



The Effect Of Tangibles And Responsiveness On Customer Satisfaction At Pertamina Gas Stations In Padang City

Pengaruh Tangibles Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina Di Kota Padang

Sri Yulia Putri^{1*}, Ash Shadiq Egim²

^{1,2}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbankan Indonesia, Padang

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 20-04-2024

Revised: 15-05-2024

Accepted: 29-05-2024

Keywords:

Customer Satisfaction;
Responsiveness;
Service Quality;
Tangible

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tangible and responsiveness on customer satisfaction at Pertamina gas stations in Padang City. Customer satisfaction is a crucial factor in determining the success of service companies, particularly in building loyalty and improving service quality. This study employed a quantitative approach with a survey method, distributing questionnaires to 100 respondents, consumers of Pertamina gas stations in Padang City. Incidental sampling was used as the sampling technique. The results indicate that tangible and responsiveness partially influence customer satisfaction. Furthermore, both variables simultaneously have a significant influence on customer satisfaction. These findings indicate that the quality of physical facilities and employee responsiveness in providing fast and accurate service are important factors in increasing customer satisfaction.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license



Corresponding Author:

Ash Shadiq Egim

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbankan Indonesia, Padang

Email: 2shadiq2@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberlangsungan dan keberhasilan suatu perusahaan, termasuk dalam sektor pelayanan publik seperti SPBU. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki (Kotler, 2016). Dengan demikian, kepuasan pelanggan mencerminkan evaluasi subjektif pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Kepuasan yang tinggi akan mendorong loyalitas, minat berkunjung kembali, serta kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Peran strategis SPBU sebagai penyedia energi yang mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Dalam praktiknya, keberhasilan SPBU tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan bahan bakar, tetapi juga oleh kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Namun, fenomena empiris di lapangan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina di Kota Padang masih belum optimal. Berdasarkan ulasan pelanggan, ditemukan berbagai permasalahan seperti pelayanan yang kurang ramah, antrean panjang akibat keterbatasan fasilitas, serta ketidaksesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan. Selain itu, rendahnya daya tanggap petugas dalam menangani keluhan pelanggan serta kurangnya profesionalisme dalam pelayanan juga menjadi isu yang sering muncul. Kondisi ini menunjukkan adanya gap antara ekspektasi pelanggan dengan kualitas layanan yang diberikan.

Dalam konteks tersebut, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, khususnya melalui dimensi *tangible* dan *responsiveness* sebagai variabel independen (X). *Tangible* (bukti fisik) merupakan dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi yang dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan (Pertiwi, 2021; Nasution, 2024). Aspek *tangible* yang baik akan memberikan kesan pertama yang positif dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan. Sementara itu, *responsiveness* (daya tanggap) didefinisikan sebagai kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat, tepat, dan tanggap terhadap kebutuhan maupun keluhan pelanggan (Pertiwi, 2021; Nasution, 2024). *Responsiveness* menjadi indikator penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan, terutama dalam situasi pelayanan yang membutuhkan kecepatan dan ketepatan.

Fenomena di SPBU Pertamina Kota Padang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan secara optimal. Dari sisi *tangible*, masih ditemukan fasilitas yang kurang terawat, keterbatasan jalur pengisian yang menyebabkan antrean panjang, serta ketidakkonsistenan dalam penyediaan fasilitas pendukung. Sementara dari sisi *responsiveness*, terdapat keluhan terkait lambatnya pelayanan, kurangnya respons terhadap komplain pelanggan, serta ketidaktegasan petugas dalam menjaga ketertiban antrean. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang belum maksimal berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada fokus kajian yang secara spesifik mengintegrasikan dua dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu *tangible* dan *responsiveness*, dalam konteks layanan SPBU yang masih relatif jarang diteliti, khususnya di Kota Padang. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan fenomena aktual berbasis ulasan pelanggan sebagai dasar analisis, sehingga

memberikan pendekatan yang lebih kontekstual dan realistis dibandingkan penelitian sebelumnya yang umumnya dilakukan pada sektor jasa lain. Perbedaan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh positif maupun negatif antara *tangible* dan *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan juga menjadi celah penelitian yang penting untuk dikaji lebih lanjut.

Adapun kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur di bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengelola SPBU Pertamina dalam meningkatkan kualitas layanan melalui perbaikan fasilitas fisik dan peningkatan daya tanggap karyawan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan peningkatan kualitas pelayanan publik yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen, yaitu *tangible* dan *responsiveness*, terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hubungan antar variabel secara objektif melalui analisis statistik, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang bersifat generalisasi. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, yang memungkinkan peneliti untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian bahan bakar di SPBU Pertamina Kota Padang. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, teknik penentuan sampel menggunakan rumus Cochran, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana siapa saja konsumen yang ditemui saat penelitian dan memenuhi kriteria dapat dijadikan responden. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik penelitian lapangan yang bersifat praktis dan dinamis.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator masing-masing variabel. Variabel kepuasan pelanggan diukur berdasarkan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan, sedangkan variabel *tangible* dan *responsiveness* diukur berdasarkan indikator yang berkaitan dengan kualitas pelayanan fisik dan daya tanggap karyawan .

