

LAMPIRAN 1: PENGANTAR KUESIONER



KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA SPBU 54.681.08 TANGGUL-JEMBER)

Kepada:
Yth. Bapak/Ibu/Sdr responden
Di tempat

Dengan hormat,

Kuesioner ini ditujukan untuk karyawan guna memperoleh data yang akan dipergunakan untuk penulisan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Adapun judul skripsi yang saya buat yaitu **“Analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan”**. Dengan segenap kerendahan hati, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan jujur dan apa adanya.

Informasi yang Bapak/Ibu berikan hanya digunakan untuk kepentingan terbatas, dalam artian hanya diperlukan untuk penelitian ini saja. Peneliti menjamin rahasia pribadi juga jawaban Bapak/Ibu dalam memberikan kebenaran data pada peneliti.

Atas bantuan dan kerjasamanya Bapak/Ibu/Saudara saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Dery Shafwan Permata Nugraha
NIM 14.10.411.054

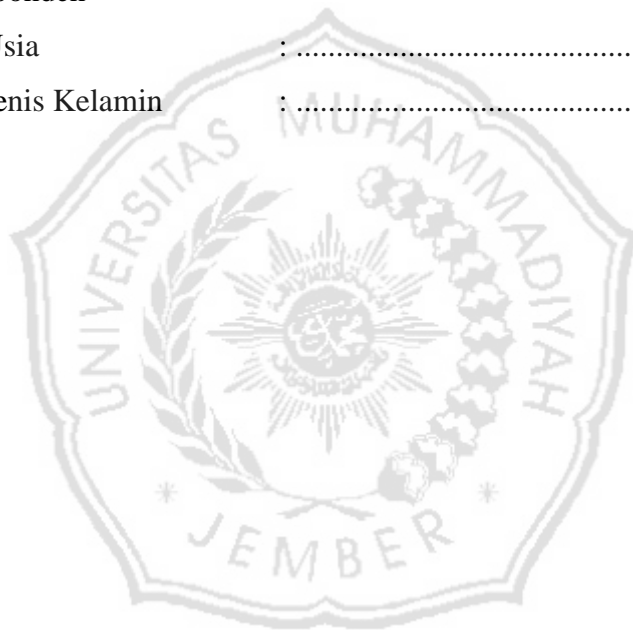
LAMPIRAN 2: PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

Berilah tanda cek list (√) pada jawaban yang dipilih.

1. Bila pendapat anda sangat setuju (SS)
2. Bila pendapat anda setuju (S)
3. Bila Cukup Setuju (CS)
4. Bila Tidak Setuju (TS)
5. Bila Sangat Tidak Setuju (STS)

Identitas responden

1. Usia :
2. Jenis Kelamin :



LAMPIRAN 3: KUESIONER PENELITIAN

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	SPBU Tanggul Kulon Jember memiliki karyawan yang mempunyai kemampuan saat mengisi bbm.					
2.	SPBU Tanggul Kulon Jember memberikan pelayanan yang cepat dan tepat saat mengisi bbm.					
3.	SPBU Tanggul Kulon Jember mampu memberikan rasa percaya terhadap konsumen untuk tetap setia mengisi bbm di SPBU Tanggul.					
4.	SPBU Tanggul Kulon Jember selalu memahami apa keinginan konsumen dan memberikan kenyamanan					
5.	SPBU Tanggul Kulon Jember memberikan fasilitas yang nyaman dan lingkungan yang aman untuk konsumen.					

b. Fasilitas (X₂)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	SPBU Tanggul Kulon Jember memberikan suasana ruangan nyaman yang mampu memancing respon intelktual maupun emosional para tamu.					
2.	SPBU Tanggul Kulon Jember memberikan rancangan ruangan yang nyaman					
3	SPBU Tanggul Kulon Jember memberikan fasilitas yang layak pakai dan kelengkapan fasilitas mendukung.					
4.	SPBU Tanggul Kulon Jember terdapat tata cahaya yang mampu mendukung pelaksanaan aktivitas pelanggan.					
5.	SPBU Tanggul Kulon Jember memiliki warna ruangan yang mampu meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rilex					
6.	SPBU Tanggul Kulon Jember memberikan tata visual ruangan yang mampu menyampaikan pesan-pesan secara grafis					

c. Lokasi (X₃)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	SPBU Tanggul Kulon Jember berada dilokasi yang strategis					
2.	SPBU Tanggul Kulon Jember memberi plang petunjuk arah SPBU					
3.	SPBU Tanggul Kulon Jember terdapat parkir yang luas dan aman					
4.	SPBU Tanggul Kulon Jember memiliki lingkungan yang bersih					

d. Kepuasan Pelanggan (Y)

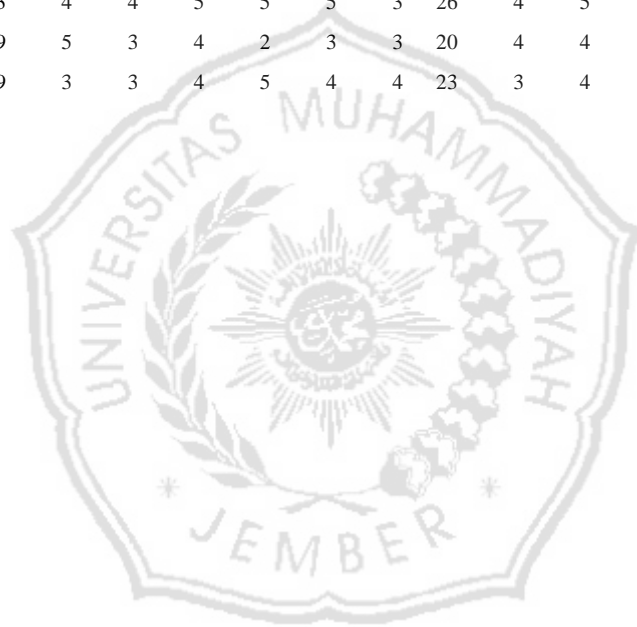
No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa pelayanan SPBU baik dan membuat konsumen membeli kembali.					
2.	Saya menyarankan orang lain untuk mengisi bbm di SPBU Tanggul.					
3.	Saya tetap mengisi bbm di SPBU Tanggul Kulon karena takaran yang pas dan pelayanan yang baik.					
4.	Saya lebih memilih SPBU Tanggul Kulon dari pada SPBU yang lain.					

