

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan

Zakia Dwi Nurhalizah*, Syamruddin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana No.1, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

*zakiaadwinr05@gmail.com

Kata Kunci

kualitas pelayanan;
lokasi;
kepuasan konsumen

Abstrak Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan populasi dalam penelitian ini adalah 69,920 konsumen. Adapun teknik sampling yang digunakan proporsional menggunakan rumus slovin di peroleh sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis menggunakan pengujian instrument, pengujian asumsi klasik, pengujian regresi, pengujian autokorelasi dan koefisien determinasi serta pengujian hipotesis. Hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 83,0%% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,315 > 1,984)$. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 84,8% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,962 > 1,984)$. Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 1,221 + 0,332 X1 + 0,431 X2$. Nilai Koefisien determinasi sebesar 87,3% sedangkan sisanya sebesar 12,7 % dipengaruhi factor lain. Uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(332,213 > 3,08)$ Hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan.

Keywords:

service quality;
location;
consumer satisfaction

Abstract The purpose of this study was to determine the effect of service quality (X1) and location (X2) on customer satisfaction (Y) at Pertamina 34-15316 gas station, South Tangerang City. The method used in this research is quantitative with a descriptive approach and the population in this study were 69,920 consumers. The sampling technique used is proportional using the slovin formula to obtain a sample of 100 respondents. The analysis tool uses instrument testing, classical assumption testing, regression testing, autocorrelation testing and the coefficient of determination and hypothesis testing. The variable results of service quality have a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination of 83.0%% and hypothesis testing obtained $t \text{ count} > t \text{ table}$ or $(4,315 > 1,984)$. Location has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination of 84.8% and hypothesis testing obtained $t \text{ count} > t \text{ table}$ or $(5,962 > 1,984)$. Service Quality and Location have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation obtained regression equation $Y = 1.221 + 0.332 X1 + 0.431 X2$. The coefficient of determination is 87.3% while the remaining 12.7% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained $F_{hitung} > F_{tabel}$ or $(332.213 > 3.08)$ The results of the study concluded that there is a positive and significant influence both partially and simultaneously between service quality and location on customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha yang sangat dinamis menuntut setiap orang yang terlibat untuk mampu beradaptasi, berubah dan terus melakukan perbaikan Tujuan dari upaya tersebut tidak hanya untuk meningkatkan penjualan usaha, namun juga untuk mempertahankan pangsa pasar guna menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama suatu perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha dan perkembangan usaha Mengingat semakin banyaknya pelaku ekonomi, strategi pemasaran yang inovatif menjadi prasyarat bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan mempertahankan pelanggan Selain itu, penerapan strategi pemasaran yang baik dan layanan berkualitas tinggi juga penting untuk menguasai pangsa pasar.

Bahan bakar merupakan kebutuhan dasar manusia terutama dalam menunjang aktivitas sehari-hari seperti transportasi di darat, air dan udara Transportasi darat berkembang pesat di Indonesia dan telah menjadi hal yang penting bagi masyarakat Oleh karena itu, penyediaan bahan bakar berkualitas untuk mendukung kegiatan ini menjadi sangat penting.

PT Petrosea (Persero), perusahaan energi milik negara, bertanggung jawab atas produksi dan pasokan bahan bakar melalui jaringan SPBU (stasiun pengisian bahan bakar umum). Pertamina terus meningkatkan standar pelayanannya guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan terbaik. Salah satunya melalui program SPBU Pertamina Pasti Pas. Hal ini menjamin kualitas dan kuantitas bahan bakar, layanan yang ramah, dan fasilitas yang nyaman yang memenuhi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah tentang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen secara memadai dan berusaha memenuhi harapan pelanggan kepuasan konsumen dicirikan oleh perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja suatu produk atau layanan dengan harapan Bagi stasiun pengisian bahan bakar, menyediakan layanan berkualitas tinggi adalah cara paling penting untuk mengurangi keluhan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

SPBU No 34-15316 Kota Tangerang Selatan, menawarkan kualitas produk terjamin, fasilitas lengkap (mushola, mini market, ATM, toilet, dll), lokasi strategis, pelayanan prima dan strategi yang unik, Karyawan, dll memiliki beberapa manfaat Memenuhi kebutuhan konsumen SPBU tersebut mulai beroperasi pada tahun 2006 dan terletak di dekat komunitas yang ramai, sehingga berpotensi membuatnya lebih kompetitif dalam memenuhi kebutuhan konsumen lokal.