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan mampu mengukur variabel secara akurat dan konsisten. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi yang diperlukan. Setelah itu, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen, serta uji F (simultan) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, digunakan juga

koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan hasil analisis dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh tangible dan responsiveness terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada SPBU Pertamina di Kota Padang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat valid atau tidaknya suatu kuesioner yang diteliti. Alat uji yang digunakan adalah kaiser meyer olkin dengan kriteria jika nilai KMO > 0,5 maka jawaban pernyataan pada variabel yang diteliti telah valid dan dapat digunakan pada uji statistik lanjutan. Uji validitas digunakan untuk melihat tingkat pemahaman responden terhadap pernyataan yang diteliti. Hasil validitas adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan

Hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Data Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	keterangan
1	Pelayanan petugas SPBU Pertamina sudah sesuai dengan harapan	0,753	0,1966	Valid
2	Saya merasa puas dan ingin mengunjungi kembali SPBU Pertamina	0,917	0,1966	Valid
3	Saya merasa puas dan ingin merekomendasikan kepada konsumen lain untuk mengunjungi SPBU Pertamina.	0,905	0,1966	Valid

Sumber: Diolah Penulis 2025

Dari tabel diatas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Tangibles

Hasil uji validitas untuk variabel tangibles dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Tangibles

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	keterangan
1	Proses pengisian bahan bakar di SPBU Pertamina berlangsung dengan cepat dan efisien.	0,824	0,1966	Valid
2	Sistem pembayaran yang digunakan di SPBU Pertamina mempermudah transaksi saya.	0,813	0,1966	Valid
3	Karyawan yang dimiliki oleh SPBU	0,818	0,1966	Valid

	Pertamina selalu menjaga penampilan (bersih/rapi).			
4	SPBU Pertamina selalu menjaga kebersihan area SPBU Pertamina	0,796	0,1966	Valid
5	Karyawan SPBU Pertamina mengikuti prosedur dan standar operasional yang telah ditetapkan dalam memberikan pelayanan.	0,818	0,1966	Valid
6	Informasi tentang prosedur permohonan layanan tersedia dengan jelas dan mudah dipahami.	0,698	0,1966	Valid

Sumber: Diolah Penulis 2025

Dari tabel diatas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabel tangibles dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

3. Responsiveness

Hasil uji validitas untuk variabel responsiveness dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Validitas Data Untuk Responsiveness

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	keterangan
1	Petugas SPBU Pertamina merespons dengan baik setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan .	0,697	0,1966	Valid
2	SPBU Pertamina selalu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pengunjung.	0,860	0,1966	Valid
3	Pelayanan yang saya terima dilakukan dalam waktu yang tepat sesuai kebutuhan.	0,841	0,1966	Valid
4	Semua keluhan dari pelanggan direspon dengan cepat dan efektif oleh SPBU Pertamina.	0,831	0,1966	Valid

Sumber: Diolah Penulis 2025

Dari tabel diatas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabel responsiveness dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas kemudian dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk melihat keabsahan suatu pernyataan secara keseluruhan dalam sebuah variabel penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji Cronbach Alpha, dimana nilai Cronbach Alpha > 0,6 maka data pada semua pernyataan variabel yang diteliti secara keseluruhan telah reliabel. Hasil uji reliabilitas untuk variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini yaitu:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Kriteria	Hasil
1	Kepuasan Pelanggan	0,823	0,6	Reliabel
2	Tangibles	0,879	0,6	Reliabel
3	Responsiveness	0,824	0,6	Reliabel

