2 Penelitian Terkait 20
2.3 Kerangka Penelitian 23
2.3.1 Hubungan Antar Variabel 23
2.3.2 Kerangka Konseptual 24
2.4 Hipotesis Penelitian 25

BAB III METODE PENELITIAN 26
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian 26
3.2 Populasi dan Sampel 27
3.2.1 Populasi 27
3.2.2 Sampel 28
3.3 Variabel Penelitian 30
3.4 Definisi Operasional Variabel 31
3.5 Teknik Pengumpulan Data 32
3.6 Instrumen Penelitian 35
3.7 Teknik Analisis Data 38
3.7.1 Karakteristik Responden 39
3.7.2 Uji Kualitas Data 40
3.7.3 Uji Asumsi Klasik 41
3.7.4 Uji Koefisien Korelasi 44
3.7.5 Koefisien Determinasi 45
3.7.6 Uji Persamaan Regresi 45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 50
4.2 Karakteristik Responden 52
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian 53
4.4 Hasil Analisis Data 55
4.4.1 Karakteristik Responden 55
4.4.2 Uji Kualitas Data 59
4.4.3 Uji Asumsi Klasik 65
4.4.4 Uji Koefisien Korelasi 69
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi 71
4.4.6 Uji Persamaan Regresi 71
4.5 Pengujian Hipotesis 72
4.6 Pembahasan Dan Hasil Penelitian 75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 77
5.1 Kesimpulan 77
5.2 Saran 78
5.2.1 Saran Praktis bagi Manajemen (PT Pilar Effendi Komited) 78
5.2.2 Saran Akademis bagi Peneliti Selanjutnya 79

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

SURAT PERNYATAAN MENTOR PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)
LAMPIRAN-LAMPIRAN
BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIATISME

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Tahun 2021-2024 1
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu 20
Tabel III. 1 Definisi Operasional Variabel..... 31
Tabel III. 2 Bobot Penilaian Skala Likert 38
Tabel IV. 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian 54
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden 56
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Jenis Kelamin 56
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Usia..... 57
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Pekerjaan 57
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Frekuensi Pengisian..... 58
Tabel IV. 7 Karakteristik Responden Jenis Kendaraan..... 59
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Harga..... 60
Tabel IV. 9 Hasil Uji Validitas Harga..... 60
Tabel IV. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan..... 61
Tabel IV. 11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan 63
Tabel IV. 12 Hasil Uji Reliabilitas Harga 64
Tabel IV. 13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan 64
Tabel IV. 14 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan..... 65
Tabel IV. 15 Uji Multikolinearitas 68
Tabel IV. 16 Hasil Uji Koefisien Korelasi Pearson..... 69
Tabel IV. 17 Hasil Uji Koefisien Korelasi Pearson..... 70
Tabel IV. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model Summary)..... 71
Tabel IV. 19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... 71
Tabel IV. 20 Distribusi t..... 72
Tabel IV. 21 Hasil uji parsial (Uji t)..... 73
Tabel IV. 22 Distribusi f 74
Tabel IV. 23 Hasil Uji Simultan (Uji f)..... 74

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Faktor Utama Keluhan Konsumen SPBU Tahun 2024..... 4
Gambar II. I Kerangka Berpikir..... 24
Gambar IV. 1Histogram Uji Normalitas Data..... 66
Gambar IV. 2 Normal P-P Plot Uji Normalitas Residual..... 67
Gambar IV. 3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas..... 68

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Bukti Submit / Publish Artikel Ilmiah 86
Lampiran B. Lembar Kuesioner 87
Lampiran C. Olah Data Melalui SPSS..... 102

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

ABSTRAK

Hamida Osa (24220077) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kepuasan pelanggan dalam mempertahankan loyalitas di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya pada sektor penyedia bahan bakar minyak. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan SPBU yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, serta analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, secara simultan kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga serta kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pihak SPBU terus menjaga kestabilan harga yang kompetitif serta meningkatkan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih optimal.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

ABSTRACT

Hamida Osa (24220077) The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction at the Pertamina Gas Station in Bekasi

This study aims to examine the influence of price and service quality on customer satisfaction at the Pertamina gas station located in Bekasi Narogong KM 7. The study is grounded in the increasing importance of customer satisfaction as a key determinant of customer loyalty in the context of intensifying competition, particularly within the fuel retail industry. The independent variables investigated in this study are price (X1) and service quality (X2), while customer satisfaction (Y) serves as the dependent variable.

A quantitative approach with an associative research design was employed in this study. The target population comprised all customers of the gas station, whose exact number could not be determined. A total of 100 respondents were selected using an accidental sampling technique. Data were collected through structured questionnaires based on a Likert scale and subsequently analyzed using validity and reliability testing, followed by multiple linear regression analysis utilizing SPSS software. The findings reveal that both price and service quality exert a positive and statistically significant effect on customer satisfaction, both individually (partially) and collectively (simultaneously). These results indicate that appropriate pricing strategies, coupled with high-quality service delivery, play a crucial role in enhancing customer satisfaction levels. In light of these findings, it is recommended that the management of the gas station maintain competitive pricing while continuously improving service quality to achieve and sustain optimal customer satisfaction.

Keywords: *price, service quality, customer satisfaction*

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor transportasi di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Badan Pusat Statistik (2024) mencatat bahwa jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya seiring dengan bertambahnya kebutuhan mobilitas masyarakat. Peningkatan jumlah kendaraan tersebut berdampak langsung terhadap tingginya kebutuhan bahan bakar minyak (BBM) dan pelayanan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU). Kondisi ini menyebabkan persaingan antar perusahaan penyedia BBM semakin kompetitif, khususnya antara Pertamina dengan perusahaan swasta seperti Shell, BP, dan Vivo. Dalam situasi tersebut, perusahaan tidak hanya dituntut menyediakan produk dengan harga yang kompetitif, tetapi juga mampu memberikan pelayanan terbaik demi menciptakan kepuasan pelanggan.

Tabel I. 1
Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Tahun 202132024

Tahun	Jumlah Kendaraan Bermotor
2021	141 juta unit
2022	152 juta unit
2023	159 juta unit
2024	166 juta unit

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)

Data tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap BBM terus meningkat setiap tahun. Hal ini menyebabkan keberadaan SPBU menjadi sangat penting dalam mendukung aktivitas masyarakat sehari-hari. Tingginya kebutuhan BBM juga menuntut perusahaan penyedia bahan bakar untuk terus meningkatkan pelayanan agar mampu memenuhi harapan konsumen. PT Pertamina sebagai

perusahaan energi nasional memiliki jaringan SPBU terbesar di Indonesia. Berdasarkan laporan tahunan PT Pertamina Patra Niaga (2024), Pertamina terus melakukan transformasi pelayanan dan digitalisasi guna meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen. Kota Bekasi menjadi salah satu wilayah dengan tingkat mobilitas kendaraan yang tinggi karena merupakan kawasan industri dan penyangga ibu kota Jakarta. SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 menjadi salah satu SPBU strategis yang melayani kebutuhan BBM masyarakat setiap hari. Tingginya aktivitas konsumen pada SPBU tersebut menuntut pengelola untuk mampu memberikan pelayanan optimal agar konsumen merasa puas dan tetap loyal menggunakan produk Pertamina.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan perusahaan jasa maupun produk. Menurut (Sandra et al., 2024), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi konsumen terhadap pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Dalam konteks SPBU, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama seperti harga BBM serta kualitas pelayanan yang diberikan operator SPBU. Apabila konsumen merasa puas terhadap layanan yang diterima, maka kemungkinan besar mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan SPBU tersebut kepada orang lain.

Harga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk BBM. Dalam kondisi ekonomi saat ini, masyarakat semakin sensitif terhadap perubahan harga BBM karena berkaitan langsung dengan biaya transportasi harian. Kenaikan harga BBM nonsubsidi beberapa tahun terakhir menyebabkan konsumen mulai membandingkan harga dan manfaat yang diperoleh dari masing-masing jenis BBM. Namun demikian, sebagian konsumen masih

menganggap harga BBM Pertamina relatif tinggi dibandingkan daya beli masyarakat. Menurut (Lailatus Zuhro, 2025) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Pertamina. Hal tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga yang sesuai mampu meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap perusahaan. Apabila konsumen merasa harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diterima, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

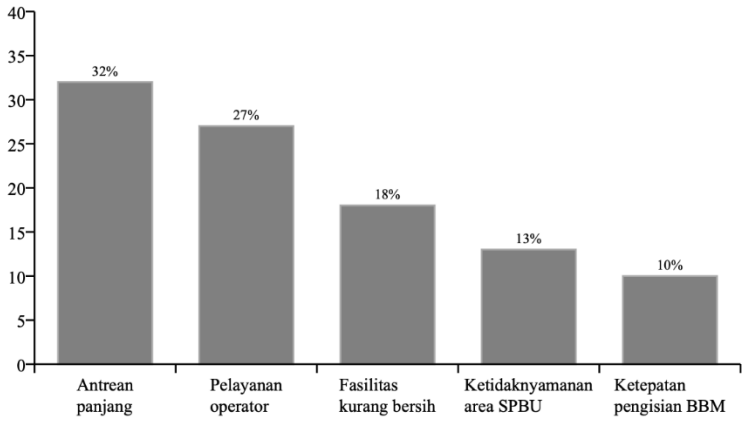
Fenomena terkait harga BBM juga semakin kompleks karena munculnya persaingan antar perusahaan penyedia bahan bakar di Indonesia. Kehadiran SPBU swasta seperti Shell dan BP menawarkan strategi harga kompetitif disertai fasilitas pelayanan modern yang membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Kondisi tersebut mendorong Pertamina untuk terus menjaga stabilitas harga dan meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak kehilangan pelanggan. Penelitian oleh (Halim & Afkarina, 2024) menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan bahan bakar minyak Pertalite. Artinya, konsumen akan merasa puas apabila harga yang ditetapkan sesuai dengan pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menyusun strategi penetapan harga yang tidak hanya kompetitif tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam industri jasa seperti SPBU, pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat akan memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Menurut (Gumelar Yedi et al., 2023) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen SPBU Pertamina. Pelayanan yang baik dapat dilihat dari keramahan operator, kecepatan pengisian BBM, kebersihan fasilitas, serta kemampuan petugas

dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan ketidakpuasan konsumen dan menurunkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi salah satu strategi utama untuk mempertahankan pelanggan.

Fenomena pelayanan SPBU saat ini menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai keluhan pelanggan terkait pelayanan operator maupun fasilitas pendukung. Berdasarkan data pengaduan konsumen sektor energi tahun 2024, beberapa bentuk keluhan pelanggan terhadap pelayanan SPBU dapat dilihat pada grafik berikut berikut:

Gambar I. 1 Faktor Utama Keluhan Konsumen SPBU Tahun 2024



Sumber: Diolah dari laporan layanan konsumen sektor energi 2024 dan (Roren et al., 2025)

Data tersebut menunjukkan bahwa antrean panjang dan kualitas pelayanan operator masih menjadi keluhan utama pelanggan SPBU. (Roren et al., 2025) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang belum optimal dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada SPBU. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih menjadi tantangan utama yang harus diperbaiki oleh pengelola SPBU Pertamina agar mampu bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan konsep pelayanan lebih modern dan nyaman.

Penelitian mengenai pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebelumnya telah banyak dilakukan (Sandra et al., 2024), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi konsumen terhadap pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Penelitian lain oleh (Lailatus Zuhro, 2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Pertamina Gunung Anyar. Selain itu, (Gumelar Yedi et al., 2023) juga menyatakan bahwa digitalisasi SPBU dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya perbedaan pengaruh dominan dari masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan.

Masih terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa harga menjadi faktor utama, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lebih dominan dibandingkan harga untuk kepuasan konsumen. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya meneliti dua variabel independen tanpa menguji secara simultan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pertamina. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini penting dilakukan karena setiap SPBU memiliki karakteristik pelanggan yang berbeda-beda tergantung lokasi, tingkat mobilitas, dan kondisi lingkungan sekitar.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya karena dilakukan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 yang memiliki karakteristik konsumen dengan tingkat mobilitas tinggi. Selain itu, penelitian ini mengombinasikan

dua variabel utama, yaitu harga dan kualitas pelayanan, untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina. Melalui penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan strategis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul (**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Spbu Pertamina Bekasi Narogong KM 7**)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Persaingan bisnis SPBU di Indonesia semakin ketat dengan hadirnya perusahaan penyedia BBM lain seperti Shell, BP, dan Vivo yang menawarkan pelayanan yang kompetitif.
2. Konsumen semakin sensitif terhadap perubahan harga BBM sehingga harga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan pada SPBU masih belum optimal, seperti adanya antrean panjang, pelayanan operator yang kurang responsif, serta fasilitas pendukung yang kurang nyaman.
4. Tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama harga dan kualitas pelayanan.
5. Terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan pada SPBU.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

6. Belum banyak penelitian yang menguji secara simultan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan fokus serta menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari :
   a. Harga (X1)
   b. Kualitas Pelayanan (X2)
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y)
4. Objek penelitian difokuskan pada pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.
5. Responden penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian BBM di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.
6. Peneltitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden.
7. Penelitian dilakukan dalam periode waktu Mei 3 Juli sesuai dengan kebutuhan penelitian sehinggan hasil penelitian terbatas pada kondisi saat penelitian berlangsung.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7?
3. Apakah harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memperkuat teori-teori mengenai perilaku konsumen dalam sektor jasa dan energi, terutama pada industri Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU). Penelitian ini juga dapat menjadi landasan teoritis bagi penelitian selanjutnya yang

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

membahas kepuasan pelanggan pada sektor pelayanan publik maupun bisnis jasa lainnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pihak pengelola SPBU dalam meningkatkan kualitas pelayanan, serta menetapkan strategi harga yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi PT Pertamina

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif guna meningkatkan loyalitas pelanggan serta mempertahankan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri BBM yang semakin kompetitif.

c. Bagi Konsumen

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi konsumen berupa peningkatan kualitas pelayanan, kenyamanan, keamanan, dan kepuasan dalam menggunakan layanan SPBU Pertamina.

1.6.3 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terkait harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian, pembelajaran, dan pengembangan penelitian lebih lanjut dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen pada industri jasa dan energi.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Harga

Variabel pertama yang diteliti adalah Harga (X1), yang didefinisikan sebagai sejumlah nilai moneter yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk. Pada industri ritel bahan bakar minyak (BBM), persepsi harga tidak hanya dinilai dari nominal rupiah per liter yang tertera pada dispenser. Persepsi tersebut juga melibatkan dimensi psikologis konsumen, yang mencakup keterjangkauan harga sesuai daya beli, kesesuaian harga dengan kualitas atau performa pembakaran mesin, serta daya saing harga dibanding stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) kompetitor. Selain itu, keadilan harga yang dirasakan konsumen saat menerima volume bahan bakar sangat memengaruhi kenyamanan psikologis mereka dalam mengevaluasi nilai ekonomis produk.

Menurut buku *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* karya (Indrasari, 2019) harga dijelaskan sebagai nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang dan harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa tersebut. Harga juga dipandang sebagai unsur penting dalam kegiatan pemasaran karena berfungsi sebagai alat tukar dalam proses transaksi jual beli. Selain itu, harga memiliki peran strategis bagi perusahaan karena dapat digunakan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.

Menurut (Kasman & Dewi, 2024) harga merupakan cara pembeli memberikan nilai terhadap barang atau jasa yang mereka beli. Oleh karena itu,

apabila harga suatu produk tinggi, konsumen akan membandingkannya dengan kualitas serta manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut. Selain itu, harga merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu bisnis, karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tingkat kepuasan pelanggan, serta keuntungan yang diperoleh perusahaan. Dijelaskan bahwa persepsi harga yang wajar dan kompetitif menjadi dasar perilaku konsumen dalam mengevaluasi nilai suatu produk. Konsumen akan merasa puas apabila harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Sebaliknya, apabila harga dianggap tidak sesuai, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun (Maddinsyah & Solihin, 2026). Sejalan dengan itu, (Jaenudin, 2025) juga menjelaskan bahwa penetapan harga yang tepat menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran, karena harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut (Pahmi, 2024) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Definisi ini menunjukkan bahwa harga tidak hanya berupa nominal uang, tetapi juga nilai pertukaran antara pelanggan dan perusahaan. Pelanggan membayar harga karena mengharapkan manfaat tertentu dari produk atau jasa yang diterima.

A. Indikator Harga

Menurut (Pahmi, 2024), pengukuran variabel harga dapat dilihat melalui empat indikator utama yang mencerminkan persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk atau jasa. Keempat indikator tersebut meliputi:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuain harga dengan kualitas produk.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Harga sesuai kemampuan daya saing harga

Sementara itu, Menurut (Aditya et al., 2024) beberapa aspek penting dalam penetapan harga yang dapat mendukung pengukuran variabel harga, yaitu:

1. Harga berdasarkan nilai yang nilai yang dirasakan pelanggan
2. Harga berdasarkan manfaat yang diterima pelanggan
3. Harga berdasarkan tarif pasar atau harga pesaing
4. Harga berdsaarkan persaingan
5. Harga yang adil dan masuk akal bagi konsumen

Aspek ini mendukung indikator harga dalam penelitian, terutama pada kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing harga, dan persepsi keadilan harga. Harga suatu produk harus adil dan masuk akal, serta manfaat yang diterima konsumen harus selaras dengan harga yang ditawarkan (Aditya et al., 2024). Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kerjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Daya saing harga
5. Presepsi keadilan harga

Kelima indikator tersebut dipilih karena sesuai dengan konteks penelitian pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Pelanggan akan merasa harga dinilai baik apabila harga BBM terjangkau, sesuai dengan kualitas BBM, sebanding dengan manfaat yang diperoleh, mampu bersaing, dan dianggap adil oleh pelanggan.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (X2) merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama pada usaha jasa yang melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan. Menurut buku karya (Azam Muflih et al., 2025) yang berjudul *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan*, kualitas pelayanan adalah elemen penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dijelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dibedakan menjadi pelayanan yang baik dan pelayanan yang buruk. Pelayanan yang baik mencerminkan responsivitas, empati, keandalan, dan ketanggapan penyedia layanan terhadap kebutuhan pelanggan, sedangkan pelayanan yang buruk mencerminkan kelalaian dalam memenuhi harapan pelanggan sehingga berdampak negatif terhadap reputasi perusahaan, juga menjelaskan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pengalaman nyata yang mereka terima.

Menurut (Nurhusna & Ernawati, 2022), kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh penyedia pelayanan kepada konsumen, dijelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sejalan dengan itu, (Sitorus et al., 2026) kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam membrikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional.

Menurut Tjiptono (2012) dalam (Ariyanto et al., 2024), pelayanan dapat dipandang sebagai sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang tidak selalu tampak oleh pelanggan dan *service delivery* yang biasanya terlihat langsung oleh pelanggan. Artinya, pelayanan tidak hanya berkaitan

dengan hasil akhir yang diterima pelanggan, tetapi juga proses penyampaian layanan yang dirasakan selama pelanggan berinteraksi dengan perusahaan.

Menurut Lupiyoadi dalam yang dikutip dalam (Ariyanto et al., 2024), kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik serta merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui ketepatan penyampaian pelayanan. Definisi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dinilai dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara tepat, cepat, dan sesuai kebutuhan.

Pendapat lain dikemukakan oleh Nitecki et al. dalam Wang dan Shieh (2005) yang dikutip dalam Adhari (2021), bahwa kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai kemampuan pelayanan dalam memenuhi atau melampaui harapan konsumen, serta sebagai perbedaan antara persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh pihak penyedia jasa, tetapi juga oleh penilaian pelanggan setelah menerima layanan.

Adapun menurut Rangkuti (2006) dalam Adhari (2021), kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang mampu melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel utama, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Apabila pelayanan yang dirasakan pelanggan lebih baik daripada yang diharapkan, maka pelayanan tersebut dapat dinilai berkualitas. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, kualitas pelayanan dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai kemampuan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 dalam memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, tepat, aman, ramah, nyaman, dan dapat dipercaya.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

A. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada model SERVQUAL. Menurut Parasuraman et al. (1990) dalam Sulistiyowati (2018), metode SERVQUAL membagi kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Model ini digunakan untuk membandingkan antara layanan yang diharapkan pelanggan dengan layanan yang benar-benar diterima pelanggan.