Penelitian tentang kepuasan konsumen umumnya dilakukan di sektor perbankan, rumah sakit, dan transportasi umum. Namun, penelitian yang secara khusus menggabungkan pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di sektor SPBU, khususnya di Tangerang Selatan, masih terbatas.

Menganalisis data konsumen memerlukan pendekatan sistematis untuk memahami pola, tren, dan faktor yang memengaruhi perilaku konsumen Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Yusran 2025), menjelaskan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal seperti kebutuhan dan preferensi, serta faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan lingkungan persaingan Lebih lanjut. Schiffman dan Kanuk (2015) dalam (Tanjung et al. 2022), menegaskan bahwa data konsumen merupakan indikator penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran dan layanan yang diterapkan oleh perusahaan.

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasabah PT. BPR Sehat Sejahtera di Universitas Pamulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan fungsi regresi variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,473 dan dilihat dari hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan t hitung 7,406 signifikan sebesar 0,000, t hitung 7,406 > dari t Tabel yang nilainya 1.982 dengan tingkat signifikan 0,000 kurang dari 0,05 maka dapat diketahui kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen. *Brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan persamaan regresi untuk variabel *brand image* memiliki nilai koefisien sebesar 0,485 dan dilihat dari uji t pada variabel brand image adalah 7,590 dan signifikan 0,000. T hitung < t Tabel yang nilainya 1.982 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat diketahui bahwa brand image terdapat hubungan yang signifikan dengan kepuasan konsumen. (Didi Sujadi & Maman Darmansyah, 2023)

Dalam penelitian lain yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor DRT di Kota Tangerang Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (3,240 > 1,986) dan diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,002 < 0,05). Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (5,992 > 1,986). dan diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,001 < 0,05). Kualitas Pelayanan dan Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (17,843 > 3,097). Hal ini juga diperkuat dengan p value < Sig.0,05 atau (0,001 < 0,05). (Agun Gunawan, 2023)

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono Pertiwi (2021:68), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa dan sumber daya manusia". Menurut Kotler (2019) dalam

(Arta Naibaho et al., 2022), kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Lokasi

Kotler dan Armstrong, (2020) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang diproduksi atau dijual dengan harga terjangkau dan tersedia untuk pasar sasaran. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2020) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Kepuasan konsumen

Menurut Kotler & Keller (2021:448) dalam (Andy, 2020), perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Jika kinerja atau pengalaman jauh di bawah ekspektasi, konsumen tidak akan puas. Jika sesuai dengan ekspektasi, konsumen menjadi puas. Jika melewati ekspektasi, konsumen akan menjadi sangat puas ataupun senang.

Menurut Oliver (2019) dalam (Rustanto & Syah, 2022), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, pelanggan akan kecewa.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variable melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2017) dalam (Azizah et al., 2022), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji reliabilitas

Tabel 1. Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,928	0,10	Reliabel
Lokasi (X2)	0,931	0,10	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,914	0,10	Reliabel

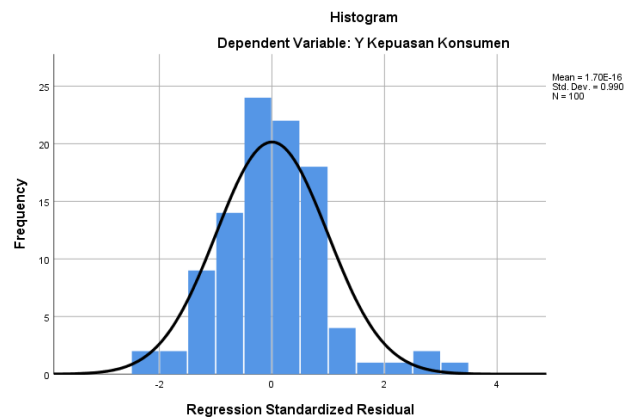
Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dikatakan reliabel dan baik sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji normalitas