LAMPIRAN 4: REKAPITULASI PERNYATAAN RESPONDEN

No.	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	X1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	X2	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	5	3	5	3	5	21	5	3	4	5	3	4	24	5	5	5	4	19	3	3	3	4	13
2	3	5	3	5	3	19	3	5	5	3	5	5	26	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19
3	5	5	4	5	4	23	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
4	2	5	2	4	3	16	3	3	5	2	5	4	22	4	4	5	4	17	2	3	3	5	13
5	5	2	3	3	3	16	3	3	5	5	2	4	22	4	4	4	3	15	3	3	3	5	14
6	5	4	3	4	4	20	4	3	4	5	4	5	25	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13
7	4	5	4	5	2	20	2	3	3	4	5	4	21	5	3	5	3	16	3	3	3	3	12
8	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	4	22	5	4	5	3	17	3	4	3	3	13
9	3	4	4	4	2	17	2	2	4	3	4	3	18	5	4	4	3	16	5	3	2	4	14
10	5	5	4	5	5	24	5	4	3	5	5	4	26	5	4	4	5	18	4	4	4	3	15
11	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	5	18	4	4	3	4	15
12	4	3	2	4	3	16	3	4	3	4	3	3	20	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13
13	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
14	5	5	4	4	3	21	3	4	4	5	5	4	25	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
15	4	5	4	5	4	22	4	4	5	4	5	4	26	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19
16	4	5	4	5	3	21	3	4	4	4	5	4	24	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
17	5	4	5	4	3	21	3	4	5	5	4	5	26	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
18	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	5	4	27	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
19	5	4	3	5	3	20	3	3	3	5	4	5	23	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13
20	2	3	4	4	4	17	4	3	3	2	3	4	19	4	4	5	2	15	3	4	3	3	13
21	4	5	5	5	3	22	3	4	4	4	5	3	23	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
22	5	4	5	4	3	21	3	4	5	5	4	4	25	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18
23	4	3	4	3	4	18	4	5	4	4	3	3	23	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17
24	4	4	4	4	3	19	3	4	5	4	4	4	24	4	5	5	4	18	4	4	4	5	17
25	4	5	4	5	3	21	3	4	5	4	5	4	25	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
26	4	5	4	5	3	21	3	4	5	4	5	5	26	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
27	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18
28	5	5	4	5	3	22	3	4	5	5	5	3	25	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17
29	5	4	4	4	3	20	3	5	5	5	4	4	26	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19
30	5	3	4	2	4	18	4	4	4	5	3	3	23	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18
31	5	4	5	4	4	22	4	3	3	5	4	4	23	4	4	5	3	16	4	5	3	3	15
32	4	3	5	2	3	17	3	3	2	4	3	5	20	4	4	5	4	17	4	5	3	2	14
33	5	4	5	2	4	20	4	3	4	5	4	4	24	5	3	4	4	16	5	1	3	4	13
34	5	2	3	4	4	18	4	4	4	5	2	5	24	5	5	5	2	17	4	4	4	4	16
35	5	3	4	4	5	21	5	5	4	5	3	4	26	4	3	5	4	16	3	4	5	4	16
36	2	4	3	3	3	15	3	2	4	2	4	5	20	3	5	2	4	14	4	5	2	4	15
37	4	5	4	2	4	19	4	3	5	4	5	5	26	4	5	2	4	15	5	4	3	5	17
38	5	3	2	4	5	19	5	5	4	5	3	4	26	3	2	4	5	14	5	3	5	4	17