1) ***Tangibles*** **(bukti fisik)**

   Tangibles meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan. Dalam konteks SPBU, dimensi ini dapat dilihat dari kebersihan area SPBU, kerapian fasilitas, ketersediaan toilet atau musala, kelayakan alat pengisian BBM, serta penampilan petugas.

2) ***Reliability*** **(keandalan)**

   Reliability adalah kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan secara tepat dan akurat sehingga pelanggan dapat mempercayai dan mengandalkannya. Pada SPBU, keandalan dapat dilihat dari ketepatan takaran BBM, kesesuaian transaksi, konsistensi pelayanan, dan kemampuan petugas melayani pelanggan sesuai prosedur.

3) ***Responsiveness*** **(daya tanggap)**

   R*esponsiveness* adalah kemauan penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan dan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan secara cepat. Dalam konteks SPBU, dimensi ini terlihat dari kesigapan petugas saat pelanggan datang, kecepatan pelayanan pengisian BBM, dan kemampuan petugas merespons

keluhan atau pertanyaan pelanggan.

4) *Assurance (*jaminan)

Assurance berkaitan dengan pemahaman, kesopanan, kompetensi, kredibilitas, dan kemampuan petugas dalam memberikan rasa aman serta keyakinan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, jaminan dapat dilihat dari kesopanan petugas, kemampuan petugas menjalankan tugas, rasa aman saat bertransaksi, serta kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan SPBU.

5) *Empathy* (empati)

empathy adalah pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan serta perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Pada SPBU, empati dapat terlihat dari keramahan petugas, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, kesediaan membantu pelanggan, serta sikap petugas yang tidak membeda-bedakan pelanggan. Dimensi SERVQUAL tersebut relevan digunakan dalam penelitian ini karena pelayanan SPBU merupakan bentuk pelayanan jasa yang dapat dinilai secara langsung oleh pelanggan melalui pengalaman saat membeli BBM.

B. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Boediono (2011) dalam (Adhari, 2021), pelayanan berkualitas juga dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu kemampuan sumber daya manusia, sarana dan prasarana, prosedur pelayanan, serta bentuk jasa yang diberikan kepada masyarakat. Aspek tersebut memperkuat bahwa kualitas pelayanan tidak hanya bergantung pada sikap petugas, tetapi juga pada ketersediaan fasilitas, kejelasan prosedur, ketepatan, kecepatan, dan kemudahan memperoleh layanan. Dengan demikian, indikator kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kebersihan dan kenyamanan fasilitas SPBU.
2. Kerapihan dan penampilan petugas.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

3. Ketepatan pelayanan dan takaran BBM.
4. Kecepatan petugas dalam melayani pelanggan.
5. Kesigapan petugas dalam menangani keluhan.
6. Kesopanan dan keramahan petugas.
7. Keamanan pelanggan saat bertransaksi.
8. Perhatian petugas terhadap kebutuhan pelanggan.

Indikator tersebut dipilih karena sesuai dengan karakteristik pelayanan SPBU, yaitu pelayanan yang menuntut kecepatan, ketepatan, keamanan, kenyamanan, serta interaksi langsung antara petugas dan pelanggan

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (Y) scara umum adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu produk atau jasa dengan kenyataan yang diterima. Jika produk atau pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknhya, apabila produk atau pelayanan yang diterima tidak sesuai harapan makan pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan penting dalam kegiatan pemasaran karena menunjukkan sejauh mana produk atau pelayanan yang diberikan perusahaan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Adhari, 2021)**,** kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang (pelanggan) yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, apabila kinerja produk sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Pendapat tersebut sejalan dengan Kotler dalam Sunyoto (2013) yang dikutip dalam (Daga, 2017)**,** bahwa

kepuasan konsumen adalah <tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.= Artinya, kepuasan pelanggan muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan sebelum membeli dengan pengalaman nyata setelah menggunakan produk atau jasa.

Menuurt Tjiptono (2005) dalam (Adhari, 2021) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen terhadap barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan produk yang dibeli, tetapi juga pengalaman pelanggan selama proses pembelian dan penggunaan produk.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai perasaan puas atau tidak puas pelanggan setelah membandingkan harapan mereka dengan kenyataan yang diterima ketika membeli BBM di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Kepuasan tersebut dapat terbentuk apabila pelanggan merasa harga BBM sesuai, kualitas produk BBM baik, pelayanan petugas cepat dan ramah, serta fasilitas SPBU mendukung kenyamanan pelanggan.

A. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan digunakan untuk mengukur sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diterima. Berdasarkan referensi yang diunggah, terdapat beberapa pendapat ahli mengenai indikator kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Adhari (2021), terdapat lima dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Membeli lagi, yaitu pelanggan bersedia melakukan pembelian ulang terhadap

produk atau jasa perusahaan.

2. Merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan bersedia menyampaikan pengalaman positif kepada orang lain.
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing**,** yaitu pelanggan tidak mudah terpengaruh oleh tawaran pesaing.
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama**,** yaitu pelanggan memiliki kepercayaan untuk menggunakan produk lain dari perusahaan tersebut.
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, yaitu pelanggan bersedia memberikan masukan untuk perbaikan produk atau pelayanan perusahaan.

Menurut Tjiptono (2001) yang dikutip dalam Adhari (2021)**,** atribut pembentuk kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan**,** yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan kenyataan yang dirasakan.
2. Minat berkunjung kembali**,** yaitu kesediaan pelanggan untuk datang kembali atau melakukan pembelian ulang karena merasa puas terhadap produk, pelayanan, dan fasilitas yang diterima.
3. Kesediaan merekomendasikan**,** yaitu kesediaan pelanggan untuk menyarankan produk atau jasa kepada teman, keluarga, atau orang lain karena pengalaman yang dirasakan memuaskan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, indikator kepuasan pelanggan yang dapat digunakan dalam penelitian ini meliputi kesesuaian harapan, perasaan puas setelah membeli produk, minat membeli kembali, kesediaan merekomendasikan, dan tidak mudah berpindah ke SPBU lain. Kesesuaian harapan menunjukkan bahwa pelanggan merasa harga dan pelayanan yang diberikan oleh SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 telah sesuai dengan harapan mereka. Perasaan puas setelah

membeli BBM menggambarkan pengalaman positif pelanggan setelah melakukan pembelian, baik dari aspek pelayanan, maupun fasilitas yang diterima. Selanjutnya, minat membeli kembali menunjukkan adanya keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan SPBU tersebut pada pembelian berikutnya.

2.2 Penelitian Terkait

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode / Sampel	Hasil Penelitian
1	(Halim & Afkarina, 2024) Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bahan Bakar Minyak Pertalite : Analisis Brand Image, Kualitas Produk dan Harga pada SPBU Kota Balikpapan	Brand image, kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan	Kuantitatif, 248 responden, analisis regresi berganda	Brand image, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BBM Pertalite.
2	(Wijaya, 2025) Pengaruh Kualitas Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Pelayanan Green Nitrogen di SPBU Pertamina	Kualitas produk, kebijakan harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan	Kuantitatif, 60 responden, SEM-PLS	Kebijakan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	(Juliany, 2021) Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian BBM	Ketersediaan produk, fasilitas, kualitas pelayanan, lokasi, keputusan pembelian	Kuantitatif, 97 responden, incidental sampling, regresi linear berganda	Ketersediaan produk, fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

	Jenis Pertalite di Rantauprapat			
4	(Fajariah, 2022) Studi Komparasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Shell dan Pertamina di Kota Tebing Tinggi Tahun 2022 (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Tebing Tinggi)	Variabel Independen (X): Kualitas Pelayanan dan Harga. Variabel Dependen (Y): Kepuasan Pelanggan.	Metode penelitian kuantitatif komparatif dengan sampel 96 responden. Objek penelitian adalah pelanggan SPBU Shell dan SPBU Pertamina di Kota Tebing Tinggi. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, dan uji F.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga membandingkan tingkat kepuasan pelanggan antara pengguna SPBU Shell dan SPBU Pertamina di Kota Tebing Tinggi. Kualitas pelayanan yang baik serta harga yang sesuai mampu meningkatkan kepuasan pelanggan
5	(Lailatus Zuhro, 2025) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pertamina Gunung Anyar	Kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan	Kuantitatif, 130 responden, random sampling, regresi linear berganda	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Kontribusi variabel sebesar 47,3%.
6	(Yunita Alifia & Siti Mabrur Rachmah, 2025) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Shell di DKI Jakarta	Kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan	Kuantitatif deskriptif, 100 responden, purposive sampling, regresi	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara parsial. Secara simultan, kualitas pelayanan

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

				dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7	(Dwi Nurhalizah & Syamruddin, 2025) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316 Kota Tangerang Selatan	X1 = Kualitas Pelayanan, X2 = Lokasi, Y = Kepuasan Konsumen	Metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-asosiatif. Populasi sebanyak 69.920 konsumen. Teknik sampling menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel 100 responden. Analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana dan berganda, uji t, uji F, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi.	Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan dan semakin strategis lokasi SPBU, maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada SPBU dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, terutama harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan dapat meningkatkan persepsi positif terhadap layanan SPBU.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Selain itu, kualitas pelayanan yang cepat, ramah, tepat, dan didukung fasilitas yang nyaman terbukti berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki pengaruh yang berbeda-beda tergantung pada objek, lokasi, dan karakteristik pelanggan yang diteliti. Namun secara umum, harga dan kualitas pelayanan tetap menjadi variabel yang relevan untuk digunakan dalam penelitian mengenai kepuasan pelanggan SPBU. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian sebelumnya dengan menguji pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Hubungan Antar Variabel

A. Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga yang dianggap sesuai dengan manfaat, kualitas produk, dan kemampuan konsumen akan menimbulkan rasa puas. Sebaliknya, apabila harga yang dibayarkan dirasa terlalu tinggi dibandingkan manfaat yang diterima, maka tingkat kepuasan pelanggan akan menurun. Oleh karena itu, semakin tepat dan sesuai harga yang ditetapkan perusahaan dengan harapan konsumen, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan. Dengan demikian, harga memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan, di mana peningkatan kesesuaian harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut (Noviyanti et al., 2024) harga memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan merasa puas apabila harga yang dibayarkan dianggap wajar dan sebanding dengan manfaat yang diterima. Harga

yang sesuai dapat meningkatkan persepsi nilai pelanggan, sehingga pelanggan merasa memperoleh keuntungan dari produk atau jasa yang digunakan.

B. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

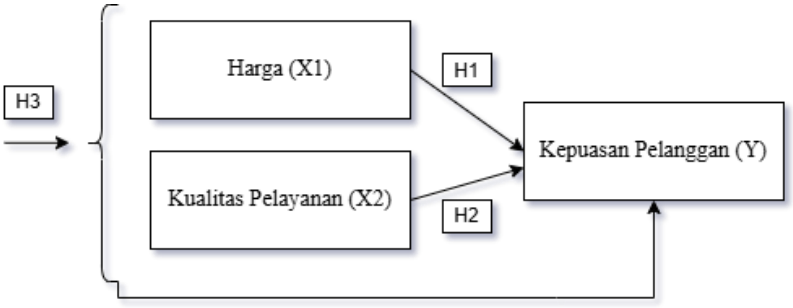
Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Pelayanan yang baik ditunjukkan melalui keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, ketepatan layanan, jaminan keamanan, serta perhatian kepada pelanggan. Ketika pelanggan menerima pelayanan yang berkualitas, mereka akan merasa kebutuhan dan harapannya terpenuhi sehingga menimbulkan kepuasan. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut (Sulistyorini & Gunaningrat, 2021) kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Pelayanan yang sesuai dengan standar operasional dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.3.2 Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan gambaran konseptual yang menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian. Dalam penelitian ini, kerangka berpikir dibangun untuk menunjukan pengaruh variabel bebas, yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

Gambar II. I Kerangka Berpikir



2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut (Junaedi & Wahab, 2023) hipotesis pada dasarnya merupakan proposisi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, pemecahan masalah, maupun penelitian lebih lanjut. Namun karena sifatnya masih berupa dugaan, hipotesis harus diuji terlebih dahulu menggunakan data hasil observasi untuk mengetahui kebenarannya. Adapun hipotesis dari penelitian ini yaitu :

H1: Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H3: Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti memperoleh hasil penelitian yang objektif, sistematis, dan dapat digeneralisasikan sesuai dengan karakteristik sampel yang diteliti (Soesana et al., 2023). Menurut (Syafrida Hafni, 2022), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan alat analisis statistik sehingga data yang diperoleh dan hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka. Penelitian kuantitatif menekankan pada objektivitas hasil penelitian melalui pengukuran yang sistematis dan pengujian validitas serta reliabilitas instrumen penelitian.

Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis melalui analisis data yang bersifat statistik. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengukuran variabel secara terstruktur sehingga hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara empiris. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data yang diperoleh dari responden (Muin, 2023). Menurut (Hardani et al., 2020), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat

positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berperan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) berperan sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang melakukan pembelian bahan bakar maupun layanan lainnya di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang menjadi responden penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan bantuan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Hasil analisis tersebut digunakan untuk menjawab tujuan penelitian serta membuktikan hipotesis mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian kuantitatif, populasi menjadi sumber utama dalam pengambilan data karena mencerminkan keseluruhan elemen yang menjadi fokus penelitian. Penentuan populasi harus dilakukan secara jelas agar hasil

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

penelitian dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan (Soesana et al., 2023).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian bahan bakar maupun menggunakan layanan yang tersedia di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Pelanggan tersebut terdiri atas pengguna kendaraan roda dua, roda empat, maupun kendaraan lainnya yang melakukan transaksi di SPBU selama periode penelitian berlangsung. Karena jumlah pelanggan yang datang setiap hari cukup banyak dan terus berubah, maka jumlah populasi secara pasti tidak dapat diketahui. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai populasi tidak terhingga (infinite population), yaitu populasi yang jumlah anggotanya tidak diketahui secara pasti dan dapat berubah dari waktu ke waktu (Muin, 2023)

Penetapan populasi tersebut didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian atau menggunakan layanan di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 memiliki peluang yang sama untuk menjadi bagian dari populasi penelitian.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penggunaan sampel dilakukan apabila jumlah populasi terlalu besar sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti seluruh anggota populasi. Sampel yang baik harus mampu mewakili karakteristik populasi sehingga hasil penelitian dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi populasi secara umum (Soesana et al., 2023)

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Responden yang dijadikan sampel adalah pelanggan yang ditemui secara langsung di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Teknik ini dipilih karena populasi penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya serta memudahkan peneliti dalam memperoleh data dari pelanggan yang sedang melakukan transaksi atau menggunakan layanan SPBU.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 tidak diketahui secara pasti (infinite population). Rumus Lemeshow yang digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel;

Z = tingkat kepercayaan (95% = 1,96);

P = proporsi populasi (0,5);

Q = 1 2 P(0,5);

d = tingkat kesalahan (10% atau 0,1).

Kemudian dilanjutkan dengan perhitungannya :

$$n = \frac{(1{,}96)^2 \times 0{,}5 \times 0{,}5}{(0{,}1)^2} = \frac{3{,}8416 \times 0{,}25}{0{,}01} = 96{,}04$$

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden. Penelitian ini menggunakan margin of error sebesar 10% dalam penentuan jumlah sampel. Pemilihan margin of error tersebut didasarkan pada kondisi populasi penelitian yang tidak diketahui secara pasti, karena jumlah pelanggan SPBU bersifat dinamis dan terus berubah setiap waktu. Selain itu, penelitian dilakukan pada pelanggan yang datang ke lokasi SPBU pada waktu pengumpulan data, sehingga peneliti tidak memiliki kerangka sampel yang dapat mencakup seluruh populasi pelanggan.

Penggunaan margin of error 10% dipilih dengan mempertimbangkan karakteristik penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik accidental sampling serta keterbatasan dalam menjangkau seluruh pelanggan SPBU. Tingkat kesalahan 10% masih memungkinkan digunakan dalam penelitian sosial yang bersifat survei dan eksploratif, khususnya ketika ukuran populasi tidak diketahui secara pasti. Penggunaan margin of error tersebut juga dimaksudkan untuk memperoleh jumlah sampel yang tetap memadai untuk mewakili karakteristik populasi penelitian dengan mempertimbangkan kondisi dan keterjangkauan responden di lapangan.

Dengan demikian, penggunaan margin of error 10% bukan semata-mata untuk mengurangi jumlah responden, tetapi merupakan pertimbangan metodologis yang disesuaikan dengan kondisi populasi, teknik pengambilan sampel, serta keterbatasan penelitian di lapangan. Berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow, diperoleh jumlah minimum sampel sebesar 96,04 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk meningkatkan kecukupan data dan mengantisipasi adanya jawaban responden yang tidak lengkap.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Jumlah sampel tersebut diharapkan dapat mewakili karakteristik pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 sehingga hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diperoleh secara objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Muin, 2023).

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 yang ditemui secara langsung dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Pemilihan jumlah sampel tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang representatif mengenai persepsi pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang menjadi objek penelitian yang memiliki nilai bervariasi dan digunakan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti serta sebagai dasar dalam pengumpulan dan analisis data (Soesana et al., 2023). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri atas variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Muin, 2023).

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa, sedangkan kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggan. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y),

yaitu perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Semakin sesuai harga dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan diperkirakan akan semakin meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai variabel penelitian yang diuraikan ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur dan diamati. Definisi operasional bertujuan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap setiap variabel sehingga memudahkan peneliti dalam menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data, dan melakukan analisis. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari harga sebagai variabel independen pertama (X1), kualitas pelayanan sebagai variabel independen kedua (X2), dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Setiap variabel dijabarkan ke dalam beberapa indikator yang diukur menggunakan skala Likert 135 (Soesana et al., 2023)

Tabel III. 1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Harga (X1)	Persepsi pelanggan mengenai sejumlah biaya yang harus dibayarkan untuk memperoleh produk atau layanan yang ditawarkan SPBU.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga	1,2,3,4,5,6,7,8	Likert

		4. Kesesuaian harga dengan manfaat		
Kualitas Pelayanan (X2)	Kemampuan SPBU dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.	1. Bukti fisik (Tangibles) 2. Keandalan (Reliability) 3. Daya tanggap (Responsiveness) 4. Jaminan (Assurance) 5. Empati (Empathy)	9,10,11,12,13,14,15,16,17,18	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan harapan dengan kinerja pelayanan yang diterima dari SPBU.	1. Kesesuaian harapan 2. Kepuasan terhadap pelayanan 3. Minat berkunjung kembali 4. Kesediaan merekomendasikan	19,20,21,22,23,24,25,26	Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian karena bertujuan untuk memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data yang dikumpulkan harus relevan, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga mampu menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan secara sistematis dengan menggunakan instrumen yang telah disusun berdasarkan variabel penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Soesana et al., 2023)

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi lapangan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Kegiatan observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas pelayanan yang diberikan oleh petugas SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 kepada pelanggan. Selain itu, observasi juga dilakukan untuk melihat kondisi fasilitas, kebersihan lingkungan SPBU, kenyamanan area pelayanan, serta situasi yang berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Observasi dilakukan sebelum penyebaran kuesioner agar peneliti memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai kondisi objek penelitian. Hasil observasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian yang diperoleh melalui kuesioner. Dengan observasi, peneliti dapat mengetahui secara langsung bagaimana proses pelayanan berlangsung dan bagaimana pelanggan merespons pelayanan yang diberikan oleh pihak SPBU (Muin, 2023)

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi yang mereka alami. Kuesioner digunakan sebagai teknik utama dalam penelitian ini karena sesuai dengan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran variabel menggunakan data numerik.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang terdapat pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Setiap pernyataan dibuat secara jelas dan mudah dipahami oleh responden sehingga dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Penyebaran kuesioner dilakukan

kepada pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 yang menjadi sampel penelitian.

Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya diolah menggunakan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS) untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kuesioner dipilih karena mampu menjangkau responden dalam jumlah yang relatif banyak serta memudahkan proses pengolahan data secara statistik (Soesana et al., 2023)

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berupa foto, arsip, catatan, laporan, maupun data lain yang mendukung pelaksanaan penelitian. Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan kuesioner sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan terpercaya.

Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan profil SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7, kondisi fasilitas pelayanan, aktivitas pelanggan, serta berbagai informasi yang relevan dengan pelaksanaan penelitian. Dokumentasi juga digunakan sebagai bukti bahwa penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Data dokumentasi berfungsi sebagai sumber informasi tambahan yang dapat membantu peneliti dalam menjelaskan kondisi objek penelitian secara lebih rinci. Selain itu, dokumentasi juga dapat digunakan untuk mendukung interpretasi hasil penelitian sehingga kesimpulan yang diperoleh menjadi lebih kuat dan objektif (Muin, 2023)

4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai sumber referensi yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber referensi tersebut dapat berupa buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, skripsi, tesis, maupun sumber ilmiah lainnya yang relevan dengan variabel penelitian. Studi pustaka bertujuan untuk memperoleh landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka berpikir, hipotesis, instrumen penelitian, serta pembahasan hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, studi pustaka dilakukan dengan mengkaji teori-teori mengenai harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dari berbagai literatur yang terpercaya. Selain itu, peneliti juga mempelajari hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema untuk mengetahui perkembangan penelitian dan memperkuat argumentasi penelitian yang dilakukan.

Melalui studi pustaka, peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian. Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber literatur kemudian digunakan sebagai dasar dalam menjelaskan hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh memiliki landasan teoritis yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dari responden sesuai dengan variabel yang diteliti. Instrumen yang baik harus mampu mengukur variabel penelitian secara tepat sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji

hipotesis penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen penelitian berfungsi sebagai alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data yang objektif, sistematis, dan dapat dianalisis secara statistik (Soesana et al., 2023)

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Kuesioner diberikan kepada pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 yang menjadi responden penelitian. Setiap pernyataan dalam kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel yang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

a. Variabel Harga

X1.1	Harga BBM terjangkau bagi saya
X1.2	Harga BBM yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan saya.
X1.3	Harga BBM yang saya bayar sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan
X1.4	Kualitas pelayanan yang saya terima sebanding dengan harga yang dibayarkan.
X1.5	Harga BBM di SPBU ini mampu bersaing dengan SPBU lain.
X1.6	Harga BBM di SPBU ini tidak lebih mahal dibandingkan SPBU lain yang sejenis.
X1.7	Harga BBM yang saya bayar sesuai dengan manfaat yang saya peroleh.
X1.8	Manfaat yang saya rasakan dari pelayanan SPBU sesuai dengan harga yang dibayarkan.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

X2.1	Lingkungan SPBU terlihat bersih dan terawat setiap kali saya berkunjung
X2.2	Sarana dan fasilitas yang tersedian di SPBU mendukung kenyamanan pelanggan
X2.3	Petugas melayani transaksi pengisian BBM dengan benar.
X2.4	Saya percaya bahwa jumlah BBM yang diterima sesuai dengan yang saya bayar.
X2.5	Petugas segera melayani saat kendaraan saya memasuki area pengisian.

X2.6	Petugas cepat memberikan bantuan ketika pelanggan membutuhkan informasi.
X2.7	Saya merasa yakin terhadap kemampuan petugas dalam menjalankan tugasnya.
X2.8	Petugas memberikan rasa aman selama proses transaksi berlangsung.
X2.9	Petugas memperlakukan seluruh pelanggan dengan baik.
X2.10	Petugas menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan.

c. Variabel Kepuasan Pelanggan

Y1	Pengalaman saya saat membeli BBM di SPBU ini sesuai dengan yang saya harapkan.
Y2	Kualitas pelayanan yang saya terima memenuhi harapan saya sebagai pelanggan.
Y3	Saya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh SPBU ini.
Y4	Secara keseluruhan saya puas terhadap pelayanan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.
Y5	Saya akan kembali menggunakan layanan SPBU ini pada kesempatan berikutnya.
Y6	Saya lebih memilih SPBU ini dibandingkan SPBU lain yang berada di sekitar lokasi.
Y7	Saya tidak ragu menyarankan SPBU ini kepada orang lain.
Y8	Saya bersedia memberikan rekomendasi positif mengenai SPBU ini kepada teman atau keluarga.

Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert lima tingkat. Skala Likert digunakan karena mampu mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini, setiap alternatif jawaban diberikan skor yang berbeda, yaitu Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Netral (N) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Skor yang diperoleh dari setiap jawaban responden kemudian diolah dan dianalisis menggunakan bantuan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Skala Likert digunakan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Adapun alternatif jawaban yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Tabel III. 2
Bobot Penilaian Skala Likert

Kategori Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam menghasilkan data. Dengan adanya pengujian tersebut, instrumen penelitian diharapkan mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Muin, 2023)

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah seluruh data penelitian berhasil dikumpulkan dari responden. Kegiatan analisis data bertujuan untuk mengolah data menjadi informasi yang dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut (Ghozali 2021) analisis data dilakukan secara sistematis dengan menggunakan metode statistik untuk menguji hubungan antarvariabel, menguji hipotesis, serta menarik kesimpulan penelitian melalui bantuan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 akan diolah menggunakan program SPSS karena mampu melakukan berbagai pengujian statistik

secara cepat, akurat, dan membantu peneliti dalam menginterpretasikan hasil penelitian secara objektif dan ilmiah**.**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta pengujian koefisien determinasi. Tahapan-tahapan tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa model penelitian yang digunakan memenuhi syarat statistik sehingga hasil yang diperoleh dapat dipercaya dan digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan penelitian (Soesana et al., 2023)

3.7.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran umum mengenai identitas atau profil responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Analisis karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui latar belakang dan keragaman responden sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sampel penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, jenis kendaraan yang digunakan, serta frekuensi pengisian bahan bakar minyak (BBM) di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Data karakteristik responden disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan persentase untuk memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan profil responden serta memberikan gambaran yang representatif mengenai kondisi responden yang diteliti.

3.7.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan tahap pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan mampu menghasilkan data yang akurat dan konsisten. Uji kualitas data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian ini dilakukan sebelum data dianalisis lebih lanjut agar hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian kuantitatif, uji kualitas data terdiri dari dua jenis yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Sebelum kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data, seluruh item pertanyaan pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terlebih dahulu diuji validitasnya. Menurut (Ghozali, 2021), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila setiap pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0,05, maka item pernyataan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0,05, maka item pernyataan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam menghasilkan data. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang relatif sama apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang sama, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan layak digunakan dalam penelitian. Menurut, (Ghozali, 2021) reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu

kuesioner yang menjadi indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap item pernyataan menunjukkan tingkat konsistensi yang baik.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas didasarkan pada nilai Cronbach Alpha. Apabila nilai Cronbach Alpha > 0,70, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Sebaliknya, apabila nilai Cronbach Alpha < 0,70, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel sehingga perlu dilakukan perbaikan terhadap item pernyataan yang digunakan (Ghozali, 2021)

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian yang dilakukan sebelum analisis regresi linear berganda dilakukan. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi-asumsi dasar sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat dipercaya dan tidak menghasilkan estimasi yang bias. Menurut (Ghozali, 2021), pengujian asumsi klasik diperlukan agar model regresi menghasilkan estimasi yang bersifat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE). Apabila asumsi-asumsi tersebut terpenuhi, maka hasil pengujian hipotesis dapat digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan penelitian.

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Ketiga pengujian tersebut dilakukan karena penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dengan dua variabel independen, yaitu harga dan kualitas pelayanan, serta satu variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Hasil pengujian asumsi klasik akan menunjukkan apakah model regresi yang digunakan layak untuk menganalisis hubungan antarvariabel penelitian.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Menurut (Ghozali, 2021), model regresi yang baik adalah model yang memiliki data residual berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Selain itu, normalitas data juga diamati melalui grafik Histogram dan Normal Probability Plot (P-P Plot) untuk mendukung hasil pengujian.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) > 0,05, maka data residual berdistribusi normal.
b. Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) < 0,05, maka data residual tidak berdistribusi normal.

Pada grafik Histogram, data dikatakan berdistribusi normal apabila pola distribusi membentuk kurva menyerupai lonceng (bell-shaped curve) dan tidak menceng ke kiri maupun ke kanan. Sedangkan pada grafik Normal Probability Plot (P-P Plot), data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Apabila asumsi normalitas terpenuhi, maka analisis regresi dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antarvariabel independen dalam model regresi. Menurut Ghozali (2021), model regresi yang baik adalah model yang tidak memiliki korelasi yang tinggi antarvariabel independen. Adanya multikolinearitas dapat menyebabkan kesulitan

dalam mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) melalui program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Nilai Tolerance menunjukkan besarnya variabilitas suatu variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya, sedangkan nilai VIF menunjukkan tingkat korelasi antarvariabel independen.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
b. Jika nilai Tolerance < 0,10 dan nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas.

Apabila variabel independen memenuhi kriteria tersebut, maka model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut (Ghozali, 2021), model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau memiliki varians residual yang konstan (homoskedastisitas).

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan grafik Scatterplot dengan melihat pola penyebaran antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residual (SRESID) melalui program Statistical Product and Service Solutions (SPSS).

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

a. Jika titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
b. Jika titik-titik membentuk pola tertentu, seperti bergelombang, menyempit, atau melebar, maka terjadi heteroskedastisitas.

Apabila data memenuhi kriteria tersebut, maka model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3.7.4 Uji Koefisien Korelasi

Menurut Ghozali (2021), analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linear antara dua variabel atau lebih. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan serta tingkat keeratan hubungan antarvariabel, namun tidak dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat (kausalitas). Nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara -1 sampai +1. Nilai r = +1 menunjukkan hubungan positif sempurna, nilai r = -1 menunjukkan hubungan negatif sempurna, dan nilai r = 0 menunjukkan tidak adanya hubungan linear. Semakin mendekati nilai ±1, maka hubungan antarvariabel semakin kuat, sedangkan semakin mendekati nilai 0, maka hubungan antarvariabel semakin lemah.

Dalam penelitian ini, analisis koefisien korelasi terdiri atas Korelasi Pearson (Product Moment) yang digunakan untuk mengetahui hubungan secara parsial antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y), serta Korelasi Berganda (Multiple Correlation) yang digunakan untuk mengetahui hubungan variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

3.7.5 Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2021), koefisien determinasi (Adjusted R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 sampai 1 (0 f R^2 f 1). Semakin besar nilai Adjusted R Square, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai Adjusted R Square, maka semakin kecil kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Pada analisis regresi linear berganda, nilai yang digunakan adalah Adjusted R Square karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan ukuran sampel, sehingga memberikan estimasi yang lebih akurat dibandingkan nilai R Square. Nilai Adjusted R Square yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Dalam penelitian ini, nilai Adjusted R Square digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

3.7.6 Uji Persamaan Regresi

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

Menurut (Ghozali, 2021), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Selain itu, analisis regresi juga digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b¡ = Koefisien regresi variabel harga

b¢ = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

X¡ = Harga

X¢ = Kualitas Pelayanan

e = Error atau kesalahan pengganggu

Nilai konstanta menunjukkan nilai kepuasan pelanggan apabila variabel harga dan kualitas pelayanan dianggap konstan. Sementara itu, koefisien regresi menunjukkan besarnya perubahan kepuasan pelanggan akibat perubahan pada masing-masing variabel independen. Jika koefisien regresi bernilai positif, maka peningkatan variabel independen akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika bernilai negatif maka peningkatan variabel independen akan

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

menurunkan kepuasan pelanggan. Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan bantuan program SPSS sehingga diperoleh nilai koefisien regresi yang digunakan untuk menyusun persamaan regresi penelitian.

2. Uji Parsial (t)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7. Menurut Ghozali 2021, uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen**.** Melalui pengujian ini dapat diketahui variabel independen mana yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$$t = \frac{b_i}{SE(b_i)}$$

Keterangan:

t = Nilai t hitung

bi = Koefisien regresi

SE(bi) = Standar error koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t (parsial) adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 atau nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, maka H ditolak dan H° diterima, yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 atau nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel,

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

maka H diterima dan H° ditolak, yang berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. Uji Simultan (f)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.

Menurut (Ghozali, 2021) uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan layak atau tidak dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian ini penting karena menunjukkan kemampuan variabel independen secara keseluruhan dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

$$F = \frac{R^2/k}{(1\ 2\ R^2)/(n\ 2\ k\ 2\ 1)}$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan:

a. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima.

b. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka hipotesis ditolak.

Apabila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka kedua variabel tersebut secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 yang dikelola oleh PT Pilar Effendi Komited, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang penyaluran Bahan Bakar Minyak (BBM). PT Pilar Effendi Komited telah beroperasi sejak tahun 1995 dan mulai menjalin kerja sama dengan PT Pertamina Retail sejak 7 Mei 2024. Melalui kerja sama tersebut, SPBU menerapkan standar operasional Pertamina dalam penyediaan produk BBM, pelayanan kepada pelanggan, serta pengelolaan operasional yang terintegrasi dan berbasis sistem digital.

SPBU ini melayani kebutuhan masyarakat akan berbagai jenis bahan bakar seperti BioSolar, Pertalite, dan Pertamax. Dalam mendukung kegiatan operasional, SPBU dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, antara lain minimarket, toilet, musala, serta layanan pengisian nitrogen guna meningkatkan kenyamanan pelanggan. Dari sisi operasional, SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 didukung oleh tenaga kerja sebanyak 23 orang yang terdiri dari 1 orang manajer, 1 staf administrasi, 2 pengawas lapangan, dan 19 operator. Sistem kerja karyawan dibagi menjadi 3 shift untuk memastikan operasional SPBU berjalan selama 24 jam, yaitu shift pagi, siang, dan malam.

Pembagian kerja shift yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Shift pagi (06.00 3 14.00), bertanggung jawab pada kegiatan serah terima (handover) dari shift malam, pelayanan transaksi di jam sibuk pagi, serta pengecekan dan pencatatan stok awal bahan bakar.

2. Shift siang (14.00 3 22.00), berfokus pada pelayanan transaksi harian yang cenderung tinggi, koordinasi dengan bagian administrasi, serta pengawasan kegiatan operasional termasuk penerimaan bahan bakar.
3. Shift malam (22.00 3 06.00), bertugas melakukan pelayanan pada jam relatif sepi, rekapitulasi penjualan harian, serta penyusunan laporan penjualan harian sebagai dasar operasional shift berikutnya.

Dari total karyawan tersebut, terdapat 5 orang karyawan perempuan yang bekerja pada shift pagi dan siang saja, sedangkan sisanya merupakan karyawan laki-laki yang tersebar di seluruh shift kerja, termasuk shift malam. Pembagian ini dilakukan dengan mempertimbangkan efektivitas kerja dan faktor keamanan operasional.

Dalam menjalankan operasionalnya, SPBU ini telah menerapkan sistem terintegrasi seperti Point of Sale (POS) dan Automatic Tank Gauge (ATG) yang memungkinkan pencatatan transaksi serta pemantauan stok bahan bakar dilakukan secara real-time. Sistem ini mendukung efisiensi kerja, meminimalkan kesalahan pencatatan, serta meningkatkan akurasi laporan operasional.

Pemilihan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 sebagai objek penelitian didasarkan pada tingginya aktivitas pelanggan setiap hari sehingga relevan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penerapan sistem operasional yang terintegrasi menjadikan SPBU ini sebagai lokasi yang tepat untuk menilai efektivitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

4.2 Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 64 orang atau sebesar 64%. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 36 orang atau sebesar 36%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna layanan dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki, yang kemungkinan lebih sering menggunakan kendaraan atau memiliki mobilitas yang lebih tinggi dibandingkan perempuan.

2. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa kelompok usia 21-30 tahun merupakan kelompok terbanyak, yaitu sebanyak 41 orang atau sebesar 41%. Selanjutnya diikuti oleh usia 31-40 tahun sebanyak 31 orang (31%), usia di bawah 20 tahun sebanyak 15 orang (15%), dan usia di atas 50 tahun sebanyak 13 orang (13%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh usia produktif, yang cenderung aktif dan memiliki kebutuhan mobilitas yang tinggi

3. Berdasarkan Pekerjaan

Mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 62 orang atau sebesar 62%. Kemudian diikuti oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 19 orang (19%), wiraswasta sebanyak 11 orang (11%), PNS/TNI/Polri sebanyak 6 orang (6%), serta ibu rumah tangga sebanyak 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kalangan pekerja aktif yang memiliki kebutuhan rutin terhadap layanan yang diteliti.

4. Berdasarkan Frekuensi Pengisian Kendaraan

Frekuensi pengisian BBM, dapat diketahui bahwa mayoritas responden melakukan pengisian sebanyak 334 kali per minggu dengan jumlah 44 responden

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

(44%). Selanjutnya, sebanyak 34 responden (34%) melakukan pengisian 132 kali per minggu, dan sebanyak 22 responden (22%) melakukan pengisian lebih dari 4 kali per minggu. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memiliki intensitas penggunaan BBM yang cukup tinggi dan rutin setiap minggunya.

5. Berdasarkan Jenis Kendaraan

Diketahui bahwa sebagian besar responden menggunakan sepeda motor, yaitu sebanyak 55 orang atau sebesar 55%. Selanjutnya pengguna mobil pribadi sebanyak 23 orang (23%), dan kendaraan niaga/pick up sebanyak 22 orang (22%). Hal ini menunjukkan bahwa kendaraan roda dua merupakan jenis kendaraan yang paling dominan digunakan oleh responden dalam penelitian ini.

Secara umum, karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki, berusia 21330 tahun, bekerja sebagai karyawan swasta, dan menggunakan sepeda motor. Kondisi ini mencerminkan bahwa responden merupakan kelompok masyarakat usia produktif dengan tingkat mobilitas yang cukup tinggi.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian merupakan bagian dari analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi data dari variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini. Data diolah menggunakan bantuan program SPSS sehingga diperoleh nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Melalui deskripsi ini, peneliti dapat mengetahui kecenderungan persepsi responden terhadap harga yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang diberikan, serta tingkat kepuasan pelanggan.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Tabel IV. 1

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N (Jumlah Responden)	Minimum (Skor)	Maksimum (Skor)	Rata-rata (Mean)	Standar Deviasi (Std. Deviation)
Harga	100	24	40	33,79	5,267
Kualitas Pelayanan	100	30	50	44,25	5,435
Kepuasan Pelanggan	100	24	40	35,49	4,167

Keterangan:

- N (Jumlah Responden) = 100 orang
- Minimum (Skor) = Skor terendah yang diperoleh
- Maksimum (Skor) = Skor tertinggi yang diperoleh
- Rata-rata (Mean) = Nilai rata-rata
- Standar Deviasi = Tingkat penyebaran data

Sumber : Data primer diolah, 2026

1. Variabel Harga (X1)

Variabel harga memiliki nilai minimum sebesar 24 dan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah sebesar 33,79 dengan standar deviasi sebesar 5,267. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap harga berada pada kategori cukup tinggi. Artinya, sebagian besar responden menilai bahwa harga yang ditawarkan sudah relatif sesuai dan dapat diterima.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai minimum sebesar 30 dan maksimum sebesar 50. Nilai rata-rata (mean) sebesar 44,25 dengan standar deviasi sebesar 5,435. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti responden menilai bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik dan memenuhi harapan pelanggan.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai minimum sebesar 24 dan maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata (mean) sebesar 35,49 dengan standar deviasi sebesar 4,167. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori tinggi, yang berarti sebagian besar responden merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi objek penelitian. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU Bekasi Narogong KM 7 dengan jumlah sebanyak 100 responden. Informasi mengenai karakteristik responden menjadi penting karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait latar belakang responden yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Oleh karena itu, karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, frekuensi pengisian bahan bakar, dan jenis kendaraan.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Tabel IV. 2

Karakteristik Responden

Keterangan	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Frekuensi	Kendaraan
Jumlah Valid	100	100	100	100	100
Jumlah Missing	0	0	0	0	0
Total Responden	100	100	100	100	100

Keterangan:
- **Valid** : Jumlah data yang diisi oleh responden dan dapat digunakan dalam analisis.
- **Missing** : Jumlah data yang tidak diisi oleh responden atau tidak valid.