Uji histogram

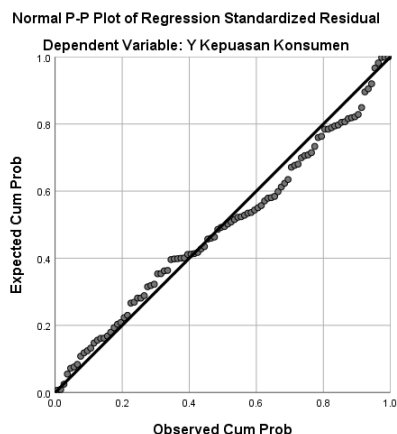
Tujuan dari uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak, untuk melihat hasil dari uji normalitas dapat dilihat dari uji histogram, uji p-plot, dan uji tabel statistic Kolmogorov Smirnov dengan pedoman yang digunakan dalam pengambilan Keputusan yaitu jika nilai signifikan $> 0,05$ maka terdistribusi normal dan nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi tidak normal

**Grafik 1.** Uji histogram.

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat dari hasil dalam uji normalitas menggunakan metode histogram terlihat bahwa garisnya menggunung maka pola distribusi normal.

P-plot



Grafik 2. Uji p-plot.

Sumber: *Output SPSS, Diolah 2025.*

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat hasil dalam uji normalitas menggunakan metode p-plot menghasilkan garis diagonal lurus maka pola tersebut terdistribusi dengan normal.

Uji kolmogorov-smirnov

Tabel 2. Uji kolmogorov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	100
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.70827092
Absolute	.079
Positive	.079
Negative	-.055
Test Statistic	.079
Asymp. Sig. (2-tailed)	.125 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Output SPSS, Diolah 2025.*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat hasil dari uji menggunakan tabel Kolmogorov Smirnov bahwa nilai asymp. Sig. lebih dari 0,05 dengan hasil 0,08, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal. Dapat disimpulkan bahwa data dari variabel bebas dan variabel terikat yang diteliti adalah data yang terdistribusi dengan normal.

Uji multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk melihat bahwa ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas. Untuk mengetahui hasilnya yang baik bahwa seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel-variabel bebas dengan cara pengambilan keputusan yaitu jika nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 3. Uji multikolinearitas

Coefficients ^a		
Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan (X1)	.145	6.890
Lokasi (X2)	.145	6.890

a. Dependent Variable: Y Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil dari uji multikolinearitas dengan melihat keputusannya:

- Tolerance value kualitas pelayanan $0,145 > 0.1$ dan VIF kualitas pelayanan $6.890 < 10.0$. tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 90%, nilai VIF kualitas pelayanan $6.890 < 10.0$. Sehingga variabel kualitas pelayanan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- Tolerance value Lokasi $0,145 > 0.1$ tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 90%, nilai VIF Promosi < 10.0 sehingga variabel promosi tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan korelasi antar anggota sampel. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW) dengan membandingkan antara nilai Durbin-Watson dengan kriteria atau pedoman dalam interpretasi.

Tabel 4. Uji autokorelasi dengan Durbin-Watson (DW)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.934 ^a	.873	.870	2.736	2.226

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk

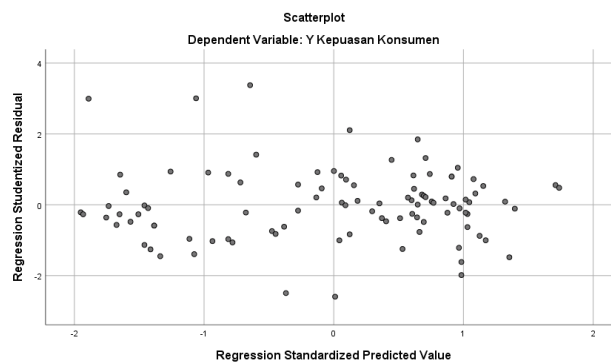
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,226 yang berada diantara interval 1,550-2,460 dengan keterangan tidak ada autokorelasi

Uji heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, dibantu dengan metode Scatter Plot, dalam pengambilan keputusannya jika nilai signifikan lebih dari 0,05, varian terbebas dari heteroskedastisitas. Maka dapat di implementasikan dengan metode Scatter Plot dan hasil dari uji heterosdastisitas itu sendiri dengan penjelasan rinci di bawah.