39	3	4	5	2	4	18	4	3	2	3	4	4	20	5	3	4	1	13	5	4	3	2	14
40	4	5	3	4	4	20	4	5	3	4	5	5	26	5	4	3	5	17	5	4	5	3	17
41	4	5	1	3	5	18	5	3	5	4	5	3	25	1	3	5	4	13	5	4	3	5	17
42	4	3	4	2	4	17	4	2	3	4	3	4	20	4	5	4	4	17	3	4	2	3	12
43	4	4	5	3	5	21	5	3	3	4	4	4	23	5	4	4	3	16	4	4	3	3	14
44	2	3	4	3	4	16	4	2	4	2	3	4	19	4	3	4	4	15	5	3	2	4	14
45	5	3	5	5	5	23	5	2	3	5	3	5	23	4	2	4	4	14	3	4	2	3	12
46	3	4	4	3	3	17	3	2	4	3	4	4	20	3	4	2	3	12	3	5	2	4	14
47	3	3	4	4	5	19	5	3	2	3	3	5	21	4	5	3	3	15	4	4	3	2	13
48	5	5	5	5	2	22	2	5	5	5	5	4	26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	4	24	4	3	5	5	5	5	27	4	5	3	4	16	5	4	3	5	17
50	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	5	23	4	4	4	3	15	3	4	3	3	13
51	5	5	4	5	4	23	4	5	5	5	5	4	28	4	4	5	3	16	5	5	5	5	20
52	5	4	3	4	3	19	3	4	5	5	4	3	24	5	5	3	3	16	4	3	4	5	16
53	5	5	3	4	4	21	4	5	5	5	5	4	28	4	4	3	3	14	5	5	5	5	20
54	3	3	4	4	5	19	5	4	4	3	3	5	24	5	4	4	2	15	3	4	4	4	15
55	4	5	5	3	2	19	2	2	2	4	5	4	19	5	5	3	3	16	4	4	2	2	12
56	5	5	3	4	4	21	4	2	3	5	5	5	24	5	5	5	5	20	4	2	2	3	11
57	5	4	4	4	3	20	3	4	3	5	4	2	21	5	3	4	3	15	5	5	4	3	17
58	5	5	4	3	5	22	5	2	4	5	5	5	26	4	3	2	3	12	5	5	2	4	16
59	4	4	2	4	3	17	3	4	3	4	4	4	22	5	4	4	3	16	5	4	4	3	16
60	4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	4	5	24	5	4	4	2	15	2	3	4	4	13
61	5	5	3	5	4	22	4	4	3	5	5	4	25	5	4	4	4	17	5	5	4	3	17
62	4	4	3	5	3	19	3	2	2	4	4	5	20	5	5	4	4	18	4	4	2	2	12
63	3	4	5	5	3	20	3	5	3	3	4	3	21	4	5	5	5	19	5	5	5	3	18
64	4	4	3	4	5	20	5	2	3	4	4	4	22	4	5	4	5	18	5	5	2	3	15
65	5	4	4	5	3	21	3	5	2	5	4	3	22	5	5	5	3	18	4	4	5	2	15
66	5	5	5	3	4	22	4	2	2	5	5	5	23	5	5	5	4	19	5	5	2	2	14
67	4	4	3	4	3	18	3	4	2	4	4	3	20	5	5	5	5	20	4	4	4	2	14
68	4	4	5	4	3	20	3	3	2	4	4	4	20	4	4	3	2	13	4	4	3	2	13
69	5	5	4	4	3	21	3	4	2	5	5	5	24	5	5	3	3	16	5	4	4	2	15
70	5	5	3	4	4	21	4	2	4	5	5	5	25	4	4	4	3	15	4	4	2	4	14
71	4	4	3	3	3	17	3	3	2	4	4	3	19	4	5	5	5	19	4	3	3	2	12
72	5	5	4	5	4	23	4	4	2	5	5	5	25	5	3	3	4	15	5	4	4	2	15
73	5	4	4	4	3	20	3	3	3	5	4	5	23	5	5	3	4	17	4	4	3	3	14
74	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	5	3	24	3	2	3	3	11	2	3	4	4	13
75	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
76	3	4	4	4	3	18	3	4	5	3	4	3	22	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
77	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
78	4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	4	4	26	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
79	3	5	5	5	4	22	4	3	2	3	5	4	21	4	4	4	5	17	4	4	3	2	13
80	4	5	5	5	3	22	3	5	5	4	5	3	25	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19

81	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	5	3	24	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
82	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
83	5	4	5	4	3	21	3	4	5	5	4	5	26	4	5	5	5	19	4	3	4	5	16
84	4	5	5	5	3	22	3	5	5	4	5	3	25	4	4	3	5	16	5	5	5	5	20
85	4	4	3	3	5	19	5	5	5	4	4	3	26	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	3	23	3	4	4	5	5	4	25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
87	3	4	5	5	4	21	4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15
88	4	5	4	5	5	23	5	4	5	4	5	5	28	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18
89	5	5	3	3	4	20	4	4	2	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
90	5	5	5	5	3	23	3	5	5	5	5	4	27	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19
91	4	4	5	3	5	21	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
92	5	4	3	5	3	20	3	4	3	5	4	3	22	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15
93	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	5	3	26	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
94	2	3	5	4	5	19	5	3	4	2	3	3	20	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
95	5	4	3	4	3	19	3	3	4	5	4	4	23	3	4	2	4	13	5	4	3	4	16



LAMPIRAN 5: FREKUENSI PERNYATAAN RESPONDEN

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Statistics

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5
N	Valid	95	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.23	4.22	3.98	4.12	3.68

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	2.1	2.1	2.1
	cukup setuju	14	14.7	14.7	16.8
	setuju	40	42.1	42.1	58.9
	sangat setuju	39	41.1	41.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
	tidak setuju	4	4.2	4.2	5.3
	cukup setuju	22	23.2	23.2	28.4
	Setuju	37	38.9	38.9	67.4
	sangat setuju	31	32.6	32.6	100.0
Total		95	100.0	100.0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	6	6.3	6.3	6.3
	cukup setuju	15	15.8	15.8	22.1
	setuju	36	37.9	37.9	60.0
	sangat setuju	38	40.0	40.0	100.0
Total		95	100.0	100.0	

x1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	4	4.2	4.2	4.2
	cukup setuju	38	40.0	40.0	44.2
	setuju	37	38.9	38.9	83.2
	sangat setuju	16	16.8	16.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

2. Fasilitas (X2)**Statistics**

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6
N	Valid	95	95	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.68	3.66	3.81	4.23	4.22	4.06

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	4	4.2	4.2	4.2
	cukup setuju	38	40.0	40.0	44.2
	setuju	37	38.9	38.9	83.2
	sangat setuju	16	16.8	16.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	13	13.7	13.7	13.7
	cukup setuju	25	26.3	26.3	40.0
	setuju	38	40.0	40.0	80.0
	sangat setuju	19	20.0	20.0	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	14	14.7	14.7	14.7
	cukup setuju	20	21.1	21.1	35.8
	setuju	31	32.6	32.6	68.4
	sangat setuju	30	31.6	31.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	5.3	5.3	5.3
	cukup setuju	11	11.6	11.6	16.8
	setuju	36	37.9	37.9	54.7
	sangat setuju	43	45.3	45.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	2.1	2.1	2.1
	cukup setuju	14	14.7	14.7	16.8
	setuju	40	42.1	42.1	58.9
	sangat setuju	39	41.1	41.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
	cukup setuju	22	23.2	23.2	24.2
	setuju	42	44.2	44.2	68.4
	sangat setuju	30	31.6	31.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