Sumber : Data primer diolah, 2026

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV. 3
Karakteristik Responden Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Persentase Kumulatif (%)
1.	Laki-laki	64	64,0	64,0
2.	Perempuan	36	36,0	100,0
	Total	**100**	**100,0**	**100,0**

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden, diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 64 orang (64%), sedangkan responden perempuan sebanyak 36 orang (36%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

2. Berdasarkan Usia

Tabel IV. 4

Karakteristik Responden Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
1.	< 20	15	15,0	15,0	15,0
2.	> 50	13	13,0	13,0	28,0
3.	21 – 30	41	41,0	41,0	69,0
4.	31 – 40	31	31,0	31,0	100,0
Total		**100**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 21330 tahun yaitu sebanyak 41 orang (41%). Selanjutnya diikuti oleh usia 31340 tahun sebanyak 31 orang (31%), usia di bawah 20 tahun sebanyak 15 orang (15%), dan usia di atas 50 tahun sebanyak 13 orang (13%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif yang cenderung aktif dalam melakukan aktivitas pengisian bahan bakar.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel IV. 5

Karakteristik Responden Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
1.	Ibu Rumah Tangga	2	2,0	2,0	2,0
2.	Karyawan Swasta	62	62,0	62,0	64,0
3.	Pelajar / Mahasiswa	19	19,0	19,0	83,0
4.	PNS/TNI/Polri	6	6,0	6,0	89,0
5.	Wiraswasta	11	11,0	11,0	100,0
Total		**100**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Sumber : Data primer diolah, 2026

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah karyawan swasta sebanyak 62 orang (62%). Kemudian diikuti oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 19 orang (19%), wiraswasta sebanyak 11 orang (11%), PNS/TNI/Polri sebanyak 6 orang (6%), serta ibu rumah tangga sebanyak 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh individu yang memiliki pekerjaan tetap, khususnya di sektor swasta.

4. Berdasarkan Frekuensi Pengisian BBM

Tabel IV. 6

Karakteristik Responden Frekuensi Pengisian

No.	Frekuensi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
1.	> 4 kali per minggu	22	22,0	22,0	22,0
2.	1 - 2 kali per minggu	34	34,0	34,0	56,0
3.	3 - 4 kali per minggu	44	44,0	44,0	100,0
Total		**100**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan frekuensi pengisian bahan bakar dalam seminggu, mayoritas responden melakukan pengisian sebanyak 334 kali per minggu yaitu sebanyak 44 orang (44%). Selanjutnya, responden yang melakukan pengisian 132 kali per minggu sebanyak 34 orang (34%), dan responden yang melakukan pengisian lebih dari 4 kali per minggu sebanyak 22 orang (22%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas pengisian bahan bakar yang cukup tinggi, yang mengindikasikan aktivitas mobilitas yang cukup sering.

5. Berdasarkan Jenis Kendaraan

Tabel IV. 7

Karakteristik Responden Jenis Kendaraan

No.	Jenis Kendaraan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
1.	Kendaraan niaga/pick up	22	22,0	22,0	22,0
2.	Mobil Pribadi	23	23,0	23,0	45,0
3.	Sepeda Motor	55	55,0	55,0	100,0
Total		**100**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan jenis kendaraan, mayoritas responden menggunakan sepeda motor yaitu sebanyak 55 orang (55%). Kemudian diikuti oleh pengguna mobil pribadi sebanyak 23 orang (23%), dan kendaraan niaga/pick up sebanyak 22 orang (22%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen SPBU dalam penelitian ini merupakan pengguna kendaraan roda dua.

Pengelompokan karakteristik responden ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai latar belakang responden, sehingga dapat membantu dalam memahami hasil penelitian terkait pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian dalam mengumpulkan data. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nila r hitung (Pearson Correlation) setiap item pernyataan dengan nilai r tabel. Berdasarkan jumlah responden (N) sebesar 100, maka diperoleh df = N 3 2 = 98. Pada taraf signifikansi 5%, nilai r tabel adalah sebesar 0,197. Nilai tersebut digunakan sebagai acuan dalam menentukan validitas instrumen penelitian

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Tabel IV. 8

Hasil Uji Validitas Harga

df = N - 2	nilai a				
	10%	5%	2%	1%	0,1%
	0,10	0,05	0,02	0,01	0,001
94	0,169	0,201	0,237	0,262	0,331
95	0,168	0,200	0,236	0,260	0,329
96	0,167	0,199	0,235	0,259	0,327
97	0,166	0,198	0,234	0,258	0,326
98	0,165	0,197	0,232	0,257	0,324
99	0,165	0,196	0,231	0,255	0,323
100	0,164	0,195	0,230	0,254	0,321
101	0,163	0,194	0,229	0,253	0,320

Sumber: Data Primer Diolah (Tabel Distribusi Statistik, 2026)

1. Uji Validitas

a) Harga (X1)

Tabel IV. 9

Hasil Uji Validitas Harga

Variabel	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	N
X1.1	0,884	< 0,001	100
X1.2	0,918	< 0,001	100
X1.3	0,925	< 0,001	100
X1.4	0,937	< 0,001	100
X1.5	0,940	< 0,001	100
X1.6	0,927	< 0,001	100
X1.7	0,902	< 0,001	100
X1.8	0,860	< 0,001	100

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Harga (X1), diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,197). Nilai r hitung pada masing-masing item berada pada rentang 0,860 hingga 0,940.

Adapun hasil pengujian tiap item adalah sebagai berikut :

1. Item X1.1 memiliki nilai r hitung sebesar 0,884 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
2. Item X1.2 memiliki nilai r hitung sebesar 0,918 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.

3. Item X1.3 memiliki nilai r hitung sebesar 0,925 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
4. Item X1.4 memiliki nilai r hitung sebesar 0,937 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
5. Item X1.5 memiliki nilai r hitung sebesar 0,940 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
6. Item X1.6 memiliki nilai r hitung sebesar 0,927 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
7. Item X1.7 memiliki nilai r hitung sebesar 0,902 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
8. Item X1.8 memiliki nilai r hitung sebesar 0,860 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.

b) Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel IV. 10

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	N
X2.1	0,805	< 0,001	100
X2.2	0,840	< 0,001	100
X2.3	0,881	< 0,001	100
X2.4	0,869	< 0,001	100
X2.5	0,883	< 0,001	100
X2.6	0,902	< 0,001	100
X2.7	0,899	< 0,001	100
X2.8	0,862	< 0,001	100
X2.9	0,858	< 0,001	100
X2.10	0,877	< 0,001	100

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X2), diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,197). Nilai r hitung pada masing-masing item berada pada rentang 0,805 hingga 0,902.

Adapun hasil pengujian tiap item adalah sebagai berikut :

1. Item X2.1 memiliki nilai r hitung sebesar 0,805 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
2. Item X2.2 memiliki nilai r hitung sebesar 0,840 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
3. Item X2.3 memiliki nilai r hitung sebesar 0,881 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
4. Item X2.4 memiliki nilai r hitung sebesar 0,869 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
5. Item X2.5 memiliki nilai r hitung sebesar 0,883 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
6. Item X2.6 memiliki nilai r hitung sebesar 0,902 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
7. Item X2.7 memiliki nilai r hitung sebesar 0,899 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
8. Item X2.8 memiliki nilai r hitung sebesar 0,862 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
9. Item X2.9 memiliki nilai r hitung sebesar 0,858 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
10. Item X2.10 memiliki nilai r hitung sebesar 0,877 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

c) Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel IV. 11

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	N
Y1	0,856	< 0,001	100
Y2	0,911	< 0,001	100
Y3	0,921	< 0,001	100
Y4	0,883	< 0,001	100
Y5	0,904	< 0,001	100
Y6	0,895	< 0,001	100
Y7	0,907	< 0,001	100
Y8	0,864	< 0,001	100

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y), diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,197). Nilai r hitung pada masing-masing item berada pada rentang 0,856 hingga 0,921.

Adapun hasil pengujian tiap item adalah sebagai berikut :

1. Item Y1 memiliki nilai r hitung sebesar 0,856 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
2. Item Y2 memiliki nilai r hitung sebesar 0,911 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
3. Item Y3 memiliki nilai r hitung sebesar 0,921 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
4. Item Y4 memiliki nilai r hitung sebesar 0,883 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
5. Item Y5 memiliki nilai r hitung sebesar 0,904 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
6. Item Y6 memiliki nilai r hitung sebesar 0,895 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
7. Item Y7 memiliki nilai r hitung sebesar 0,907 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.
8. Item Y8 memiliki nilai r hitung sebesar 0,864 > 0,197, sehingga dinyatakan valid.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

2. Uji Reliabilitas

a) Harga (X1)

Tabel IV. 12

Hasil Uji Reliabilitas Harga

Keterangan	Hasil
Cronbach's Alpha	.971
N of Items	8

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai Cronbach9s Alpha sebesar 0,971 dengan jumlah item sebanyak 8. Nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan konsisten dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

b) Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel IV. 13

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Keterangan	Hasil
Cronbach's Alpha	.963
N of Items	10

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai Cronbach9s Alpha sebesar 0,963 dengan jumlah item sebanyak 10. Nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang

baik. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan konsisten dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

c) Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel IV. 14

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Keterangan	Hasil
Cronbach's Alpha	.964
N of Items	8

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai Cronbach9s Alpha sebesar 0,964 dengan jumlah item sebanyak 8. Nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan konsisten dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach9s Alpha, seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai alpha lebih besar dari 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang handal dalam penelitian ini.

4.4.3 Uji Asumsi Klasik

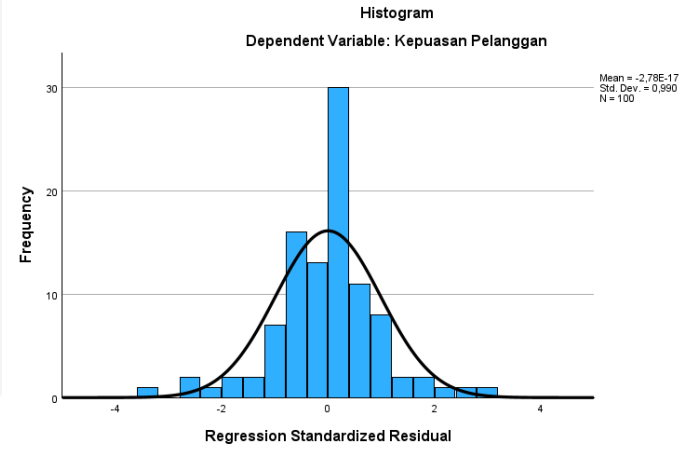
1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah data, khususnya residual dalam model penelitian, terdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini menjadi penting karena salah satu asumsi dasar dalam analisis statistik parametrik, seperti

regresi linear, adalah bahwa data harus mengikuti distribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka hasil analisis yang diperoleh akan lebih akurat, tidak bias, serta dapat dipercaya untuk digunakan dalam penarikan kesimpulan. Sebaliknya, apabila data tidak terdistribusi normal, maka dapat memengaruhi validitas hasil penelitian sehingga diperlukan penanganan lebih lanjut, seperti transformasi data atau penggunaan metode analisis alternatif. Pengujian dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu visual dan uji statistik.

a) Histogram

Gambar IV. 1Histogram Uji Normalitas Data

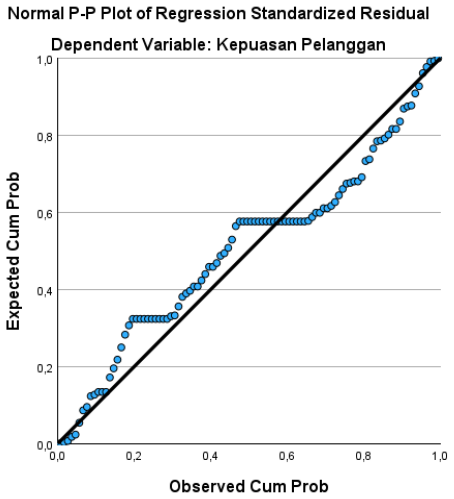


Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan grafik histogram menunjukkan bahwa distribusi residual hasil regresi memiliki pola yang mendekati distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari bentuk kurva yang menyerupai lonceng (*bell-shaped curve*) serta penyebaran data yang relatif seimbang di sekitar nilai tengah (nol). Walaupun terdapat sedikit variasi pada beberapa bagian batang histogram, secara umum mayoritas data terkonsentrasi di sekitar rata-rata (Mean = -278E-17). Nilai mean yang mendekati nol dan standar deviasi yang mendekati satu mengindikasikan bahwa residual telah terdistribusi dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas berdasarkan grafik histogram.

b) P-Plot

Gambar IV. 2 Normal P-P Plot Uji Normalitas Residual



Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan grafik Normal P-P Plot memperlihatkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa distribusi data tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada beberapa titik, hal tersebut masih dalam batas wajar dan tidak memengaruhi kesimpulan secara keseluruhan. Semakin dekat posisi titik terhadap garis diagonal, maka semakin baik tingkat kenormalan data.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Tabel IV. 15

Uji Multikolinearitas

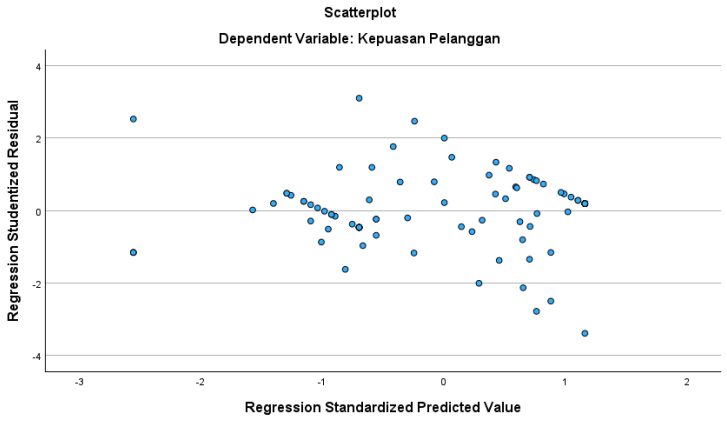
Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga (TOTAL X1)	.482	2.075
	Kualitas Pelayanan (TOTAL X2)	.482	2.075
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (TOTAL Y)			

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas di atas, diketahui bahwa variabel Harga (TOTAL X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,482 dan nilai VIF sebesar 2,075. Selanjutnya, variabel Kualitas Pelayanan (TOTAL X2) juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,482 dan nilai VIF sebesar 2,075. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga variabel Harga dan Kualitas Pelayanan layak digunakan dalam analisis regresi lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar IV. 3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak di sekitar garis horizontal pada nilai 0 di

sumbu Y. Penyebaran titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang.

Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan dan tidak terjadi ketidaksamaan varians (heteroskedastisitas) pada model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.4.4 Uji Koefisien Korelasi

1. Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel IV. 16

Hasil Uji Koefisien Korelasi Pearson

Correlations

		Harga	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	,716**
	Sig. (2-tailed)	-	,000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,716**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	-
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson, diperoleh nilai r hitung untuk variabel Harga (X_1) sebesar 0,716 dengan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000. Nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,197 ($0{,}716 > 0{,}197$) pada $df = 98$ dengan tingkat signifikansi 5%. Karena r hitung $> r$ tabel dan nilai *Sig.* $< 0{,}05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan di SPBU

Pertamina Bekasi Narogong KM 7, yang berarti penyesuaian harga yang semakin baik akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan secara nyata.

2. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel IV. 17

Hasil Uji Koefisien Korelasi Pearson

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,825**
	Sig. (2-tailed)	-	,000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	-
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson, diperoleh nilai r hitung untuk variabel. Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,825 dengan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000. Nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,197 ($0{,}825 > 0{,}197$) pada $df = 98$ dengan tingkat signifikansi 5%. Karena r hitung $> r$ tabel dan nilai *Sig.* $< 0{,}05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7, yang berarti semakin optimal kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat secara sangat tinggi.

4.4.5 Uji Koefisien Determinasi

Tabel IV. 18

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model Summary)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843[a]	,711	,705	2,26146

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel Model Summary, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,705. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama mampu menjelaskan 70,5% variasi Kepuasan Pelanggan. Sedangkan 29,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4.6 Uji Persamaan Regresi

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV. 19

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,919	1,873		3,694	,000
	Harga	,200	,062	,253	3,220	,002
	Kualitas Pelayanan	,493	,060	,643	8,180	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji t, variabel Harga memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,200, t hitung sebesar 3,220, dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai t hitung lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 (3,220 > 1,985) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,002 < 0,05), sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian Lailatus Zuhro (2025), yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU Pertamina. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa harga merupakan salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.5 Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial t

Tabel IV. 20

Distribusi t

df = n - k	nilai a				
	10%	5%	2%	1%	0,1%
	0,10	0,05	0,02	0,01	0,001
94	1,661	1,986	2,367	2,629	3,179
95	1,661	1,985	2,366	2,629	3,178
96	1,661	1,985	2,366	2,628	3,177
97	1,661	1,985	2,365	2,627	3,176
98	1,661	1,984	2,365	2,627	3,175
99	1,660	1,984	2,365	2,626	3,175
100	1,660	1,984	2,364	2,626	3,174
101	1,660	1,984	2,364	2,625	3,173

Sumber : Data primer diolah, 2026

Tabel IV. 21

Hasil uji parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,919	1,873		3,694	,000
	Harga	,200	,062	,253	3,220	,002
	Kualitas Pelayanan	,493	,060	,643	8,180	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber : Data primer diolah, 2026

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen, yaitu Harga dan Kualitas Pelayanan, berpengaruh signifikan terhdap kepuasan pelanggan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t tabel pada derajat bebas ($df = n\ 2\ k = 100\ 2\ 3 = 97$), sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985.

a. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel , variabel Harga memiliki nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,200 dan t hitung sebesar 3,220, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,985. Karena t hitung (3,220) > t tabel (1,985) dan nilai signifikansi 0,002 < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,493 dan nilai t hitung sebesar 8,180, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,985. Karena t hitung (8,180) > t tabel (1,985) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan

H2 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Uji Simultan f

Tabel IV. 22

Distribusi f

df (N2) = n – k df untuk penyebab	df (N1) = k – 1 df untuk bilangan pembilang									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038	1,981	1,933
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037	1,980	1,932
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036	1,979	1,931
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035	1,978	1,930
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034	1,977	1,929
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033	1,976	1,928
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032	1,975	1,927
101	3,935	3,086	2,695	2,462	2,304	2,190	2,102	2,031	1,974	1,926

Tabel IV. 23

Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1222,911	2	611,456	119,560	,000[b]
	Residual	496,079	97	5,114		
	Total	1718,990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 119,560, sedangkan F tabel sebesar 3,090 pada taraf signifikansi 5% dengan df1 = 2 dan df2 = 97. Karena 119,560 > 3,090, maka H ditolak dan H° diterima. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan.

4.6 Pembahasan Dan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, diperoleh pembahasan mengenai pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial (t_{hitung} 3,220 > t_{tabel} 1,985; Sig. 0,002 < 0,05). Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) **diterima**. Hal ini mengindikasikan bahwa kesesuaian harga BBM dengan kualitas produk, keterjangkauan daya beli, serta keakuratan takaran volume dispenser di SPBU Pertamina Narogong KM 7 telah memenuhi ekspektasi konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller bahwa kesesuaian nilai ekonomis produk (*value for money*) menjadi penentu utama dalam membentuk kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial (t_{hitung} 8,180 > t_{tabel} 1,985; Sig. 0,000 < 0,05). Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) **diterima**. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan Harga (0,493 > 0,200), menjadikannya faktor paling dominan dalam penelitian ini. Keberhasilan implementasi dimensi *Servqual* (Parasuraman) melalui kecepatan pelayanan operator 3 shift, keramahan SOP "dimulai dari nol", serta kebersihan fasilitas pendukung (musala, toilet, nitrogen) terbukti menjadi kunci utama dalam memuaskan pelanggan, khususnya kelompok pekerja aktif yang mendominasi profil responden.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

3. Pengaruh Simultan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji F menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (F_{hitung} 119,560 > F_{tabel} 3,090; Sig. 0,000 < 0,05). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) **diterima**. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,705 menunjukkan bahwa kontribusi gabungan variabel Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 70,5%. Sedangkan 29,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti faktor lokasi strategis atau efektivitas promo digital.