Grafik 3. Uji scatter plot.

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik menyebar secara acak baik diatas maupun di bawah pada angka 0 di sumbu y, yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi layak dipakai

Uji regresi linier sederhana

Tabel 5. Uji regresi linear sederhana variabel kualitas pelayanan

	Coefficients ^a				
	Unstandardized			Standardized	
	Coefficients			Coefficients	
	B	Std. Error		Beta	
(Constant)	2.330	1.144	2.037	.044	
Kualitas Pelayanan	.737	.034	.911	21.878	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS, Diolah 2025.*

Tabel 6. Hasil uji regresi linear sederhana variable Lokasi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized			Standardized	
	Coefficients			Coefficients	
	B	Std. Error		Beta	t Sig.
(Constant)	2.018	1.084		1.862	.066
Lokasi	.734	.031	.921	3.397	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS, Diolah 2025.*

$$Y = 2,330 + 0,737 X1 \text{ dan } Y = 2,018 + 0,734 X2$$

Berdasarkan tabel di atas variabel kualitas pelayanan (x1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,737 Artinya jika variabel kualitas pelayanan (x1) meningkat, maka kepuasan konsumen (y) akan meningkat sebesar 0,737. Kemudian variabel lokasi (x2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,734. Artinya jika variabel kualitas pelayanan (x1) meningkat, maka kepuasan konsumen (y) akan meningkat sebesar 0,734.

Uji regresi linear berganda

Tabel 7. Uji regresi linear berganda

	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		Std. Error	Beta	
(Constant)	1.221	1.015		1.204 .232
Kualitas Pelayanan	.332	.077	.410	4.315 .000
Lokasi	.431	.076	.541	5.692 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output* SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 1,221 + 0,332 X_1 + 0,431 X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 1.221 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) tidak dipertimbangkan maka Kepuasan Konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 1,221 poin.
- Nilai Kualitas Pelayanan (X1) 0,332 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Lokasi (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,332 poin.
- Nilai Lokasi (X2) 0,431 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Lokasi (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,431 poin.

Uji koefisien korelasi (r)

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian koefisien korelasi sebagaimana pada Tabel 8.

Tabel 8. Analisis koefisien korelasi secara parsial kualitas pelayanan(X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Correlations		
	Kualitas Pelayanan X1	Kepuasan Konsumen Y
Pearson Correlation	1	.911**
Sig. (2-tailed)		.000
N	100	100
Pearson Correlation	.911**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	100	100

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

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh hasil korelasi antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,911 yang berada di nilai interval nilai koefisien korelasi 0,80-1,000 artinya memiliki hubungan sangat kuat hasil ini sesuai dengan kriteria tabel koefisien korelasi.

Tabel 9. Analisis koefisien korelasi antara lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Correlations		
	Lokasi	Kepuasan Konsumen
Pearson Correlation	1	.921**
Sig. (2-tailed)		.000
N	100	100
Pearson Correlation	.921**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	100	100

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

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil korelasi antara Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,921 yang berada di interval nilai koefisien korelasi 0,80-1,000 artinya memiliki hubungan sangat kuat hasil ini sesuai dengan kriteria tabel koefisien korelasi.

Uji koefisien determinasi

Tujuan dari analisis koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa besar kemampuan pengaruh variabel bebas dapat menjelaskan variabel dependen. Dengan karakteristik jika jangkuan berkisar antara 0-1, dimana nilai yang dekat dengan 0 menunjukkan hubungan yang lemah antara kelompok variabel bebas dan variabel dependen, dan nilai yang dekat dengan 1 menunjukkan hubungan yang kuat antara kelompok variabel bebas dan variabel dependen.

Tabel 10. Uji koefisien determinasi secara parsial antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 ^a	.830	.828	3.144

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: *Output SPSS, Diolah 2025.*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,830 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 83,0% sedangkan sisanya sebesar (100-83,0%) =17% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Tabel 11. Uji koefisien determinasi secara parsial antara lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 ^a	.848	.847	2.972

a. Predictors: (Constant), Lokasi

Sumber: *Output SPSS, Diolah 2025.*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,848 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 84,8% sedangkan sisanya sebesar (100-84,8%) = 15,2 % dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Tabel 12. Uji koefisien dterminasi secara simultan antara kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	.873	.870	2.73605

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

Sumber: *Output SPSS, Diolah 2025.*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,873 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 87,3% sedangkan sisanya sebesar (100-87,3%) = 12,7 % dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Uji t (parsial)

Pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,5) dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel yaitu sebagai berikut.