Sumber: Diolah Penulis 2025

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai cronbach's alpha untuk variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,823 > 0,6$ maka seluruh data telah reliabel. Nilai cronbach's alpha untuk variabel tangibles adalah sebesar $0,879 > 0,6$ maka seluruh data telah reliabel. Nilai cronbach's alpha untuk variabel responsiveness adalah sebesar $0,824 > 0,6$ maka seluruh data telah reliabel. Sehingga data dapat digunakan untuk pengujian statistik selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk melihat penyebaran data apakah sudah terdistribusi normal atau tidak. Alat uji yang digunakan adalah dengan uji One Sample Kolmogorof Smirnof Test dengan asumsi jika nilai asymp sig. $> 0,05$ maka data sudah terdistribusi normal. Uji normalitas digunakan sebagai persyaratan agar uji regresi linear berganda dapat terpenuhi. Hasil pengujian dan pengolahan data dapat dilihat pada tabel 5. berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31302591
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.071
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai asymp.sig (2-tailed) pada unstandardized residual sebesar $0,200 > 0,05$ maka data telah terdistribusi normal. Data yang telah terdistribusi normal dapat dipergunakan untuk pengujian hipotesis nantinya.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat korelasi antar variabel independen dalam regresi dengan kriteria apabila nilai VIF < 10. Dan tolerance > 0,01 maka tidak ada multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Error Std.	Beta				
1 (Constant)	3.410	1.031		3.307	.001		
Tangibles	.088	.032	.221	2.722	.008	.835	1.197
Responsiveness	.446	.064	.564	6.959	.000	.835	1.197

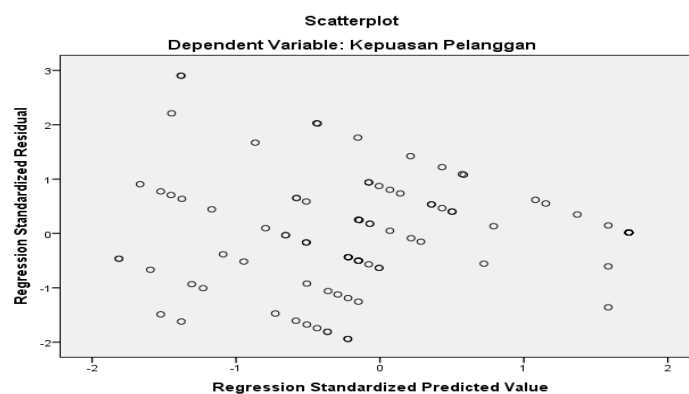
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah Penulis 2025

Berdasarkan analisis tabel 4.11 diatas diperoleh nilai tolerance X1 (0,835 dan X2 (0,835) > 0,1 sedangkan nilai VIF X1(1,197) dan X2 (1,197) < 10 maka disimpulkan tidak terjadi gejala multkolinearitas .

3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui pola keragaman variance yang mendukung masing-masing variabel penelitian. Uji heterokedastisitas menggunakan model grafik (scatterplot) dengan ketentuan pola sebaran data mengikuti pola garis lurus maka gejala heterokedastisitas tidak terjadi. Hasil uji heterokedastisitas menggunakan model grafis seperti yang terlihat pada gambar 1 berikut ini



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Diolah Penulis 2025

Berdasarkan gambar 1 di atas dapat dijelaskan bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji pengaruh tangibel dan responsiveness terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina maka diuji dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda, uji regresi linear berganda dipergunakan untuk melihat perubahan variabel dependen apabila dihadapkan kepada variabel independennya. Pada pengujian regresi linear berganda apabila nilai negatif menandakan bahwa adanya hubungan terbalik antara variabel independen terhadap variabel dependennya. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut

Tabel 7. Hasil Analisis Data Untuk Persamaan Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.410	1.031		3.307	.001
Tanagibles	.088	.032	.221	2.722	.008
Responsiveness	.446	.064	.564	6.959	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,410 + 0,088 X_1 + 0,446 X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 3,410 artinya jika variabel X1 (tangibel) dan variabel X2 (responsiveness) bernilai 0 (nol) atau diabaikan maka nilai variabel Y (kepuasan Pelanggan) masih tetap sebesar 3,410
2. nilai koefisien regresi variabel X1 (tangible) sebesar 0,088 dengan tanda positif artinya variabel X1 (tangible) berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan dimana setiap peningkatan dari variabel X1 akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,088 dan begitupun sebaliknya.
3. nilai koefisien variabel X2 (responsiveness) sebesar 0,446 dengan tanda positif artinya variabel X2 (responsiveness) berbanding lurus dengan kualitas pelayanan dimana setiap peningkatan variabel X2 akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,446, begitupun sebaliknya.