Secara komprehensif, temuan ini memberikan implikasi manajerial yang penting bagi PT Pilar Effendi Komited selaku pengelola operasional. Hasil uji simultan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat dicapai secara maksimal jika perusahaan hanya berfokus pada salah satu aspek saja. Meskipun kebijakan harga yang diterapkan sudah adil, transparan, dan sesuai daya beli, tingkat kepuasan konsumen akan menurun drastis apabila pelayanan yang diberikan oleh operator dinilai buruk, tidak ramah, atau fasilitas fisik pendukungnya kotor. Sebaliknya, pelayanan yang sangat ramah dan responsif tetap akan terasa kurang lengkap apabila keakuratan takaran volume dispenser diragukan atau terjadi ketidaksesuaian nilai harga produk.

Oleh karena itu, penyelarasan yang konsisten antara pengawasan takaran dispenser, kebijakan harga yang stabil, serta standarisasi mutu pelayanan pada setiap shift kerja merupakan kunci strategi operasional mutlak yang harus dipertahankan demi menjaga keberlangsungan usaha dan kepuasan pelanggan jangka panjang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 (PT Pilar Effendi Komited), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,220 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985 ($3{,}220 > 1{,}985$) dengan tingkat signifikansi 0,002 yang berada di bawah alpha 5% ($0{,}002 < 0{,}05$). Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga produk BBM dengan kualitas yang ditawarkan, keterjangkauan daya beli masyarakat, serta transparansi serta keakuratan takaran volume dispenser di SPBU Pertamina Narogong KM 7 dinilai rasional dan mampu memenuhi ekspektasi konsumen dengan baik.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,180 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985 ($8{,}180 > 1{,}985$) dengan tingkat signifikansi 0,000 ($0{,}000 < 0{,}05$). Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan juga terbukti lebih dominan (0,493) jika dibandingkan dengan variabel Harga (0,200). Hal ini membuktikan bahwa mutu pelayanan operasional di lapangan seperti kecepatan pelayanan petugas di ketiga *shift*, keramahan penerapan SOP "dimulai dari nol", serta kebersihan fasilitas fisik pendukung (toilet, musala, dan pengisian nitrogen)4merupakan faktor

pendorong utama (paling dominan) dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan, terutama kelompok pekerja aktif yang mendominasi profil responden di wilayah industri ini.

3. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan (bersama-sama). Hal ini dibuktikan melalui perolehan nilai F_{hitung} sebesar 119,560 yang jauh melampaui F_{tabel} sebesar 3,090 ($119{,}560 > 3{,}090$) dengan tingkat signifikansi 0,000 ($0{,}000 < 0{,}05$). Secara komprehensif, model regresi memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,705. Angka tersebut mengindikasikan bahwa kontribusi gabungan dari variabel Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan variasi atau perubahan tingkat Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7 sebesar 70,5%. Sementara sisa 29,5% lainnya diterangkan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti faktor lokasi yang strategis atau efektivitas promo digital (*loyalty reward* pada aplikasi).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis bagi Manajemen (PT Pilar Effendi Komited)

1. Mempertahankan Mutu Kualitas Pelayanan sebagai Faktor Dominan: Karena kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan pelanggan di SPBU ini, manajemen wajib mempertahankan dan memperketat pengawasan terhadap kepatuhan SOP pelayanan operasional di setiap pergantian *shift*. Pelatihan berkala (*refreshment training*) terkait aspek ramah, cepat, dan tanggap perlu terus diberikan kepada seluruh operator dispenser.
2. Optimalisasi Fasilitas Pendukung untuk Menekan Keluhan Antrean: Menilik bahwa antrean panjang merupakan keluhan umum pengguna SPBU, pengelola

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

disarankan untuk mengoptimalkan pengaturan jalur antrean pada jam-jam sibuk (*peak hours*) sore dan pagi hari, serta memastikan kebersihan fasilitas krusial seperti toilet, musala, dan area pengisian angin/nitrogen tetap higienis demi kenyamanan konsumen yang sedang menunggu.

3. Menjaga Konsistensi Transparansi Harga dan Keakuratan Takaran: Manajemen harus melakukan kalibrasi meteran dispenser secara berkala dan mandiri guna memastikan ketepatan takaran volume BBM yang diterima konsumen tetap terjaga. Konsistensi kesesuaian harga dan ketepatan jumlah ini krusial untuk melindungi kepercayaan (*trust*) pelanggan dari gempuran persaingan SPBU kompetitor swasta.

5.2.2 Saran Akademis bagi Peneliti Selanjutnya

1. Memperluas Variabel Penelitian: Mengingat nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini menyisakan 29,5% variasi yang dipengaruhi faktor lain, peneliti berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi dan menambahkan variabel-variabel independen baru yang relevan, seperti variabel Lokasi SPBU, Citra Merek (*Brand Image*), atau Efektivitas Program Promosi Digital (Aplikasi MyPertamina).
2. Memperluas Ruang Lingkup dan Karakteristik Responden: Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan area observasi yang lebih luas atau komparatif (misalnya membandingkan kepuasan antara pelanggan SPBU Pertamina dengan SPBU kompetitor swasta di wilayah penyangga ibukota) untuk memperoleh generalisasi hasil penelitian yang lebih komprehensif di bidang manajemen pemasaran jasa transportasi.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.

Aditya, W., Tegowati, Winata Martoatmodjo, G., Kalbuadi, A., Ismail, K., Idayati, F., Yanto Rukmana, A., Rini Metri Oktaviani, P., Mufrihah, M., Rohmah, M., Jane Onoyi, N., Mursid, A., Dian Irmayani, N. W., & Fatima, S. (2024). *Pengembangan Produk* (Vol. 2).

Ariyanto, A., Ghozali, Z., Ambarwati, R., Nelly, Revita, N., Firdaus, Sudirman, A., & Prastisila, M. (2024). *Manajemen Layanan Pelanggan*.

Azam Muflih, A., Mauluddiyah Zahrotul, L., Rukin, & Aisafitri, A. (2025). *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (Vol. 2).

Daga, D. R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*.

Dwi Nurhalizah, Z., & Syamruddin. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan. *Eri Novari1, Suhendi2, Azqi Nurhidayatul Ghifar3*, *5*(3), 3623383.

Fajariah, I. (2022). *STUDI KOMPARASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHELL DAN PERTAMINA DI KOTA TEBING TINGGI TAHUN 2022 (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tebing Tinggi)*. (Juni), 1358. http://repository.stie-binakarya.ac.id/id/eprint/26/.

Ghozali, I. (2021). Bab 2 Pengenalan Program Spss Aplikasi Statistik Deksriptif Dan Crosstabs. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.

Gumelar Yedi, A., Rianto, T., & Sobar, A. (2023). PENGARUH DIGITALISASI SPBU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Majalah Ilmiah Widyacakra*, *6*, 1313.

Halim, A., & Afkarina, D. (2024). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bahan Bakar Minyak Pertalite. *Jurnal GeoEkonomi*, *15*(1.2024), 1913200. https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.2024.480

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., FAtma Utami, E., Rahmatul Istiqomah, R., Asri Fardani, R., Juliana Sukmana, D., & Hikmatul Auliya, N. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Vol. 2).

Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Number 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Jaenudin. (2025). Pengaruh Penilaian Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Outletz Worldwide Indonesia. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, *8*(2), 4903497. https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1060

Juliany, E. (2021). *Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Rantauprapat (Studi Kasus SPBU PT. Kusuma Jaya Makmur 14.214.225)*. *2*, 1623173.

Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, *6*(2), 1423146. https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98

Kasman, A., & Dewi, A. S. (2024). Pengaruh Penilaian Produk, Harga dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Lazada Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, *2*(2), 1603173. https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1527

Lailatus Zuhro. (2025). Jurnal ilmiah manajemen dan akuntansi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, *1*, 1073115.

Maddinsyah, A., & Solihin, D. (2026). *KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA: KUNCI DI BALIKKEPUASAN PELANGGAN*. *16*, 1773186. https://doi.org/10.35968/m-pu

Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Noviyanti, I., Asmalah, L., & Oktarini, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Laulau Cafe Lebak Bulus. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, *2*(2), 1293141. https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79

Nurhusna, A., & Ernawati. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Forum Manajemen*, *20*(1), 1093118. https://doi.org/10.61938/fm.v20i1.468

Pahmi, D. (2024). *Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli masyarakat*.

Roren, Y., Tambunan, K., & Naser Daulay, A. (2025). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Spbu Tanjung Morawa. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, *14*, 146931483.

Sandra, M., Safitri, W., Osa, H., Nurhalisah, S., Abdullah, M., Sandra, M., Safitri, W., Osa, H., Nurhalisah, S., & Abdullah, M. (2024). *Program Studi Manajemen , Universitas Nusa Mandiri Jakarta DOI : bakar minyak (BBM) di Indonesia . Sebagai Indonesia . Jaringan SPBU Pertamina menjadi masyarakat akan bahan bakar kendaraan bermotor (Azizah , 2024). Melihat kompetisi yang lebih persona*. *6*, 4403449.

Sitorus, M., Susilawati, W., & Alamanda, T. (2026). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN DIVERSIFIKASI BISNIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI PENGALAMAN PELANGGAN DENGAN TRUST SEBAGAI MODERASI PADA SPBU*. *15*, 257832589. https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i2.2208

Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.

Sulistyorini, R. I., & Gunaningrat, R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo. *Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek*, *1*(4), 1283135.

Syafrida Hafni, S. (2022). *Buku Ajar, Metodologi Penelitian*.

Wijaya, G. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Green Nitrogen di Spbu Pertamina. *Jurnal Syntax Admiration*, *6*(2), 126431278. https://doi.org/10.46799/jsa.v6i2.2143

Yunita Alifia, & Siti Mabrur Rachmah. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Shell di DKI Jakarta. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *5*(3), 9013913. https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2609

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

NIM	24220077
Nama Lengkap	: Hamida Osa
Tempat, dan tanggal lahir	: Jakarta, 18 September 2001
Alamat Lengkap	: The Icon Residence 2, Jl. Mufakat, Pd Ranggon, Kec. Cipayung, Jakarta Timur, 13860.

II. Pendidikan

a. Formal

1. SDN Jatinergara Kaum 04 Petang
2. SMP N 158 Jakarta Timur
3. SMK N 44 Jakarta Pusat

b. Tidak Formal

1. Mengikuti Sertifikat Digita Marketing LSP-BNSP Januari 2026

III. Riwayat Pengalaman Berorganisasi / Pekerjaan

1. Praktik Kerja Lapangan
   PT ASDP Indonesia Ferry (3 bulan) 2018
2. PT Hirra Jaya, Office Administrator 2020 - 2025
3. PT Pilar Effendi Komited, Office Administrator 2025 - Sekarang



Jakarta, 9 Juli 2026

Hamida Osa

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI	LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI
	UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

NIM : 24220077
Nama Lengkap : Hamida Osa
Dosen Pembimbing : Bryan Givan, S.E., M.M
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7.

No	Tgl Bimbingan	Pokok Pembahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1	4 Mei 2026	Pengajuan judul penelitian	
2	9 Mei 2026	Revisi pengajuan judul penelitian	
3	11 Mei 2026	Pembahasan bab 1, pendahuluan	
4	1 Juni 2026	Pembahasan bab 2, tinjauan pustaka dan landasan teori	
5	22 Juni 2026	Pembahasan bab 3, hasil dan pembahasan	
6	25 Juni 2026	Revisi bab 3, penyebaran kuesioner, dan olah data melalui spss	
7	30 Juni 2026	Pembahasan bab 4, hasil dan pembahasan, output spss	
8	15 Juli 2026	Pemeriksaan akhir keseluruhan skripsi, abstrak, daftar pustaka, format penulisan, surat persetujuan mengikuti sidang skripsi	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
Bimbingan Tugas Akhir

- Dimulai pada tanggal : 6 April 2026
- Diakhiri pada tanggal : 31 Juli 2026
- Jumlah pertemuan bimbingan : 12 Pertemuan

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

(Bryan Givan, S.E., M.M)

SURAT PERNYATAAN

MENTOR PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Fauzi Ridwan
Jabatan	: Manajer Operasional
Instansi	: PT Pilar Effendi Komited

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: Hamida Osa
NIM/NIS	: 24220077
Instansi Pendidikan	: Universitas Nusa Mandiri
Program Studi	: Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Adalah benar telah melaksanakan kegiatan Magang / Riset di **PT Pilar Effendi Komited** terhitung sejak tanggal **April 2026** sampai dengan **Agustus 2026.**

Selama periode tersebut, yang bersangkutan telah melaksanakan tugas-tugas di bawah bimbingan saya, yang meliputi:

1. Mempelajari sistem administrasi dan operasional SPBU.
2. Melakukan pengawasan dan pencatatan data pada sistem *Point of Sale* (POS).
3. Menganalisis laporan harian dan manajemen stok (30 ton/hari).
4. Membantu proses rekonsiliasi data *losses* dan administrasi kantor.

Selama kegiatan magang berlangsung, yang bersangkutan menunjukkan integritas, kedisiplinan, dan kemauan belajar yang sangat baik dalam memahami alur bisnis retail migas. Surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagai kelengkapan laporan magang dan keperluan administratif lainnya.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 2 Agustus 2026

SPBU 34 - 17113
BEKASI
Jl. Raya Narogong Km.7

Fauzi Ridwan

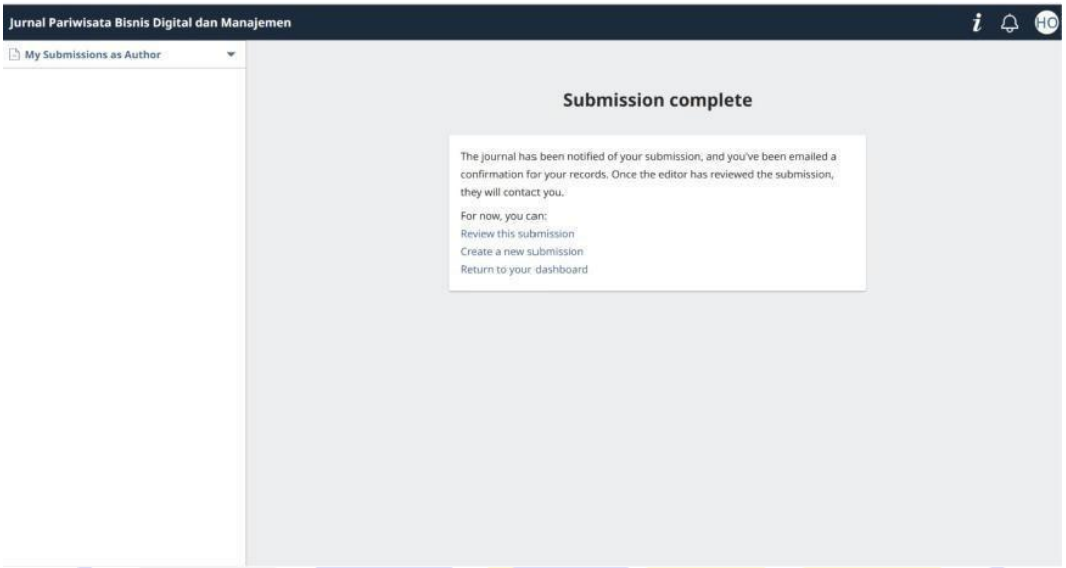
Manajer Operasional

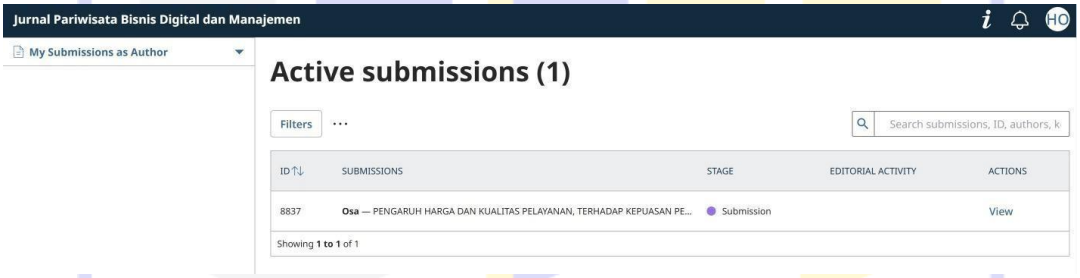
LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran A. Bukti Submit / Publish Artikel Ilmiah Jasdim

Link Submit :
https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jasdim/dashboard/mySubmissions?currentViewId=active&workflowSubmissionId=8837&workflowMenuKey=workflow_1

Tempat Upload :
JASDIM (Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen) Universitas Nusa Mandiri





UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

Lampiran B. Lembar Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Pelanggan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya **Hamida Osa**, mahasiswi Program Studi Manajemen yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

"Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7"

Sehubungan dengan penelitian tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini. Oleh karena itu, saya mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan pengalaman dan kondisi yang sebenarnya.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Hamida Osa

Mahasiswi Program Studi Manajemen

Universitas Nusa Mandiri

Identitas Responden

Nama Lengkap : &.

Jenis Kelamin

- Laki laki
- Perempuan

Usia

- < 20 tahun
- 21 3 30 tahun
- 31 3 40 tahun
- > 50 tahun

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Pekerjaan

- Pelajar / Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Wiraswasta
- PNS / TNI / POLRI

Frekuensi pengisian BBM di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM7.

- 1 3 2 kali per minggu
- 3 3 4 kali per minggu
- > 4 kali per minggu

Jenis Kendaraan

- Sepeda Motor
- Mobil Pribadi
- Kendaraan niaga / pick up
- Yang lain : &

Kuesioner ini terdiri dari 3 bagian yaitu Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Pada setiap bagian terdiri dari beberapa pertanyaan.