- Jika nilai thitung < ttabel berarti H0 diterima, dan H1 ditolak.
- Jika nilai thitung > ttabel berarti H0 ditolak, dan H1 diterima.

Adapun menentukan besarnya nilai t tabel dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = ta.df \text{ (Tarf Alpha x Degree of Freedom)}$$

a = taraf nyata 5%

df = (n-2) maka diperoleh (100-2) = 98, maka t tabel 1,984.

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai t hitung > t tabel atau o value < Sig.0.05.

Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Menentukan rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

H0: p = 0 = Diduga tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan.

Ha1: p ≠ 0 = Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, KotaTangerang Selatan.

Adapun pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26, dengan hasil sebagaimana pada Tabel 13.

Tabel 13. Uji hipotesis (uji t) variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.221	1.015		1.204	.232
Kualitas Pelayanan (X1)	.332	.077	.410	4.315	.000
Lokasi (X2)	.431	.076	.541	5.692	.000

a. Dependent Variable: Y Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan signifikansinya 0,05 dan $df = n-k = 100-2 = 98$, maka didapat nilai t tabel = 1.984, maka berdasarkan pengambilan Keputusan dari hasil uji t dapat di lihat:

- Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
 Hasil pengujian variabel fasilitas secara parsial menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,315 sedangkan t tabel sebesar 1.984 dimana t hitung lebih besar dari t tabel atau $4,315 > 1.984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya signifikan dan bernilai positif, maka Hal diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel ualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen
 Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan secara parsial menunjukkan bahwa t hitung sebesar 5,962 sedangkan t tabel sebesar 1.984 dimana t hitung lebih besar dari t tabel atau $5,962 > 1.984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya signifikan dan bernilai positif, maka Ha2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel okasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (simultan)

Untuk pengujian pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina 34 15316, Kota Tangerang Selatan, dilakukan dengan uji statistik F (uji simultan) dengan signifikansi 5%. Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,5) yaitu membandingkan antara nilai Fhitung dengan Ftabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai Fhitung < Ftabel berarti H0 diterima, dan H3 ditolak.
- Jika nilai Fhitung > Ftabel berarti H0 ditolak, dan H3 diterima.

Untuk menentukan besarnya F tabel dicari dengan ketentuan $df = (n-k-1)$, maka diperoleh $(100-2-1) = 97$, jadi $F_{tabel} = 3,08$. Kriteria dikatakan signifikan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p\text{-value} < \text{Sig. } 0,5$.

Selanjutnya menentukan rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

- H_0 : $\rho = 0$: Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan.
- H_a : $\rho \neq 0$: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan.

Adapun hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26, dengan hasil sebagaimana pada Tabel 14.

Tabel 14. Uji hipotesis (uji F) secara simultan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4973.862	2	2486.931	332.213	.000 ^b
Residual	726.138	97	7.486		
Total	5700.000	99			

a. Dependent Variable: Y Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), X2 Lokasi, X1 Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS, Diolah 2025.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} 332,213 dengan signifikan 0,000 dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) maka diperoleh nilai dari F_{tabel} 3,09 yang didapat dari $df_1 = k-1 = 2$ dan $df_2 = n-k = 97$ (2;97). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($332,213 > 3,09$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) lebih kecil dari batas signifikansi ($\alpha=0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan dalam penentuan hipotesis, H_1 diterima artinya variabel kualitas pelayanan, lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 2,330 + 0,737 X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,911 artinya memiliki hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi sebesar 83,0% sedangkan sisanya sebesar 17% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 4,315 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.984. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $4,315 > 1.984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$. Dengan

demikian maka H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian dari Didi Sujadi & Maman Darmansyah, (2023) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasabah PT.BPR Sehat Sejahtera di Universitas Pamulang. Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan menghasilkan t hitung 7,406 signifikan sebesar 0,000, T hitung 7,406 > dari t Tabel yang nilainya 1.982 dengan tingkat signifikan 0,000 kurang dari 0,05.

Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil statistik dapat diketahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen diperoleh persamaan regresi $Y = 2,018 + 0,734 X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,921 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,848. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 84,8%. Sedangkan sisanya sebesar $(100-84,8\%) = 15,2\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Uji hipotesis diperoleh t hitung sebesar 5,962 sedangkan t tabel sebesar 1.984 di mana t hitung lebih besar dari t tabel atau $5,962 > 1.984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya signifikan dan bernilai positif, maka H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk itu hipotesis menyatakan terdapat pengaruh secara parsial antara lokasi terhadap kepuasan konsumen diterima.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Agun Gunawan, (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel motor DRT di Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana diperoleh nilai t hitung > t tabel atau $(5,992 > 1,986)$.

Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh dari persamaan regresi $Y = 1,221 + 0,332 X_1 + 0,431 X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,830. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 83,0%. Sedangkan sisanya sebesar $(100-83,0\%) = 17\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung 332,213 dengan signifikansi 0,000 dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Maka diperoleh F hitung > F tabel $(332,213 > 3,08)$ dan nilai signifikan $(0,000 < 0,05)$ lebih kecil dari batas signifikansi ($\alpha=0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a

diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,315 > 1,984)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\text{ value} < \text{Sig. } 0,5$ atau $(0,000 < 0,5)$. Dengan demikian, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,962 > 1,984)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\text{ value} < \text{Sig. } 0,5$ atau $(0,000 < 0,5)$. Dengan demikian, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lokasi terhadap kepuasan konsumen SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan.

Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada 5% (0,05) maka diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(332,213 > 3,08)$. Hal ini juga diperkuat dengan $p\text{ value} < \text{Sig. } 0,5$ atau $(0,000 < 0,5)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan.

Untuk penelitian berikutnya disarankan agar lebih fokus pada faktor lainnya yaitu tempat atau lokasi. Kemudian faktor promosi melalui digital marketing dan manajemen hubungan pelanggan perlu pula diteliti. Selain itu strategi bisnis yang dilakukan selama ini perlu diperbaiki agar keputusan pembelian semakin meningkat. Faktor-faktor tersebut dapat dijadikan sebagai variabel pada penelitian selanjutnya.

PENGHARGAAN

Penelitian ini dibiayai secara mandiri tanpa ada bantuan dan dukungan dana dari pihak lain atau pihak ketiga. Ucapan terima kasih disampaikan kepada segenap manajemen SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan, yang telah bersedia memberikan data, waktu, dan tempat sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan sudah bisa dipublikasikan pada Jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

Agun Gunawan, J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan

- Pelanggan pada Bengkel Motor DRT di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 87–98.
- Andy, L. (2020). PADA PRODUK LAPTOP DENGAN CPU AMD RYZEN DI JAKARTA UTARA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Arta Naibaho, U., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1346>.
- Azizah, Y., Febriani, A., Chaniago, S., & Setiawati, M. (2022). Peningkatan Minat Siswa Dalam Mapel Geografi Dan Peran Guru Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas Xi Sman 1 X Koto Singkarak. *Jurnal Eduscience*, 9(2), 505–514. <https://doi.org/10.36987/jes.v9i2.3006>.
- Didi Sujadi, & Maman Darmansyah. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen. *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1239–1249.
- Hardono. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 4(1), 62–85.
- Muniroh, L., Kuraesin, E., Hasnin, H. R., & Al Mukharam, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *INOVATOR Учредители: LPPM Universitas Ibn Khaldun Bogor*, 10(1).
- Ria, A. M., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 11-19.
- Rustanto, A. E., & Syah, D. O. (2022). Kualitas Pelayanan Perizinan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelaku Usaha UMKM Di Pulo Gadung Jakarta Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 318–326. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.70>.
- Tanjung, A., Hermiyetti, & Paliyang, Z. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli (Study kasus: Pembeli Mobil Wuling Conferto di Bekasi) Analysis Of Factors Affecting Interest To Buy. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 260–269. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms> (Diakses pada : 03 April 2023)
- Yusran, H. L., Judijanto, L., Supriyanto, A., Heirunissa, H., & Syaepudin, S. (2025). *Pemasaran Stratetik: Teori dan Implementasi*. Jakarta: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.