3. Lokasi (X3)

Statistics

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
N	Valid	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.31	4.21	4.19	3.89

x3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
	cukup setuju	7	7.4	7.4	8.4
	Setuju	48	50.5	50.5	58.9
	sangat setuju	39	41.1	41.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	3.2	3.2	3.2
	cukup setuju	10	10.5	10.5	13.7
	setuju	46	48.4	48.4	62.1
	sangat setuju	36	37.9	37.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	5.3	5.3	5.3
	cukup setuju	14	14.7	14.7	20.0
	setuju	34	35.8	35.8	55.8
	sangat setuju	42	44.2	44.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

x3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
	tidak setuju	5	5.3	5.3	6.3
	cukup setuju	24	25.3	25.3	31.6
	Setuju	38	40.0	40.0	71.6
	sangat setuju	27	28.4	28.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

4. Kepuasan pelanggan

Statistics

		y1	y2	y3	y4
N	Valid	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.17	4.05	3.66	3.81

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	3.2	3.2	3.2
	cukup setuju	14	14.7	14.7	17.9
	setuju	42	44.2	44.2	62.1
	sangat setuju	36	37.9	37.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

y2

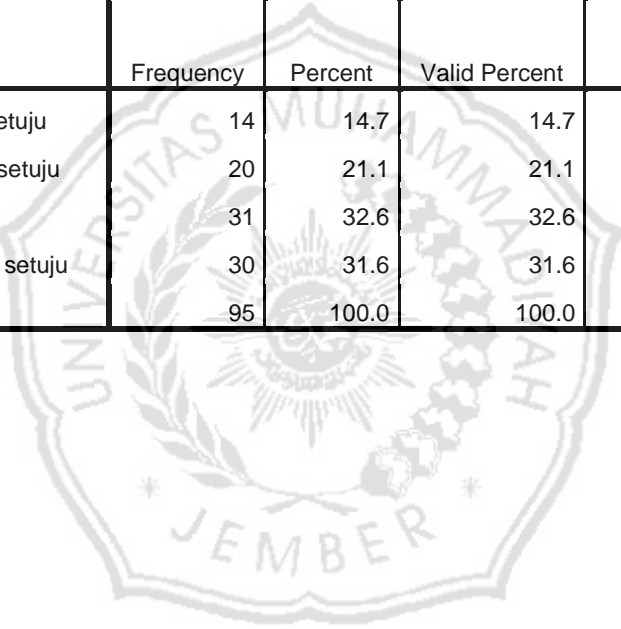
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
	tidak setuju	1	1.1	1.1	2.1
	cukup setuju	18	18.9	18.9	21.1
	Setuju	47	49.5	49.5	70.5
	sangat setuju	28	29.5	29.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	13	13.7	13.7	13.7
	cukup setuju	25	26.3	26.3	40.0
	setuju	38	40.0	40.0	80.0
	sangat setuju	19	20.0	20.0	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	14	14.7	14.7	14.7
	cukup setuju	20	21.1	21.1	35.8
	setuju	31	32.6	32.6	68.4
	sangat setuju	30	31.6	31.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	



LAMPIRAN 6: HASIL INSTRUMEN

1. UJI VALIDITAS

a. Kualitas Pelayanan

		Correlations					
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	jumlahx1
x1.1	Pearson Correlation	1	.179	.020	.131	.015	.536**
	Sig. (2-tailed)		.083	.848	.206	.888	.000
	N	95	95	95	95	95	95
x1.2	Pearson Correlation	.179	1	.082	.407**	-.195	.568**
	Sig. (2-tailed)	.083		.429	.000	.059	.000
	N	95	95	95	95	95	95
x1.3	Pearson Correlation	.020	.082	1	.120	.005	.518**
	Sig. (2-tailed)	.848	.429		.246	.959	.000
	N	95	95	95	95	95	95
x1.4	Pearson Correlation	.131	.407**	.120	1	-.141	.620**
	Sig. (2-tailed)	.206	.000	.246		.174	.000
	N	95	95	95	95	95	95
x1.5	Pearson Correlation	.015	-.195	.005	-.141	1	.255*
	Sig. (2-tailed)	.888	.059	.959	.174		.013
	N	95	95	95	95	95	95
jumlahx1	Pearson Correlation	.536**	.568**	.518**	.620**	.255*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.013	
	N	95	95	95	95	95	95

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Fasilitas

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	jumlahx2
x2.1	Pearson Correlation	1	-.029	.004	.015	-.195	.171	.308**
	Sig. (2-tailed)		.778	.969	.888	.059	.098	.002
	N	95	95	95	95	95	95	95
x2.2	Pearson Correlation	-.029	1	.395**	.240*	.160	-.247*	.592**
	Sig. (2-tailed)	.778		.000	.019	.122	.016	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
x2.3	Pearson Correlation	.004	.395**	1	.073	.171	-.104	.615**
	Sig. (2-tailed)	.969	.000		.480	.098	.315	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
x2.4	Pearson Correlation	.015	.240*	.073	1	.179	.123	.562**
	Sig. (2-tailed)	.888	.019	.480		.083	.235	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
x2.5	Pearson Correlation	-.195	.160	.171	.179	1	.048	.455**
	Sig. (2-tailed)	.059	.122	.098	.083		.646	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
x2.6	Pearson Correlation	.171	-.247*	-.104	.123	.048	1	.282**
	Sig. (2-tailed)	.098	.016	.315	.235	.646		.006
	N	95	95	95	95	95	95	95
jumlahx2	Pearson Correlation	.308**	.592**	.615**	.562**	.455**	.282**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Lokasi