Petunjuk skala pengisian kuesioner

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

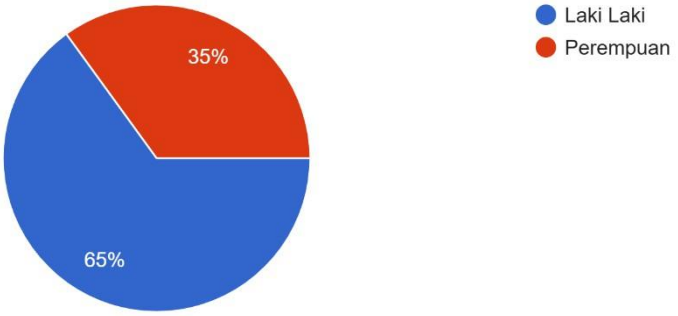
4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

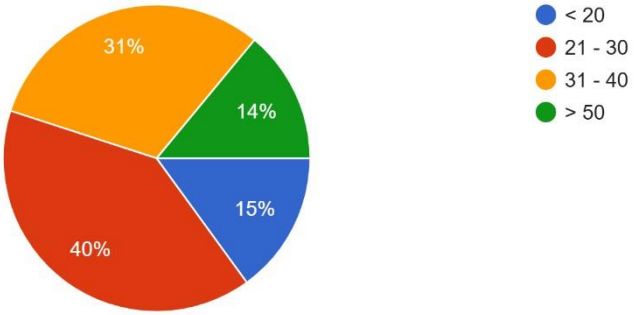
Jenis Kelamin

100 jawaban



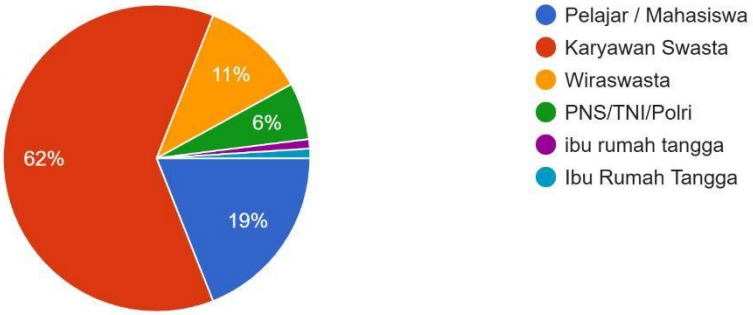
Usia

100 jawaban



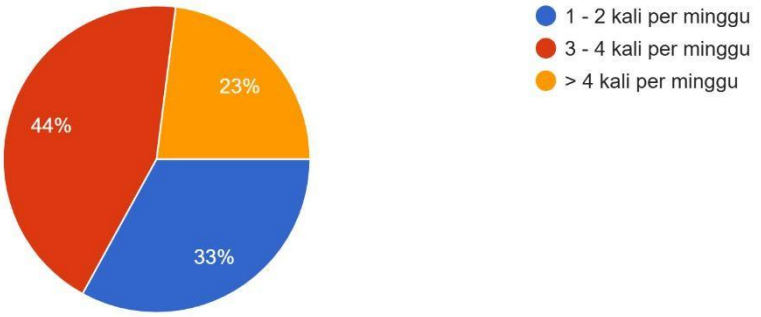
Pekerjaan

100 jawaban



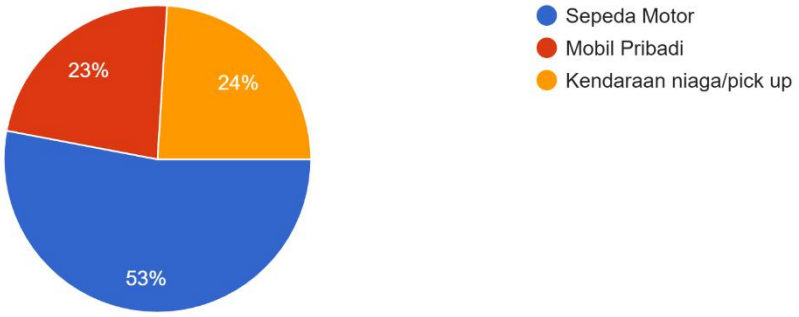
Frekuensi mengisi BBM di SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7

100 jawaban



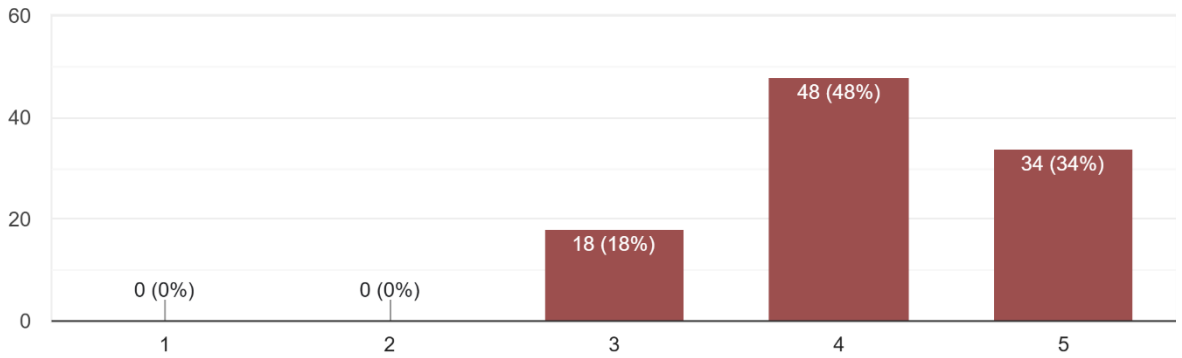
Jenis Kendaraan

100 jawaban



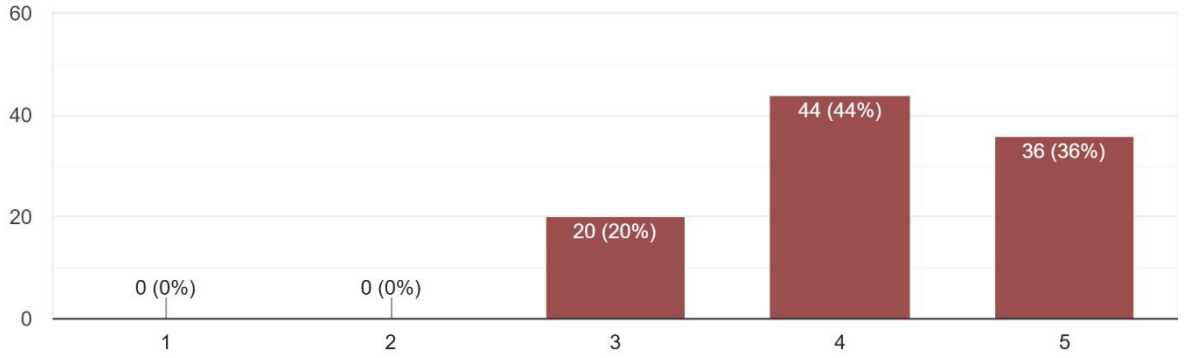
Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan saya.

100 jawaban



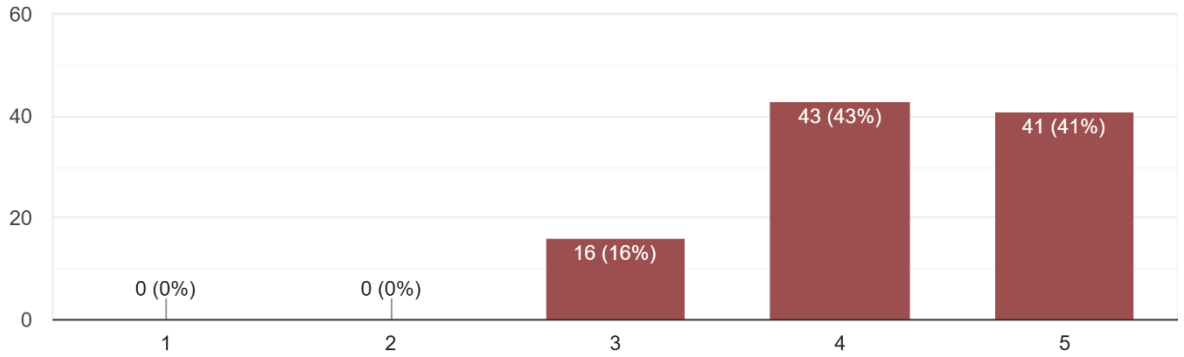
Biaya yang saya keluarkan untuk membeli BBM masih dapat dijangkau.

100 jawaban



Harga BBM sebanding dengan kualitas yang saya rasakan.

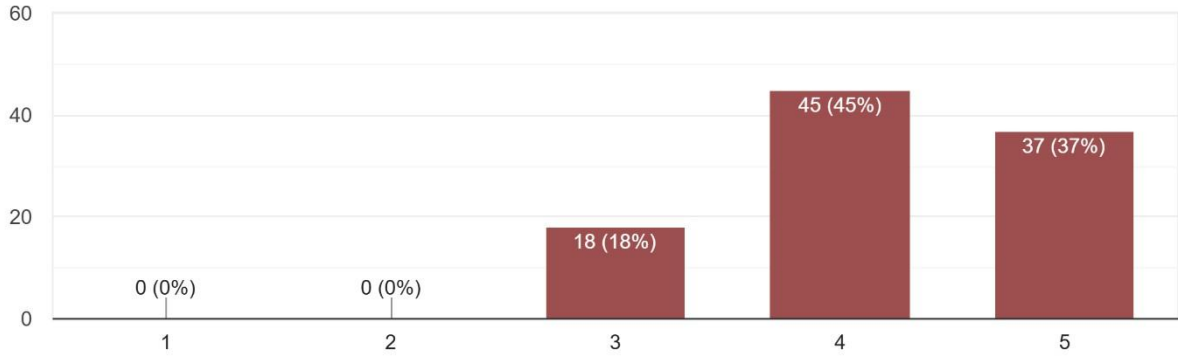
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

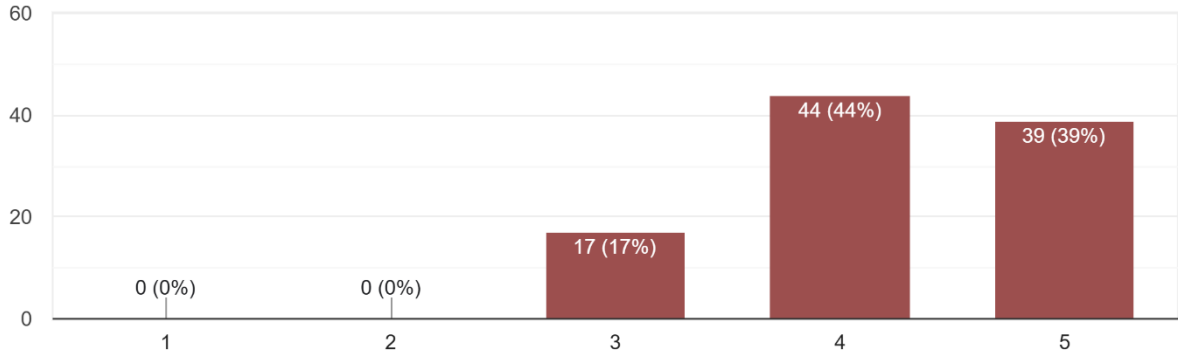
Kinerja BBM yang saya gunakan sesuai dengan biaya yang dibayarkan.

100 jawaban



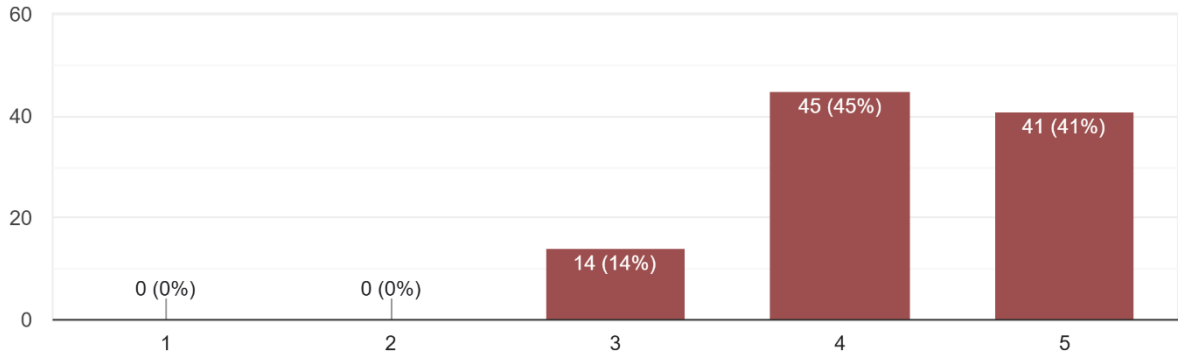
Manfaat yang saya peroleh sepadan dengan harga yang dibayar.

100 jawaban



Harga BBM memberikan nilai yang sesuai bagi saya.

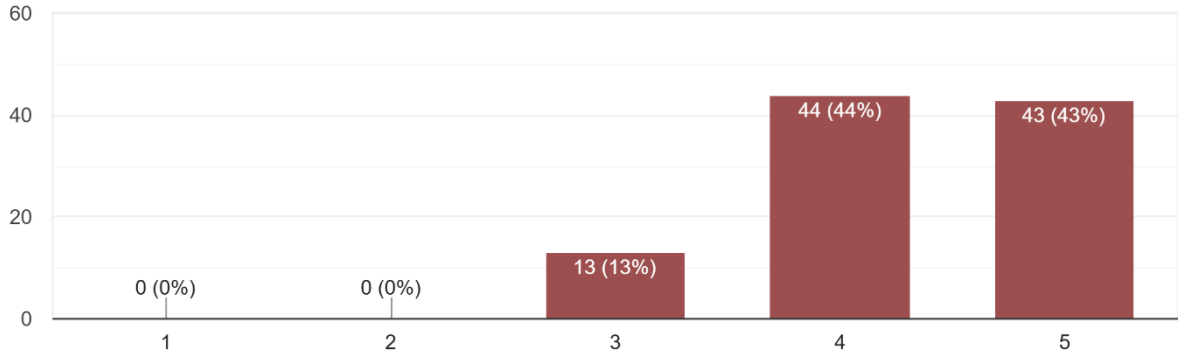
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

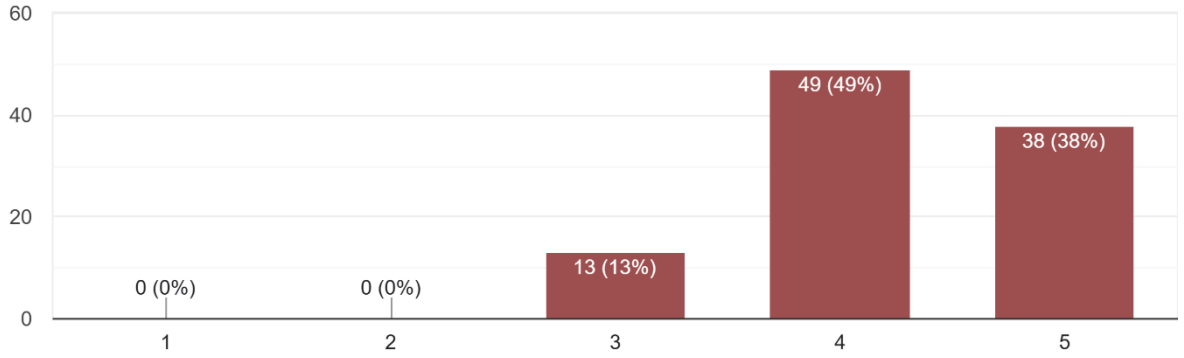
Harga BBM di SPBU ini mampu bersaing dengan SPBU lain.

100 jawaban



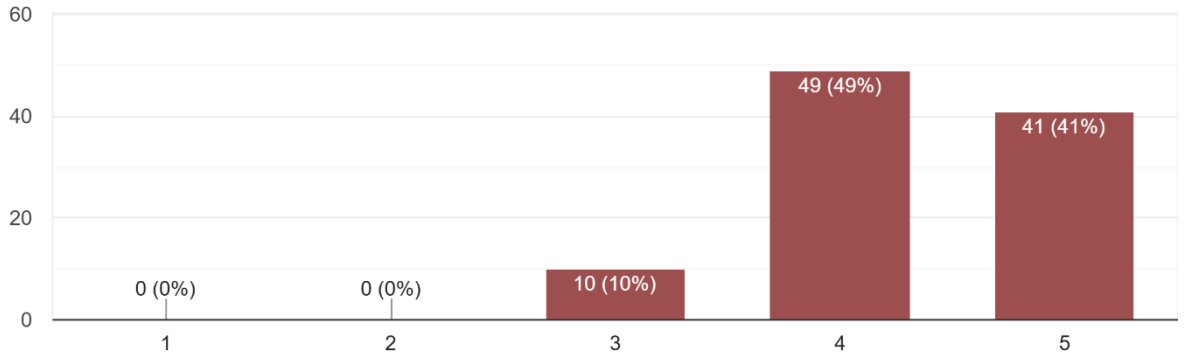
Tarif yang ditetapkan relatif kompetitif dibanding pesaing.

100 jawaban



Area SPBU terlihat bersih dan terawat.

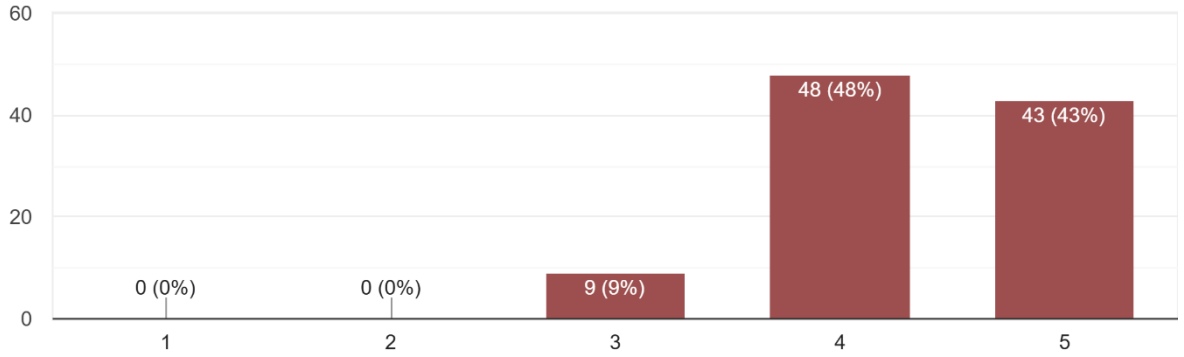
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

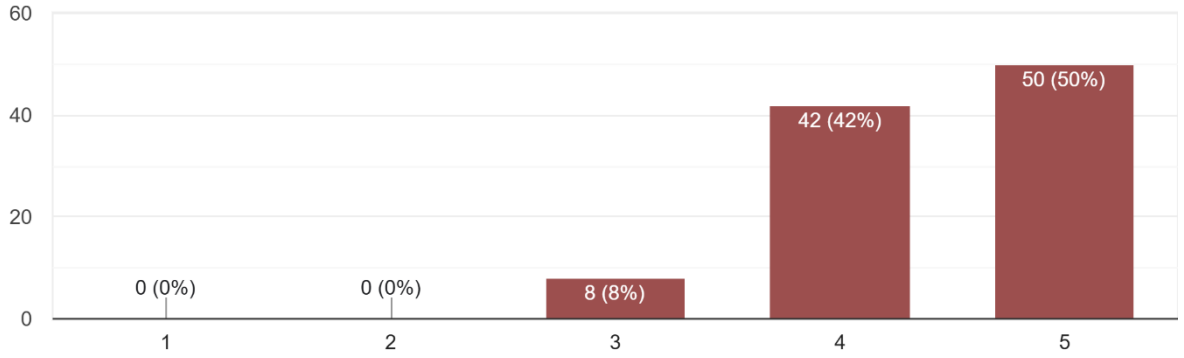
Fasilitas pendukung tersedia dalam kondisi baik.

100 jawaban



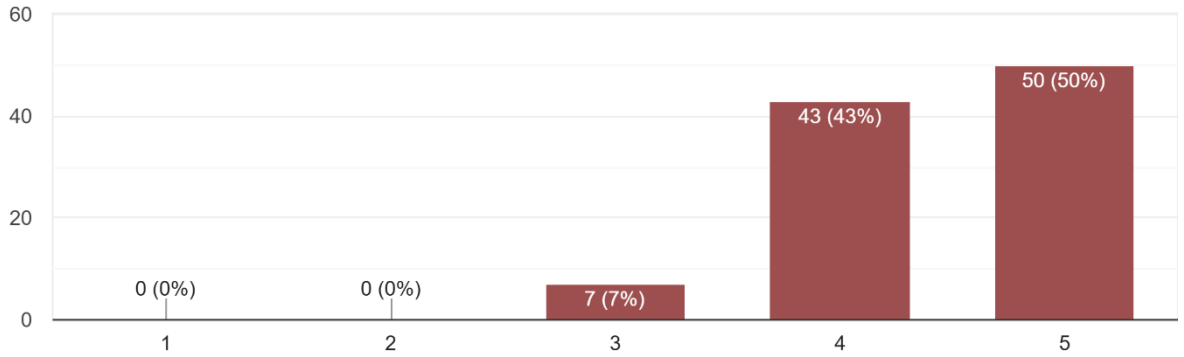
Petugas memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur.

100 jawaban



Takaran BBM yang diberikan sesuai dengan jumlah pembelian.