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Uji t merupakan alat uji yang sering dipergunakan untuk menentukan hasil dan penelitian karena uji t dapat menentukan pengaruh dari satu variabel terhadap variabel lainnya dengan kriteria jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil uji t parsial dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 8. Uji Statistik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.410	1.031		3.307	.001
Tanagibles	.088	.032	.221	2.722	.008
Responsiveness	.446	.064	.564	6.959	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi untuk variabel tangibles bersaing sebesar $0,008 < 0,05$ maka dapat dikatakan H_a diterima. Kesimpulannya menyatakan bahwa variabel tangibles berpengaruh positif atau signifikansi terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 8 di atas dapat jelaskan bahwa nilai signifikansi untuk variabel responsiveness bersaing sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan H_a diterima. Kesimpulannya menyatakan bahwa variabel responsiveness berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji F (Simultan)

Uji f simultan dipergunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Kriteria dalam pengujian ini apabila nilai signifikansi kecil dari alpha yang dipergunakan maka variabel independen secara bersama- sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji f simultan dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9 Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	150.070	2	75.035	42.644	.000 ^b
	Residual	170.680	97	1.760		
	Total	320.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Tanagibles

Sumber: Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi dari uji f sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 tangibel dan variabel X2 responsiveness secara bersama-sama berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinan untuk melihat seberapa besar nilai pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Uji koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persentase untuk membuktikan besarnya pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variasinya pada variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 ^a	.468	.457	1.326

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Tanagibles

Sumber: Diolah Penulis 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.15 diketahui bahwa nilai adjusted R² square adalah sebesar 0,457. Maka posentase kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dijelaskan oleh tangibel (X1) dan responsiveness (X2) adalah 45,7% . sedangkan 54,3 sisanya dijelaskan variabel lain diluar model regresi.

Pembahasan

Untuk mewujudkan rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian melalui hasil pengujian statistik yang dilakukan, maka dapat dirangkum dalam penelitian, yaitu:

Pengaruh Tangible Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga tangible berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang dilakukan menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu satuan tangible maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini didukung oleh hasil uji t parsial yang menyimpulkan bahwa tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang dilakukan menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu satuan reponsiveness maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini didukung oleh hasil uji t parsial yang menyimpulkan bahwa responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi tangible dan responsiveness memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina di Kota Padang. Secara parsial, kedua variabel tersebut menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana kondisi fasilitas fisik yang memadai serta daya tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat menjadi faktor yang menentukan tingkat kepuasan. Secara simultan, tangible dan responsiveness terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, yang tercermin dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, serta kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan layanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, baik dari aspek fisik maupun interaksi layanan, menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengelola SPBU Pertamina diharapkan dapat terus melakukan perbaikan pada fasilitas dan meningkatkan profesionalisme serta responsivitas karyawan guna menciptakan pengalaman layanan yang lebih optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azahari, Al, and dkk. 2023. "Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Emphaty Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Spam Batam." *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis* 3: 234–46. doi:<https://doi.org/10.33373/jmob.v3i4.7342>.
- Efendi, Arif, and dkk. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Pelanggan Patria Plaza Hotel Blitar." *Junal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen* 1. doi:<https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.33>.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi. 2020. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan." 3(2). doi:[10.30596/maneggio.v3i2.5290](https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290).
- Harto, Kun Sri, and dkk. 2022. "Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Emphaty Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pelabuhan." *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis* 2. doi:<https://doi.org/10.33373/jmob.v2i3.5156>.
- Kotler, Philip. 2016. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Lusiana, Lusiana, and dkk. 2020. "Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangibles Terhadap Kepuasan Konsumen GrabBike." *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 3(2): 34. doi:[10.26858/jekpend.v3i2.14307](https://doi.org/10.26858/jekpend.v3i2.14307).
- Maulana, Andika Jaya. 2024. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jambi: Sonpedia.
- Nurochim, E. 2024. "Review SPBU Pertamina Jl. Perintis Kemerdekaan." <https://maps.app.goo.gl/T3pq17ukqLaseH4P9> (May 30, 2025).
- Pertamina. 2023. *Laporan Tahunan Pertamina*. <https://pertainaretail.com/laporan-tahunan/> (May 25, 2025).
- Pertiwi, Dewi. 2021. *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Puspitasari, Candra Eka. 2025. *Buku Ajar Biostatik*. Yogyakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putra, PA. 2025. "Review SPBU Pertamina Tabing." <https://maps.app.goo.gl/FRZJ15FSa5MT2ChG9> (May 30, 2025).
- Qomariah, Nurul. 2021. *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Padang Utara: Pustaka Abadi.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satsicaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*. https://www.google.co.id/books/edition/Customer_Service_Satsicaction_Call_Centr/BqBLDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1 (May 12, 2025).
- Ricardo, I. 2023. "Review SPU Pertamina Ulak Karang." <https://maps.app.goo.gl/NUiu2CYghneK2i9X6> (May 30, 2025).

Septiana, Septiana, and Juhaini Alie. 2023. "Pengaruh Tangible, Reliability, Assurance, Dan Emphaty Terhadap Kepuasan Pelanggan Perempuan Pada Osbond Gym Palembang." *Journal Management, Business and Accounting* 22. doi:<https://doi.org/10.33557/mbia.v22i2.2620>.

Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.