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	jumlahx3
x3.1	Pearson Correlation	1	.259 [*]	.199	-.049	.506 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.011	.053	.638	.000
	N	95	95	95	95	95
x3.2	Pearson Correlation	.259 [*]	1	.163	.247 [*]	.645 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.011		.114	.016	.000
	N	95	95	95	95	95
x3.3	Pearson Correlation	.199	.163	1	.263 [*]	.682 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.053	.114		.010	.000
	N	95	95	95	95	95
x3.4	Pearson Correlation	-.049	.247 [*]	.263 [*]	1	.641 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.638	.016	.010		.000
	N	95	95	95	95	95
jumlahx3	Pearson Correlation	.506 ^{**}	.645 ^{**}	.682 ^{**}	.641 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

d. Kepuasan Pelanggan

Correlations

		y1	y2	y3	y4	jumlahy
y1	Pearson Correlation	1	.392**	.273**	.141	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.172	.000
	N	95	95	95	95	95
y2	Pearson Correlation	.392**	1	.250*	.154	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000		.015	.136	.000
	N	95	95	95	95	95
y3	Pearson Correlation	.273**	.250*	1	.395**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.007	.015		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
y4	Pearson Correlation	.141	.154	.395**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.172	.136	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
jumlahy	Pearson Correlation	.627**	.623**	.738**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. UJI RELIABILITAS

a. Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.661	.612	6

b. Fasilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.662	.609	7

c. Lokasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.734	.734	5

d. Kepuasan Pelanggan**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

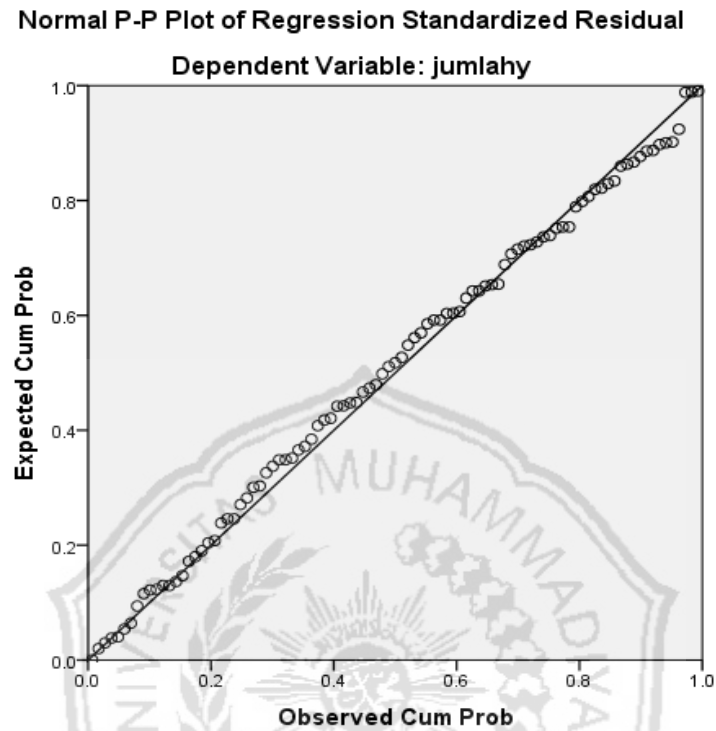
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.762	.789	5

LAMPIRAN 7: HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas



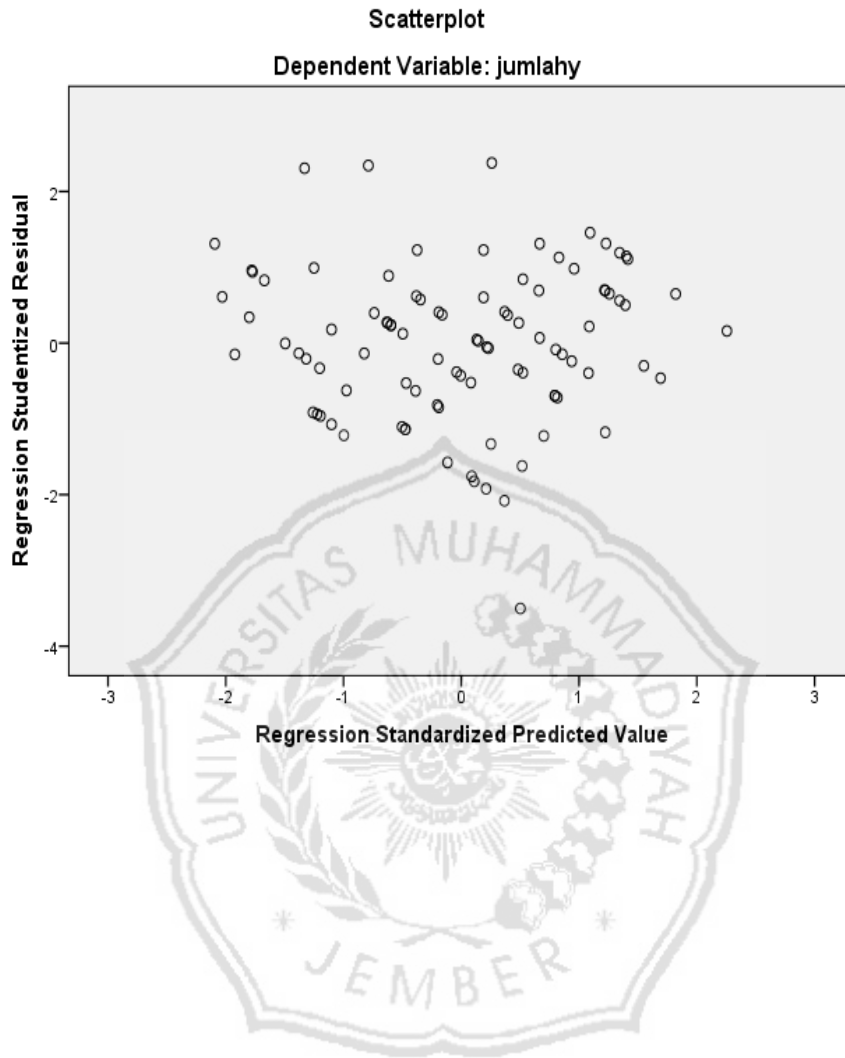
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.878	1.968		.954	.342		
	jumlahx1	.231	.110	.205	2.099	.039	.513	1.948
	jumlahx2	.769	.093	.799	8.267	.000	.522	1.914
	jumlahx3	.243	.087	.205	2.804	.006	.914	1.094

a. Dependent Variable: jumlahy

3. Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 8: HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	jumlahx3, jumlahx2, jumlahx1 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: jumlahy

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.541	1.63231

a. Predictors: (Constant), jumlahx3, jumlahx2, jumlahx1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.878	1.968		.954	.342
	jumlahx1	.231	.110	.205	2.099	.039
	jumlahx2	.769	.093	.799	8.267	.000
	jumlahx3	.243	.087	.205	2.804	.006

a. Dependent Variable: jumlahy

LAMPIRAN 9: HASIL UJI HIPOTESIS

1. Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1.878	1.968		-.954	.342
	jumlahx1	-.231	.110	-.205	-2.099	.039
	jumlahx2	.769	.093	.799	8.267	.000
	jumlahx3	.243	.087	.205	2.804	.006

a. Dependent Variable: jumlahy

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.541	1.63231

a. Predictors: (Constant), jumlahx3, jumlahx2, jumlahx1

LAMPIRAN 10: R TABEL

DF = n-2	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 1 arah				
	0,05	0,025	0,001	0,005	0,0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 2 arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322

34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773

72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

LAMPIRAN: SURAT IZIN PERUSAHAAN



SPBU 54.681.08
Jl. PB Sudirman No.149
Desa Tanggul Kulon, Kec. Tanggul, Kab. Jember, Jawa Timur (68122)
Telpon: (0336) 446 1019
Fax: (0336) 4461019

SURAT KETERANGAN

Nomor : 0132/SPBU/VII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sutarmaji Wiryosudarso
Jabatan : Manajer SPBU 54.681.08 Desa Tanggul Kulon, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Dery Shafwan Permata Nugraha
Tempat & Tanggal Lahir : Jember, 06 Juni 1996
NIM : 1410411054
Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Adalah benar-benar telah melaksanakan penelitian di SPBU 54.681.08 Desa Tanggul Kulon, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember. terhitung sejak 05 Maret s/d 11 Juli 2018 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 54.681.08 Desa Tanggul kulon, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember)."

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 16 Juli 2018
Manajer SPBU 54.681.08

Sutarmaji Wiryosudarso

LAMPIRAN: DOKUMENTASI





**Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan
(Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)**

Nurul Qomariah
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Abstract: The objectives of this study are to examine and analyze the influence of service quality, image of institution and Islamic value on customer satisfaction and customer loyalty of Muhammadiyah University in East Java. The population of this study was all the student of Muhammadiyah University in East Java, as many as 46.479 people. The sampling technique used is proportional random sampling. The sample in this study is 400 students. Statistical analysis to test the hypothesis is Structural Equation Models (SEM) by using AMOS 18 software. The results of the study show that 1) service quality does not have significant influence to customer satisfaction and customer loyalty 2) the image of institution has significant influence to customer satisfaction but does not have significant influence to customer loyalty 3) Islamic value has significantly influence to customer satisfaction but does not have significant influence to customer loyalty, 5) the customer satisfaction has significant influence to customer loyalty.

Keywords: service quality, image of institution, Islamic value, customer satisfaction, and customer loyalty

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas layanan, citra institusi dan nilai-nilai ke-Islaman terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur sebanyak 46.479 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel adalah proportional random sampling. Responden yang digunakan sebanyak 400 mahasiswa. Analisis yang digunakan adalah structural equation mode (SEM) dengan bantuan AMOS 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Variabel citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Variabel nilai-nilai ke-Islaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Kata kunci: kualitas layanan, citra institusi, nilai-nilai Islam, kepuasan pelanggan, and loyalitas pelanggan

Peningkatan persaingan yang semakin tajam memaksa organisasi ataupun perusahaan memusatkan perhatian pada peningkatan kompetensi dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan yang

ada guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia hanya dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan yang berkualitas, baik lembaga pendidikan negeri maupun lembaga pendidikan swasta. Lembaga pendidikan merupakan wadah pembentukan kualitas SDM untuk mempersiapkan sumberdaya manusia yang diperlukan bagi pembangunan masa depan melalui proses pendidikan.

Dalam proses pendidikan ini melibatkan berbagai unsur antara lain tenaga pengajar, mahasiswa,

Alamat Korespondensi:
Nurul Qomariah, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Email: qomariah96@yahoo.com

karyawan, orang tua, pemerintah, sarana dan prasarana, serta pihak-pihak lain yang semua itu akan menentukan keberhasilan lembaga pendidikan dalam menghasilkan generasi muda yang berkualitas yang sesuai dengan tuntutan dan kemajuan jaman (Wantara, 2008).

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam rangka pengembangan sumberdaya manusia. Pendidikan merupakan faktor yang terkait langsung dengan kemampuan dan kemajuan masyarakat. Pendidikan mampu membentuk pola berfikir masyarakat kearah yang lebih baik. Makin tinggi tingkat pendidikan suatu masyarakat maka secara tidak langsung akan mendorong tingkat pembangunan nasional makin cepat dan terarah menuju perkembangan yang dicita-citakan. Pendidikan disadari menjadi salah satu faktor penting bagi bangsa Indonesia untuk bisa bersaing di era global. Peran lembaga pendidikan sebagai tempat penempatan belajar masyarakat untuk menyerap segala ilmu secara mendalam menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan pembangunan di masa mendatang (Ndraha, 1998).