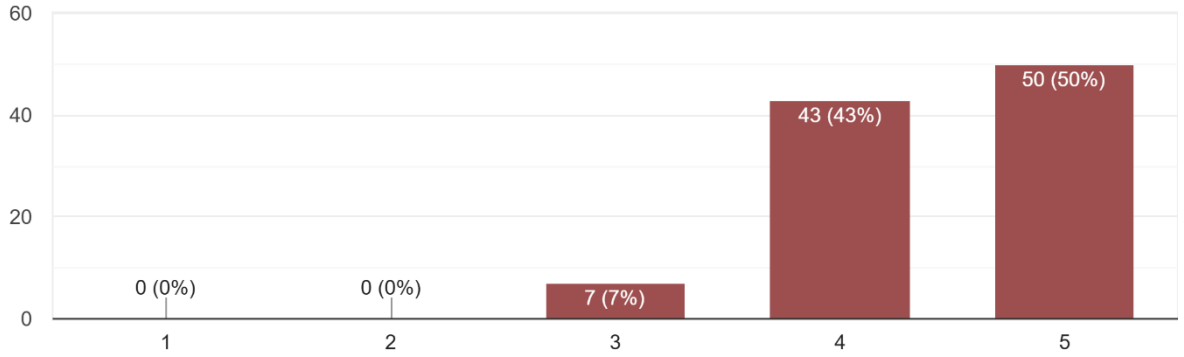
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

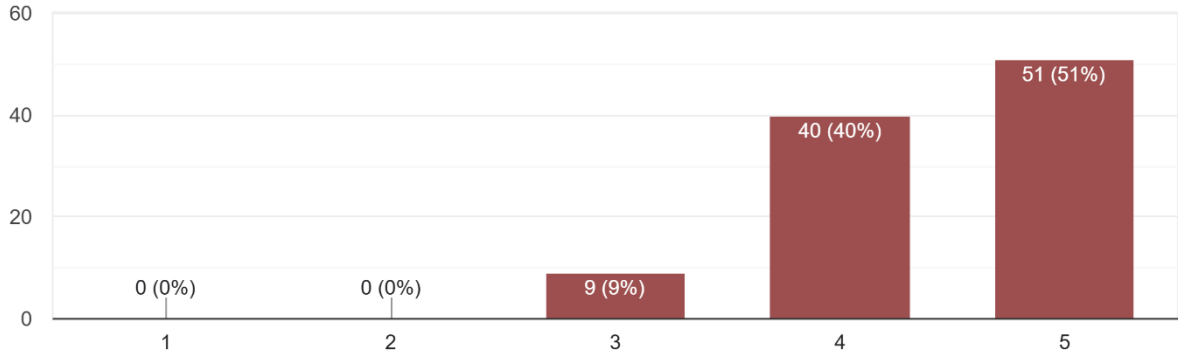
Petugas melayanin pelanggan dengan cepat dan sigap.

100 jawaban



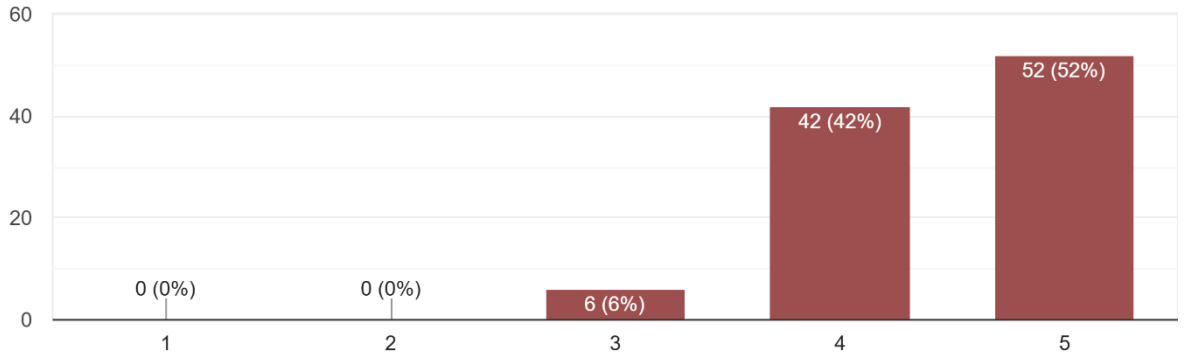
Petugas segera membantu ketika pelanggan membutuhkan bantuan.

100 jawaban



Petugas menunjukan sikap sopan saat melayani.

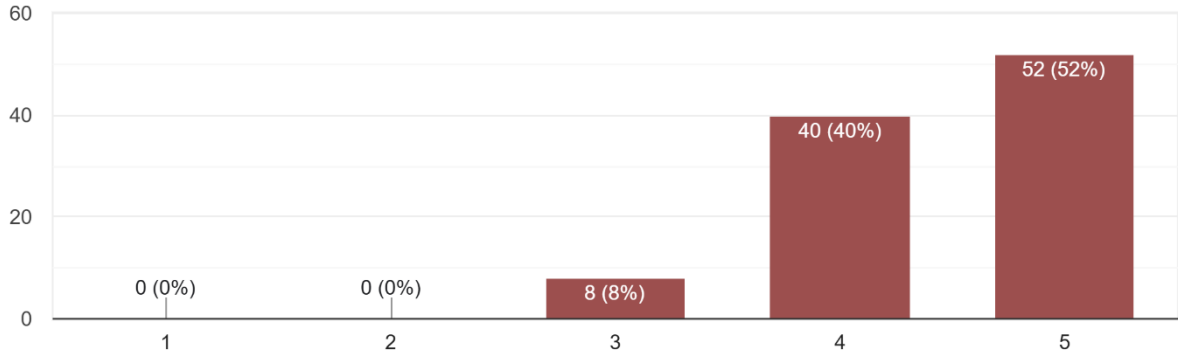
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

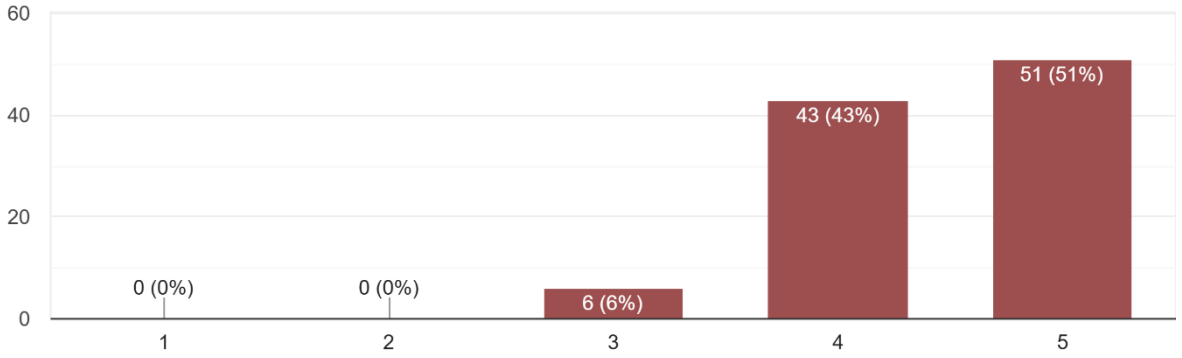
Saya merasa aman ketika melakukan transaksi di SPBU ini.

100 jawaban



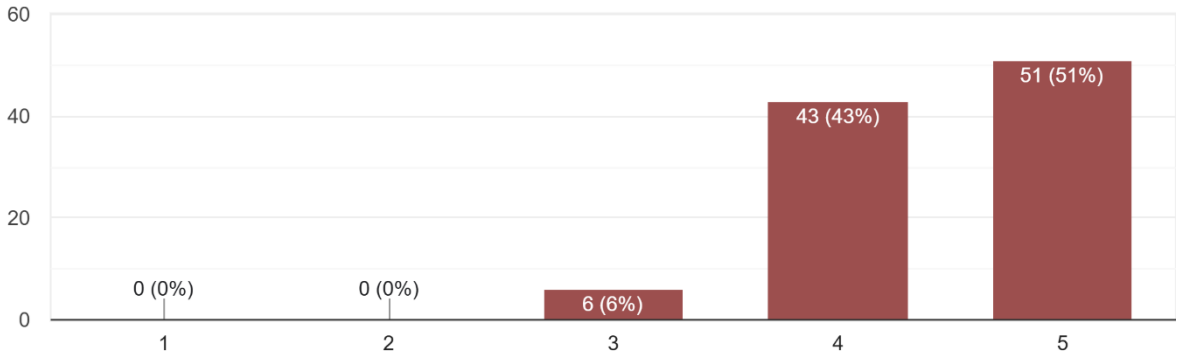
Petugas memberikan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.

100 jawaban



Petugas melayani pelanggan tanpa membedakan status atau latar belakang.

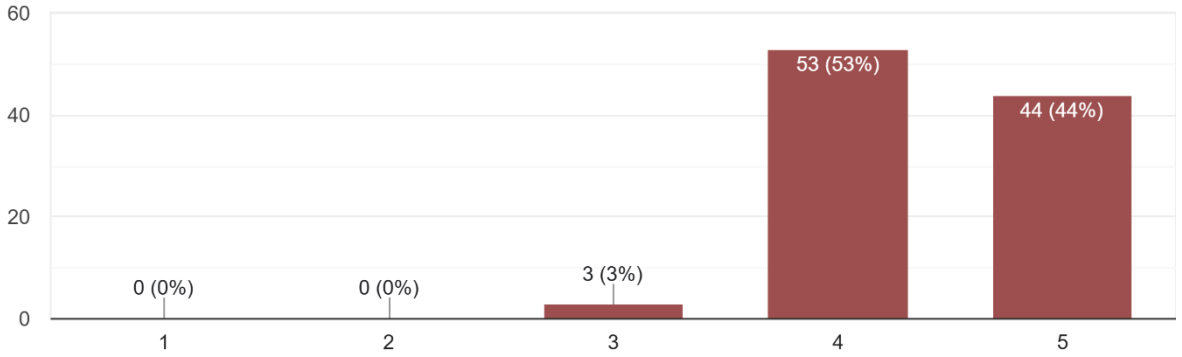
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

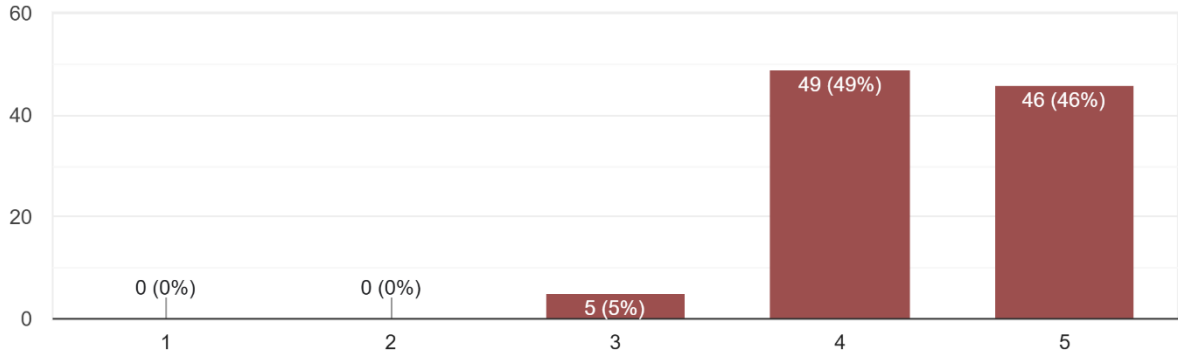
Pelayanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya.

100 jawaban



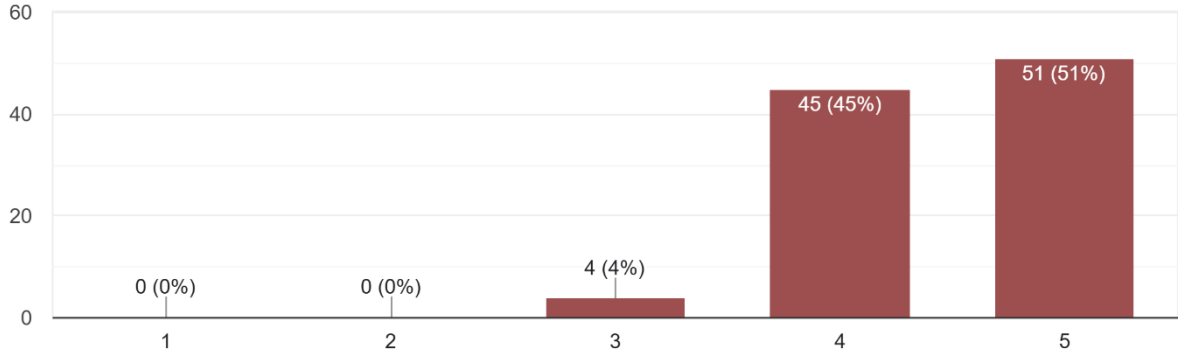
Pengalaman bertransaksi di SPBU ini memenuhi ekspetasi saya.

100 jawaban



Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh SPBU ini.

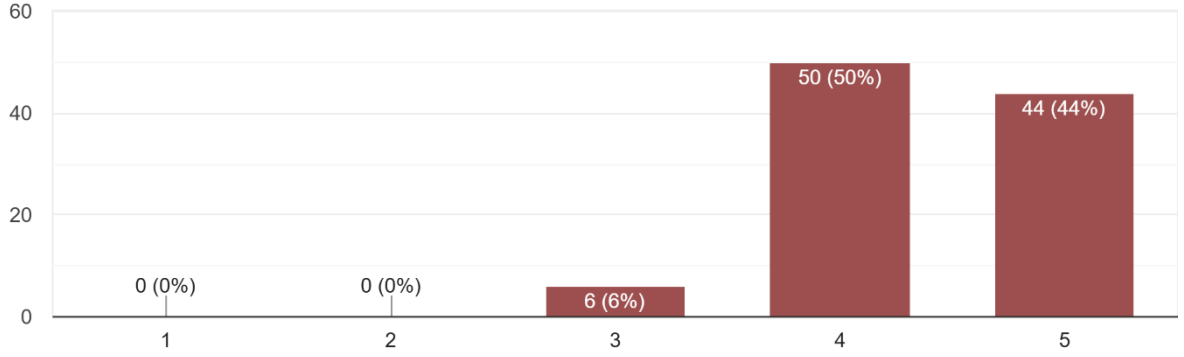
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

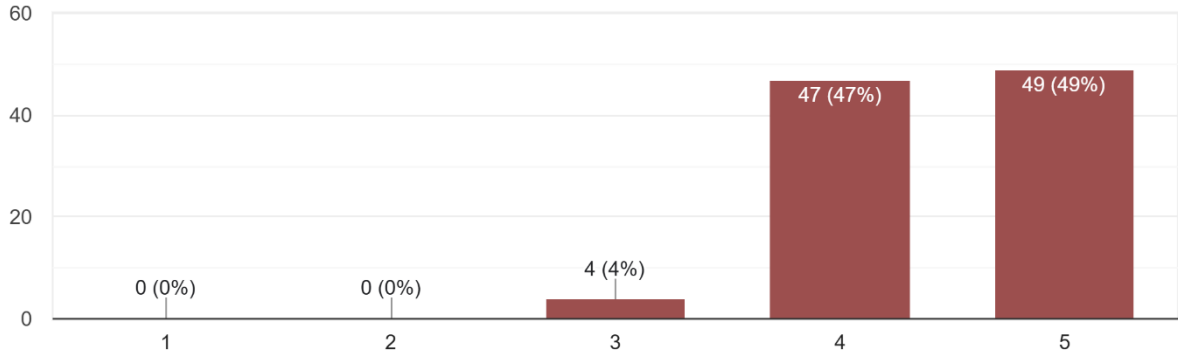
Secara keseluruhan, pengalaman saya di SPBU ini menyenangkan.

100 jawaban



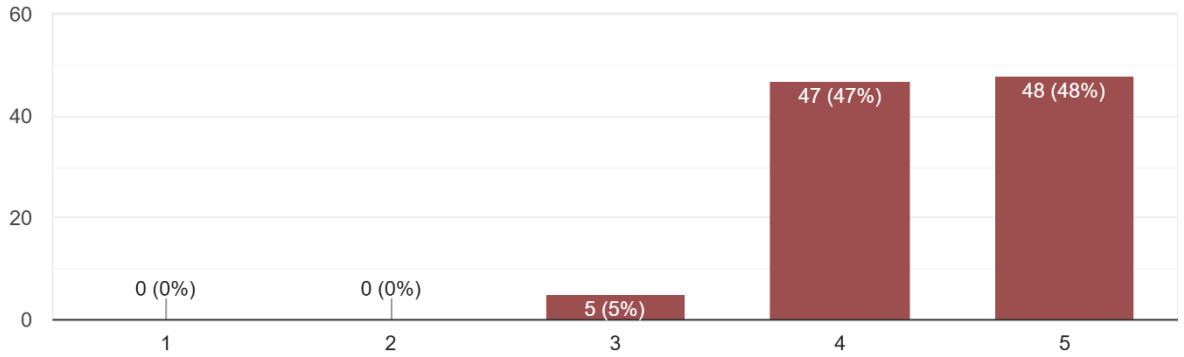
Saya berniat kembali membeli BBM di SPBU ini.

100 jawaban



SPBU ini menjadi pilihan saya untuk pembelian BBM berikutnya.

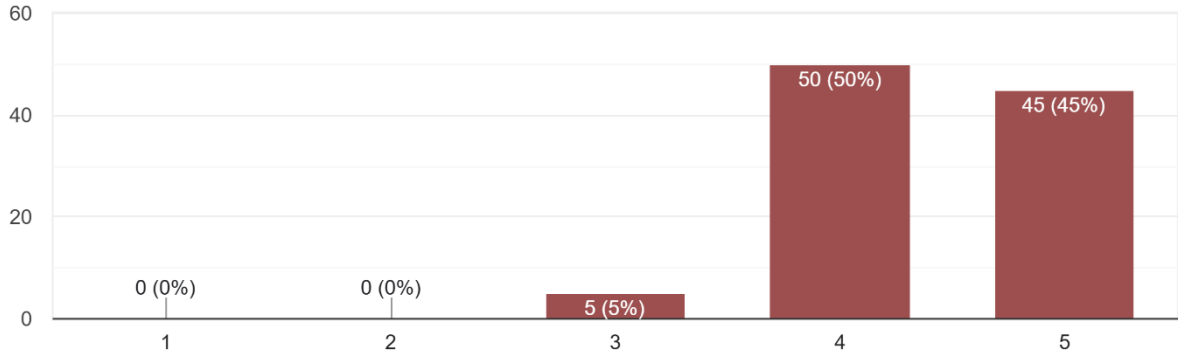
100 jawaban



I NUSA MANDIRI I

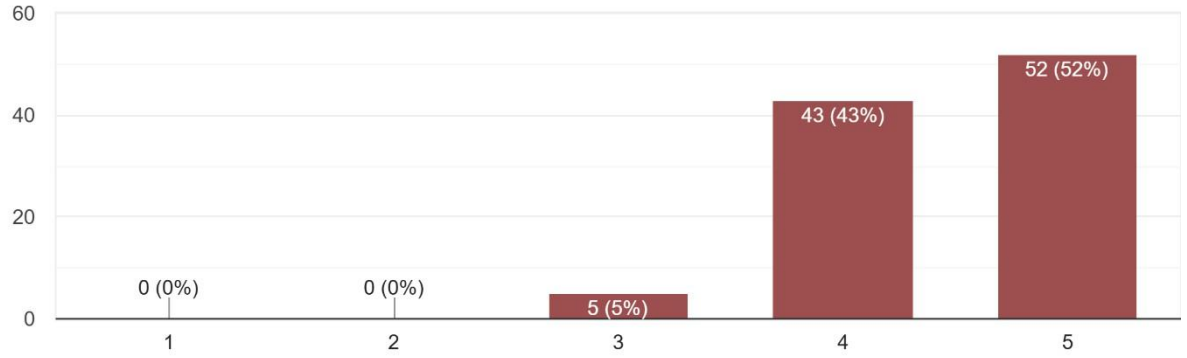
Saya merekomendasikan SPBU ini kepada orang lain.

100 jawaban



Saya akan menceritakan pengalaman positif saya kepada keluarga atau teman.

100 jawaban



Variabel		Kuesioner	1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Netral	4 Setuju	5 Sangat Setuju
Harga	X1.1	Harga BBM terjangkau bagi saya					
	X1.2	Harga BBM yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan saya.					

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

	X1.3	Harga BBM yang saya bayar sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberika					
	X1.4	Kualitas pelayanan yang saya terima sebanding dengan harga yang dibayarkan.					
	X1.5	Harga BBM di SPBU ini mampu bersaing dengan SPBU lain.					
	X1.6	Harga BBM di SPBU ini tidak lebih mahal dibandingkan SPBU lain yang sejenis.					
	X1.7	Harga BBM yang saya bayar sesuai dengan manfaat yang saya peroleh.					
	X1.8	Manfaat yang saya rasakan dari pelayanan SPBU sesuai dengan harga yang dibayarkan.					
Kualitas Pelayanan	X2.1	Lingkungan SPBU terlihat bersih dan terawat setiap kali saya berkunjung					
	X2.2	Sarana dan fasilitas yang tersedian di SPBU mendukung kenyamanan pelanggan					
	X2.3	Petugas melayani transaksi pengisian BBM dengan benar.					
	X2.4	Saya percaya bahwa jumlah BBM yang diterima sesuai dengan yang saya bayar.					
	X2.5	Petugas segera melayani saat kendaraan saya memasuki area pengisian.					
	X2.6	Petugas cepat memberikan bantuan ketika pelanggan membutuhkan informasi.					