Peningkatan kualitas pendidikan menjadi fondasi yang kuat dalam peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Tantangan paling berat tentunya pada Lembaga Pendidikan Tinggi yang dipercaya sebagai lembaga yang berkompeten mempersiapkan sumberdaya manusia yang unggul. Melalui lembaga pendidikan tinggi diharapkan ada serapan ilmu (*transfer of science*), serapan pengetahuan (*transfer of knowledge*), serapan informasi (*transfer of information*) dan serapan teknologi (*transfer of technology*). Upaya peningkatan kualitas pendidikan tinggi telah dilakukan oleh DIKTI dengan sebuah konsep HELTS (*Higher Education Long Term Strategy*) 2003-2010.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia hanya dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan tinggi, baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta. Di Indonesia jumlah perguruan tinggi yang ada saat ini kurang lebih 3.978 baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta. Sedangkan jumlah perguruan tinggi yang ada di Jawa Timur yaitu sekitar 268 yang terdiri dari perguruan swasta (Direktori Kopertis VII Jawa Timur). Peningkatan jumlah lembaga pendidikan yang ada di swasta di Jawa Timur ini diharapkan sebagai salah satu hasrat dalam meratakan kesempatan memperoleh

pendidikan bagi generasi muda. Dengan tersebarnya lembaga pendidikan yang ada di masyarakat, ini menandakan bahwa masyarakat memang peduli betapa pentingnya arti pendidikan itu, namun disisi lain perlu adanya perhatian mengenai peningkatan kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh lembaga pendidikan tersebut. Apabila tidak diikuti dengan kualitas layanan pendidikan yang sesuai dengan harapan mereka maka akan menimbulkan ketidakpuasan dari pengguna jasa pendidikan yang ada. Model pengelolaan lembaga pendidikan ini dapat disetarakan dengan bisnis jasa.

Kepuasan pengguna jasa (mahasiswa) juga menjadi ukuran keberhasilan lembaga pendidikan dalam mengelola lembaganya serta tetap mengutamakan mutu akademik sebagai produk jasa yang harus dicapai. Salah satu bentuk tanggung jawab lembaga pendidikan terhadap pengguna jasa adalah menjaga kualitas pendidikan melalui pengakuan dari sebuah Badan Akreditasi Nasional. "Akreditasi terhadap program studi merupakan bentuk pertanggungjawaban Perguruan Tinggi kepada publik" ini merupakan kutipan dalam Pasal 7 Keputusan Mendiknas RI No. 004/U/2002 tentang Akreditasi Program Studi Pada Perguruan Tinggi. Hal ini mempunyai makna bahwa masyarakat yang menggunakan lembaga pendidikan yang telah terakreditasi berarti ia mengikuti suatu program pendidikan yang kualitasnya telah dinilai oleh suatu kelompok pakar dan dinyatakan memenuhi syarat (Wantara, 2008).

Seiring dengan perkembangan era globalisasi, maka lembaga pendidikan dalam hal ini perguruan tinggi swasta (PTS) pada umumnya dan Universitas Muhammadiyah yang ada di Jawa Timur khususnya harus merencanakan program perbaikan kualitas layanan jasa yang diberikan dengan mempertimbangkan gap antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang dirasakan. Dengan adanya perubahan layanan yang diberikan, maka lembaga pendidikan diharapkan akan maju pesat jika menciptakan kepuasan melalui produk maupun jasa yang diberikan. Salah satu faktor yang dipertimbangkan masyarakat ketika akan memilih lembaga pendidikan adalah tuntutan terhadap lembaga pendidikan apakah dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas baik secara fisik dan non fisik. Maka dari itu lembaga pendidikan swasta dalam hal ini perguruan tinggi swasta (PTS) benar-

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AUTO 2000 SUNGKONO SURABAYA

Fatchur Rachman
days.attack@gmail.com
Tri Yuniati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The current condition of the growth of service business has become more advanced and rigorous thus it results in market fighting competition. Currently garage service has become a rapidly growing business. The need for garage service will continue to increase along with the number of vehicles in the community. The purpose of this research is to find out the influence of quality, price, and location to the customer satisfaction at Auto2000 Sungkono Branch Surabaya. This research is a quantitative research which is carried out by using descriptive method and purposive sampling has been applied as sample collection technique. Primary data is used as the research data and the samples are 96 people. Meanwhile, the multiple linear regressions are used as the analysis technique. The result of the test result shows that the influence of quality, price, and location to the customer satisfaction at Auto2000 Sungkono Branch Surabaya is significant positive for the location and quality variables whereas the price variable has significant negative influence. In this research also found the quality of service variable as the dominant variable in influencing customer satisfaction. It shows that the truth of the whole hypotheses in this research has been proven.

Keywords: Quality, Price, Location, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Kondisi pertumbuhan bisnis jasa saat ini semakin maju dan ketat, sehingga mengakibatkan persaingan dalam memperebutkan pasar. Jasa bengkel saat ini telah menjadi suatu bisnis yang berkembang dengan pesat. Kebutuhan jasa bengkel akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya jumlah kendaraan bermotor yang beredar dimasyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan bengkel Auto2000 Cabang Sungkono Surabaya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan metode deskriptif dan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan sampel yang diambil 96 orang. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan bengkel Auto2000 Cabang Sungkono Surabaya adalah positif dan signifikan untuk kualitas pelayanan dan lokasi, sedangkan negatif dan signifikan untuk harga. Dalam penelitian ini juga didapati variabel kualitas pelayanan sebagai variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Kata Kunci: Kualitas, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis jasa semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Menurut Kotler dan Armstrong, (2011:16) dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU PERTAMINA 54.612.64 DI SIDOARJO

Mochammad Toriq
toriquhammad@gmail.com
Soebari Martoatmodjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The background of this research is the development of transportation in Indonesia particularly land transportation which requires energy or fuel. This problem has an influence to the enhancement of Fuel selling (petroleum) which has become the primary needs in supporting their activity. The purpose of this research is to test the influence of facility and service quality variables to the customers' satisfaction at SPBU Pertamina 54.612.64 Sidoarjo. The samples collection technique has been performed by using accidental sampling and the samples are 100 people. Whereas, the analysis technique uses regression analysis. The result of simultaneous test shows that simultaneously facility and service quality is significant to the customers' satisfaction in refuelling gasoline at SPBU Pertamina 54.612.64 Sidoarjo. This result is supported by the correlation acquisition is 53,1% simultaneously shows the correlation or relationship among these variables to the customers' satisfaction who perform the refueling of gasoline at SPBU Pertamina 54.612.64 Sidoarjo has strong relationship. The result of partial test shows that each variable of facility and service quality have positive and significant influence to the customers' satisfaction who perform gasoline refuelling at SPBU Pertamina 54.612.64 Sidoarjo. This condition is indicated by obtain the acquisition of each significance level of this variable is less than 5%.

Keywords: Facility, Service Quality, Customers' Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya transportasi di Indonesia terutama di darat yang membutuhkan energi yaitu bahan bakar. Hal ini berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan BBM (bahan bakar minyak) yang menjadi kebutuhan primer dalam menunjang aktifitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina 54.612.64 di Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel berupa sampling aksidental dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan fasilitas dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU 54.612.64 Sidoarjo adalah signifikan. Hasil ini diperkuat dengan perolehan korelasi sebesar 53,1 % menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel tersebut secara simultan terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU 54.612.64 Sidoarjo memiliki hubungan yang cukup erat. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan masing-masing variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU 54.612.64 Sidoarjo. Kondisi ini diindikasikan dengan perolehan tingkat signifikansi masing-masing variabel tersebut dibawah 5%.

Kata kunci: Fasilitas, kualitas layanan, kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Kondisi peluang bisnis di Indonesia sangat bagus. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan perusahaan, baik itu bergerak di bidang jasa ataupun barang. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan tersebut juga sangat beragam. Salah satu produknya yaitu bahan bakar. Bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahan

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA
OJEK ONLINE "OM-JEK" JEMBER****EFFECT OF PRICE, PROMOTION, QUALITY OF SERVICE
ON CUSTOMER SATISFACTION SERVICE
OJEK ONLINE "OM-JEK" JEMBER**Rina Anggriana¹, Nurul Qomariah² dan Budi Santoso³^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember²E-mail:nurulqomariah@unmuhjember.ac.id, ³budisantoso@unmuhjember.ac.id**ABSTRAK**

Bisnis jasa saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis jasa merupakan salah satu bisnis yang berusaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang saat ini yaitu bisnis jasa transportasi roda dua atau sering disebut dengan nama ojek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan "Om-Jek" Jember. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan metode survei. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kwik survei dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel 95 orang responden. Penelitian ini menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* "Om-Jek" Jember. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* "Om-Jek" Jember.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan**ABSTRACT**

Business services today are increasingly diverse in order to meet the needs of people's lives. Business services is one business that strives to create customer satisfaction. One of the services business that is developing at this time is the business of two-wheeled transportation services or often referred to by the name of motorcycle taxi. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of price, promotion, quality of service to customer satisfaction partially. The population in this study is the customer "Om-Jek" Jember. This research includes quantitative research with survey method. The type of data used is primary data collected through the dispersion of cross-pollled by using purposive sampling method and the sample number of 95 respondents. This research uses multiple linear regression tool. The results showed that the variable price, promotion, service quality influence on customer satisfaction online ojek service "Om-Jek" Jember. Each variable has a positive and significant impact on customer satisfaction of online ojek service "Om-Jek" Jember.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality And Customer Satisfaction

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA**QUALITY ANALYSIS OF SERVICE, TRUST AND COOPERATION IMAGE ON SATISFACTION AND LOYALTY OF MEMBERS**¹Sutrisno, ²Dwi Cahyono, ³Nurul Qomariah^{1,2,3}Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah JemberEmail: ¹sutrisnokardjono@gmail.com, ²dwicahyono@unmuhjember.ac.id,
³nurulqomariah@unmuhjember.ac.id**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, citra koperasi terhadap kepuasan dan loyalitas anggota. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Koprimga "Anjasmoro" Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 84 responden, menggunakan perhitungan dengan rumus slovin. Alat analisis menggunakan path analysis. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, citra koperasi secara individu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota. Kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra koperasi secara individu berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota. Kepuasan anggota berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota. Analisis koefisien determinasi pada model 1 menunjukkan bahwa 44.6% kepuasan anggota Koprimga "Anjasmoro" dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra koperasi, sedangkan sisanya 55.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan. Analisis koefisien determinasi pada model 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, citra koperasi dan kepuasan anggota dapat mempengaruhi loyalitas anggota sebesar 60.4%, sedangkan sisanya 39.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan.

Kata Kunci: pelayanan, kepercayaan, citra, kepuasan dan loyalitas anggota

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of service quality, trust, image of cooperative to the satisfaction and loyalty of members. Quantitative descriptive research type with explanatory research design. The population in this study is all members of Koprimga "Anjasmoro" Jember. The sample used was 84 respondents, using calculation with slovin formula. Analyzer uses path analysis. The result of hypothesis test shows that service quality, trust, image of cooperative individually have a significant positive effect on member satisfaction. Quality of service, trust and image of cooperatives individually positively significant effect on member loyalty through member satisfaction. Member satisfaction positively significant influence on member loyalty. The analysis of coefficient of determination on model 1 shows that 44.6% satisfaction of members of Koprimga "Anjasmoro" is influenced by service quality, trust and image of cooperative, while the rest 55.4% influenced by other variables outside model or equation. Determination coefficient analysis in model 2 shows that service quality, trust, cooperative image and member satisfaction can influence member loyalty by 60.4%, while the remaining 39.6% is influenced by other variables outside model or equation.

Keywords: service, trust, image, satisfaction and member loyalty