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

	X2.7	Saya merasa yakin terhadap kemampuan petugas dalam menjalankan tugasnya.					
	X2.8	Petugas memberikan rasa aman selama proses transaksi berlangsung.					
	X2.9	Petugas memperlakukan seluruh pelanggan dengan baik.					
	X2.10	Petugas menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan.					
Kepuasan Pelanggan	Y1	Pengalaman saya saat membeli BBM di SPBU ini sesuai dengan yang saya harapkan.					
	Y2	Kualitas pelayanan yang saya terima memenuhi harapan saya sebagai pelanggan.					
	Y3	Saya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh SPBU ini.					
	Y4	Secara keseluruhan saya puas terhadap pelayanan SPBU Pertamina Bekasi Narogong KM 7.					
	Y5	Saya akan kembali menggunakan layanan SPBU ini pada kesempatan berikutnya.					
	Y6	Saya lebih memilih SPBU ini dibandingkan SPBU lain yang berada di sekitar lokasi.					
	Y7	Saya tidak ragu menyarankan SPBU ini kepada orang lain.					
	Y8	Saya bersedia memberikan rekomendasi positif mengenai SPBU ini kepada teman atau keluarga.					

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Lampiran C. Olah Data Melalui SPSS

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	100	24	40	33,79	5,267
Kualitas Pelayanan	100	30	50	44,25	5,435
Kepuasan Pelanggan	100	24	40	35,49	4,167
Valid N (listwise)	100				

1. Karakteristik Responden

Statistics

		Jenis_Kelamin	Usia	Pekerjaan	Frekuensi	Kendaraan
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

a. Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	64	64,0	64,0	64,0
	Perempuan	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

b. Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20	15	15,0	15,0	15,0
	> 50	13	13,0	13,0	28,0
	21 - 30	41	41,0	41,0	69,0
	31 - 40	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

c. Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ibu rumah tangga	1	1,0	1,0	1,0
	Ibu Rumah Tangga	1	1,0	1,0	2,0
	Karyawan Swasta	62	62,0	62,0	64,0
	Pelajar / Mahasiswa	19	19,0	19,0	83,0
	PNS/TNI/Polri	6	6,0	6,0	89,0
	Wiraswasta	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

d. Frekuensi pengisian dalam seminggu

Frekuensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 4 kali per minggu	22	22,0	22,0	22,0
	1 - 2 kali per minggu	34	34,0	34,0	56,0
	3 - 4 kali per minggu	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

e. Jenis Kendaraan

Kendaraan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kendaraan niaga/pick up	22	22,0	22,0	22,0
	Mobil Pribadi	23	23,0	23,0	45,0
	Sepeda Motor	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

2. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

X1 harga

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	,870***	,806***	,780***	,781***	,745***	,750***	,714***	,884***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	,870***	1	,869***	,822***	,808***	,775***	,801***	,746***	,918***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	,806***	,869***	1	,886***	,888***	,825***	,765***	,700***	,925***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	,780***	,822***	,886***	1	,919***	,869***	,799***	,747***	,937***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	,781***	,808***	,888***	,919***	1	,887***	,811***	,761***	,940***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_6	Pearson Correlation	,745***	,775***	,825***	,869***	,887***	1	,858***	,814***	,927***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_7	Pearson Correlation	,750***	,801***	,765***	,799***	,811***	,858***	1	,813***	,902***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_8	Pearson Correlation	,714***	,746***	,700***	,747***	,761***	,814***	,813***	1	,860***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,884***	,918***	,925***	,937***	,940***	,927***	,902***	,860***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

***. Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).

X2 kualitas pelayanan

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	TOTAL
X2_1	Pearson Correlation	1	,833***	,732***	,642***	,684***	,594***	,651***	,567***	,643***	,616***	,805***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	,833***	1	,822***	,665***	,681***	,688***	,647***	,638***	,665***	,613***	,840***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	,732***	,822***	1	,684***	,749***	,778***	,786***	,655***	,731***	,681***	,881***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	,642***	,665***	,684***	1	,854***	,756***	,756***	,723***	,694***	,778***	,869***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	,684***	,681***	,749***	,854***	1	,798***	,776***	,691***	,662***	,771***	,883***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	,594***	,688***	,778***	,756***	,798***	1	,809***	,825***	,752***	,832***	,902***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	,651***	,647***	,786***	,756***	,776***	,809***	1	,802***	,778***	,805***	,899***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	,567***	,638***	,655***	,723***	,691***	,825***	,802***	1	,798***	,798***	,862***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_9	Pearson Correlation	,643***	,665***	,731***	,694***	,662***	,752***	,778***	,798***	1	,742***	,858***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_10	Pearson Correlation	,616***	,613***	,681***	,778***	,771***	,832***	,805***	,798***	,742***	1	,877***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,805***	,840***	,881***	,869***	,883***	,902***	,899***	,862***	,858***	,877***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

***. Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).

Y kepuasan pelanggan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,846***	,848***	,745***	,658***	,679***	,676***	,674***	,856***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,846***	1	,886***	,786***	,767***	,725***	,752***	,749***	,911***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,848***	,886***	1	,793***	,787***	,809***	,751***	,706***	,921***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,745***	,786***	,793***	1	,764***	,806***	,745***	,663***	,883***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,658***	,767***	,787***	,764***	1	,839***	,840***	,795***	,904***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,679***	,725***	,809***	,806***	,839***	1	,827***	,702***	,895***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,676***	,752***	,751***	,745***	,840***	,827***	1	,877***	,907***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,674***	,749***	,706***	,663***	,795***	,702***	,877***	1	,864***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,856***	,911***	,921***	,883***	,904***	,895***	,907***	,864***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

***. Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

X1 harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	8

X2 kualitas pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	10

Y kepuasan pelanggan

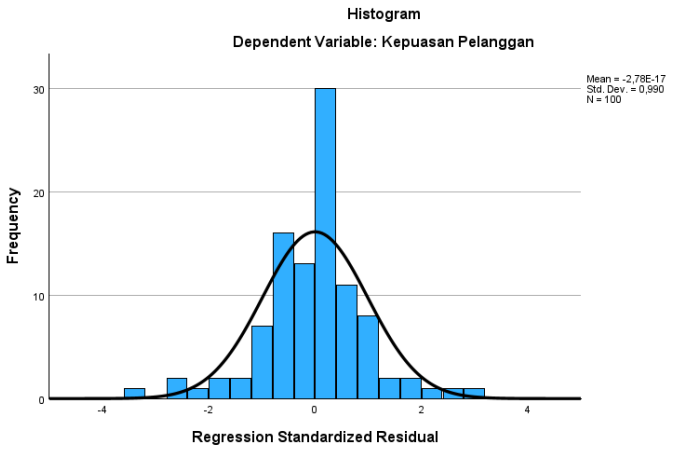
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	8

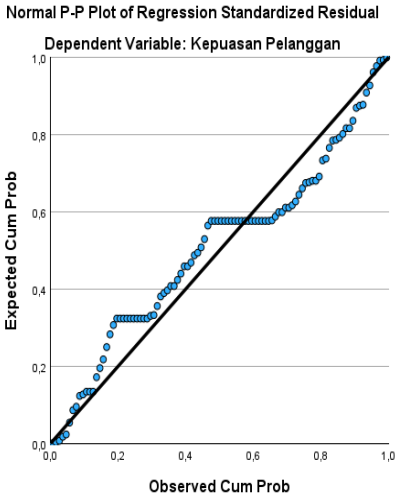
3. Uji Asumsi Klasik

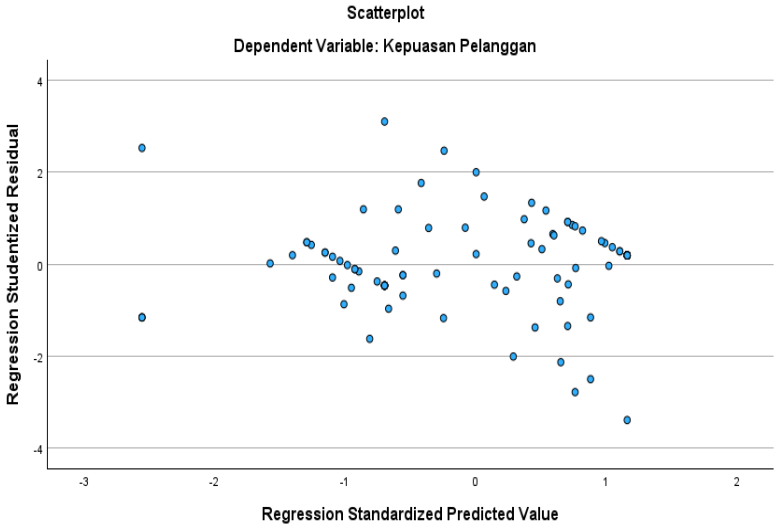
1. Uji Normalitas

Histogram



P-plot


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob
0,0
0,2
0,4
0,6
0,8
1,0


Scatterplot
Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Regression Studentized Residual
Regression Standardized Predicted Value
4
2
0
-2
-4
-3
-2
-1
0
1
2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,23850350
Most Extreme Differences	Absolute		,132
	Positive		,108
	Negative		-,132
Test Statistic			,132
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			<,001
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		<,001
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,000
		Upper Bound	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

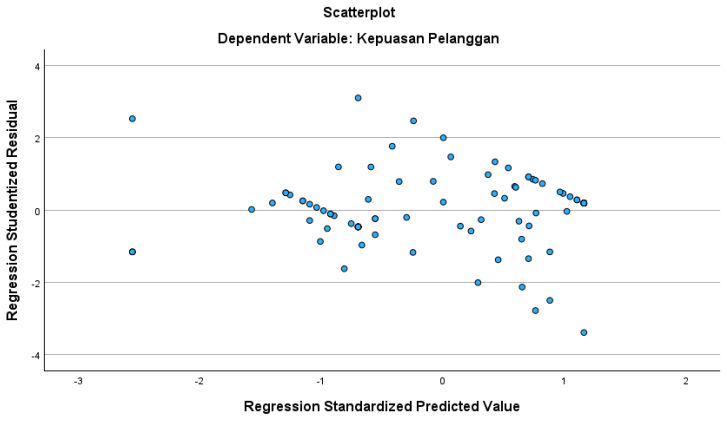
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,919	1,873		3,694	<,001		
	Harga	,200	,062	,253	3,220	,002	,482	2,075
	Kualitas Pelayanan	,493	,060	,643	8,180	<,001	,482	2,075

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. Uji Heteroskedastisitas



5. Uji Koefisien Korelasi person

a) Harga terhadap kepuasan pelanggan

Correlations

		Harga	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	,716**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,716**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,825**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843[a]	,711	,705	2,26146

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

7. Uji Persamaan Regresi

1. Analisis Regrensi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,919	1,873		3,694	,000
	Harga	,200	,062	,253	3,220	,002
	Kualitas Pelayanan	,493	,060	,643	8,180	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

2. Uji Parsial t

Coefficients[a]

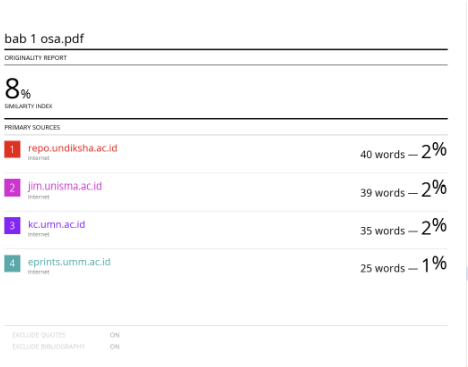
Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,919	1,873		3,694	,000
	Harga	,200	,062	,253	3,220	,002
	Kualitas Pelayanan	,493	,060	,643	8,180	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIATISME

a. Bab 1



bab 1 osa.pdf

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

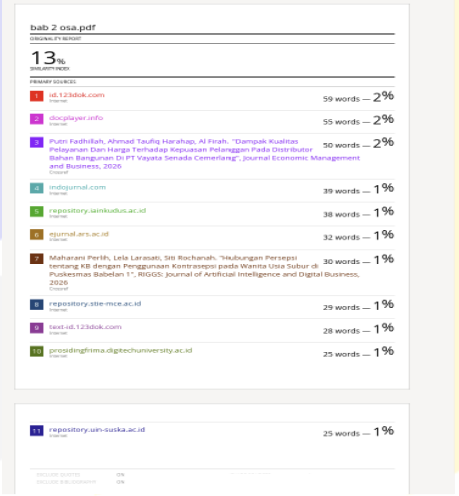
PRIMARY SOURCES

1	repo.undiksha.ac.id	40 words — 2%
2	jim.unisma.ac.id	39 words — 2%
3	kc.umn.ac.id	35 words — 2%
4	eprints.umm.ac.id	25 words — 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

b. Bab 2



bab 2 osa.pdf

13%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	id.123dok.com	59 words — 2%
2	docplayer.info	55 words — 2%
3	Putri Fadhillah, Ahmad Taufiq Harahap, Al Firah. "Dampak Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Distributor Bahan Bangunan Di PT Vayata Senada Cemerlang", Journal Economic Management and Business, 2026	50 words — 2%
4	indojurnal.com	39 words — 1%
5	repository.iainkudus.ac.id	38 words — 1%
6	ejurnal.ars.ac.id	32 words — 1%
7	Maharani Perlih, Lela Larasati, Siti Rochanah. "Hubungan Persepsi tentang KB dengan Penggunaan Kontrasepsi pada Wanita Usia Subur di Puskesmas Babelan 1", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026	30 words — 1%
8	repository.stie-mce.ac.id	29 words — 1%
9	text-id.123dok.com	28 words — 1%
10	prosidingfirma.digitechuniversity.ac.id	25 words — 1%
11	repository.uin-suska.ac.id	25 words — 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

c. Bab 3



bab 3 osa.pdf

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

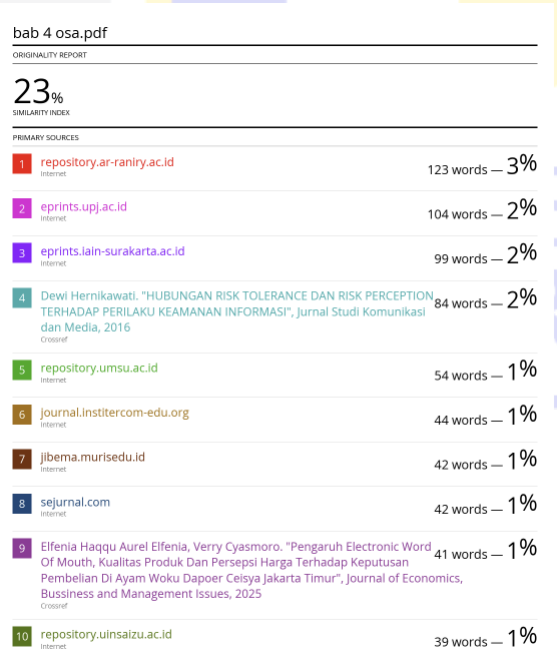
PRIMARY SOURCES

1	repository.umsu.ac.id	158 words — 1%
2	diglib.uinkhas.ac.id	148 words — 1%
3	repository.uinsaizu.ac.id	125 words — 1%
4	repository.uin-suska.ac.id	114 words — 1%
5	journal.uvers.ac.id	85 words — 1%
6	Maria Helni Zega, Ahmad Karim, Ainur Rizki. "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Melalui Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Mediasi Pada Balai Prasarana Permukiman Wilayah Sumatera Utara", Journal of Innovative and Creativity (Joecy), 2026	52 words — 1%
7	jurnal.ulb.ac.id	50 words — 1%
8	ejournal.indo-intellectual.id	44 words — 1%
9	aksiologi.org	42 words — 1%
10	Annisa Albi Attahiriah, Acep Suherman, Ade Sudarma. "PENGARUH LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN", SIMAK, 2020	38 words — 1%
11	eprints.gentiaras.ac.id	38 words — 1%

UNIVERSITAS NUSA ... RI


12 eprints.upj.ac.id 34 words — 1%
13 123dok.com 33 words — 1%
14 ijler.umsida.ac.id 33 words — 1%
15 jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id 33 words — 1%
16 repo.darmajaya.ac.id 33 words — 1%
17 Sofan Mujahidin, Irwan Cahyadi, Febria Nurmelia Marliba, Maklah Makiah, Susilo Talidobel. "Peran Kompensasi Dan Keamanan Kerja Sebagai Faktor Penentu Kepuasan Kerja Karyawan Perhotelan (Studi Kasus Pada Jeva Klui Resort)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 32 words — 1%
18 ojs.indopublishing.or.id 31 words — 1%
19 repositori.unimma.ac.id 28 words — 1%
20 repository.ar-raniry.ac.id 27 words — 1%
21 repository.usni.ac.id 27 words — 1%
22 Ni Luh Pertamawati, Putu Putri Prawitasari. "Digitalisasi Administrasi Pajak: Pengaruh Taxpayer Account Management dan Billing Deposit terhadap Efektivitas Pelaporan, Dimoderasi Kompetensi TI", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 26 words — 1%
23 jurnal.wicida.ac.id 26 words — 1%
24 repository.eka-prasetya.ac.id 26 words — 1%
25 Febi Yuni Salzabilah, Sartika Somoy Tangdo' Sambeko, Arini Indah Nur Hafifa, Johanis Nifanngeljau. "Analisis Pengaruh Upah Minimum, Tingkat Pendidikan dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Terhadap Ketimpangan Pendapatan di Kabupaten Mimika", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025 25 words — <1%
26 skripsi.stkyakobus.ac.id 25 words — <1%

d. Bab 4


bab 4 osa.pdf
ORIGINALITY REPORT
23%
SIMILARITY INDEX
PRIMARY SOURCES
1 repository.ar-raniry.ac.id 123 words — 3%
2 eprints.upj.ac.id 104 words — 2%
3 eprints.iain-surakarta.ac.id 99 words — 2%
4 Dewi Hernikawati. "HUBUNGAN RISK TOLERANCE DAN RISK PERCEPTION TERHADAP PERILAKU KEAMANAN INFORMASI", Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 2016 84 words — 2%
5 repository.umsu.ac.id 54 words — 1%
6 journal.institercom-edu.org 44 words — 1%
7 jibema.murisedu.id 42 words — 1%
8 sejurnal.com 42 words — 1%
9 Elfenia Haqqu Aurel Elfenia, Verry Cyasmoro. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Ayam Woku Dapoer Ceisya Jakarta Timur", Journal of Economics, Bussiness and Management Issues, 2025 41 words — 1%
10 repository.uinsaizu.ac.id 39 words — 1%

11	Dewi Karlina, Sri Anik. "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Teknologi Blockchain Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	33 words — 1%
12	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	32 words — 1%
13	aksiologi.org Internet	30 words — 1%
14	ejournal.warunayama.org Internet	30 words — 1%
15	journal.ilmudata.co.id Internet	30 words — 1%
16	jurnal.uinsu.ac.id Internet	30 words — 1%
17	jurnal.ulb.ac.id Internet	30 words — 1%
18	jurnal.stieww.ac.id Internet	28 words — 1%
19	ojs.uph.edu Internet	27 words — 1%
20	eprints3.upgris.ac.id Internet	26 words — 1%
21	journal.uir.ac.id Internet	26 words — 1%
22	www.journal.unpas.ac.id Internet	26 words — 1%
23	repository.unhas.ac.id Internet	25 words — 1%

e. Bab 5

bab 5 osa.pdf

ORIGINALITY REPORT

4%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	Tantri Meilani, Agus Prio Utomo. "PENGARUH EMOTIONAL MARKETING DAN PRODUCT PERCEPTION TERHADAP BRAND AWARENESS PEMBELI ONLINE SHOP STUDI MAHASISWA FEBI IAIN KENDARI", Robust: Research of Business and Economics Studies, 2023 Crossref	26 words — 4%

EXCLUDE QUOTES ON
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI