



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

**(Studi Kasus pada SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari
Panyabungan)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

SUPRIANTO
NIM. 15 402 00070

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

**(Studi kasus SPBU 14.227.318, PT. Panca Hammar
Lestari Panyabungan)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

SUPRIANTO
NIM. 15 402 00070

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP.19780818 200901 1 015

PEMBIMBING II

Hamni Fadillah Nasution, M.Pd.
NIP.19830317 201801 2 001

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi : Padangsidempuan, 15 Desember 2020
a.n SUPRIANTO Kepada Yth:
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidempuan
Di_
Padangsidempuan

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n SUPRIANTO yang berjudul: "**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 14227318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani Sidang Munaqasah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

PEMBIMBING I

**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015**

PEMBIMBING II

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUPRIANTO
NIM : 15 402 00070
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 14227318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan).**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 28 Agustus 2020
ya yang Menyatakan,



SUPRIANTO
NIM. 15 402 00070

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai Civitas Akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SUPRIANTO
Nim : 15 402 00070
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exsklusive Royalty Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 14227318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 28 Agustus 2020

yang menyatakan,



SUPRIANTO
NIM: 15 402 00070



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI

SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Suprianto
NIM : 15 402 00070
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap
Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 14.227.318 PT.
Panca Hammar Lestari Panyabungan)

Ketua

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

Sekretaris

Nurul Izzah, M.Si.
NIP. 19900122 201801 2 003

Anggota

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

Nurul Izzah, M.Si.
NIP. 19900122 201801 2 003

Windari, SE., M.A.
NIP. 19830510 201503 2 003

Damri Batubara, M.A.
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari / Tanggal : Kamis / 08 April 2021
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil / Nilai : LULUS / 75,75 (B)
IPK : 3,23
Predikat : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT. PANCA HAMMAR LESTARI
PANYABUNGAN**

**NAMA : SUPRIANTO
NIM : 15 402 00070**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 02 Juli 2021
Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Suprianto
Nim : 15 402 00070
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

SPBU memiliki persaingan yang sangat kompetitif dalam dunia pemasaran jasa dan produk. SPBU 14.227.318 Panyabungan merupakan SPBU tertua di Panyabungan. Meskipun tertua namun SPBU 14.227.318 Panyabungan tetap akan melakukan inovasi dan siap bersaing dengan SPBU lainnya. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan. Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memperluas wawasan dan pengetahuan bagi peneliti sendiri, pihak akademis, untuk PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan dan peneliti selanjutnya.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, sedangkan fasilitas merupakan sarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa, dan untuk kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 69 responden. Adapun uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji F dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang dilakukan menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan, tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan, terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan modal yang berharga untuk menciptakan kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

Kata Kunci : kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 14227318 PT. Panca Hammar lestari Panyabungan)**”. Tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.Ag., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlilah, M.Pd., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda Selamat, Ibunda Leli Warni, Saudara saya Eliadi Efendra, Ahmad Syahril dan Bungkus Adek Irawan dan Saudari Nur Jannah) yang paling berjasa dalam hidup penulis. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

8. Untuk sahabat peneliti Saleh Afif Siregar, Abdul Rahim, Ayu Monica Ager Salim, Leyla Rahmadani, Muhammad Hakim, Amaluddin Hasibuan, dan seluruh kerabat Mahasiswa Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis 1) tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, dan teman-teman angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan terkhusus kepada Choirunnisa Triana Harahap, Rizki Sri Wahyuni, Anggi Dwi Iestari Munthe, Azis Muslim, Abdul Malik, Zulhamdi, Zul Fadli Harahap, Alvin Ramadhi Siregar, Mhd Awaluddin, Yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Terimakasih juga kepada teman-teman KKL 2018 kelompok 56 Kecamatan Marancar Desa Marancar Godang dan seluruh warga desa marancar Godang yang telah membantu saya untuk menyelesaikan salah satu kewajiban saya untuk mengikuti KKL.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal Alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Agustus 2020
Peneliti

SUPRIANTO
NIM. 15 402 00070

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	
1. Kepuasan Pelanggan	15
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
b. Proses mengetahui Harapan Pelanggan.....	19
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	21
d. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	23
e. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam.....	23
2. Kualitas Pelayanan.....	25
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
b. Indikator Kualitas Pelayanan	26
c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	30
3. Fasilitas	31
a. Pengertian Fasilitas	31

b. Hal-Hal Yang Disampaikan Dalam Fasilitas	33
c. Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas.....	34
d. Indikator Fasilitas.....	36
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	43
D. Sumber Data	44
1. Data Primer	45
2. Data Sekunder	45
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	45
1. Angket.....	46
2. Wawancara.....	48
3. Observasi.....	48
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	49
G. Analisis Data.....	50
1. Uji Normalitas.....	50
2. Uji Linearitas.....	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	51
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
5. Uji Hipotesis.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum Lokasi Penelitian	58
1. Sejarah PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.....	58
2. Kondisi Geografis	59
3. Visi dan Misi.....	60
4. Struktur Organisasi.....	60
B. Karakteristik Tanggapan Responden	62
1. Kualitas Pelayanan	63
2. Fasilitas	65
3. Kepuasan	66
C. Hasil Penelitian	68
1. Uji Validitas	68
2. Uji Reliabilitas	70
3. Analisis Data.....	71

a. Uji Normalitas.....	71
b. Uji Linearitas	71
c. Uji Asumsi Klasik.....	73
d. Analisis Regresi Linear Berganda	75
e. Uji Hipotesis	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian	78
E. Keterbatasan Penelitian.....	82
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Perkembangan jumlah Sepeda Motor	2
Tabel I.2	Data Jumlah Keluhan Konsumen	4
Tabel I.3	Defenisi Operasional Variabel	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel III.1	Nilai Untuk Jawaban.....	47
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket.....	47
Tabel III.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel IV.1	Karakteristik Responden`	62
Tabel IV.2	Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan	63
Tabel IV.3	Tanggapan Responden Variabel Fasilitas.....	65
Tabel IV.4	Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	66
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	68
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	69
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	69
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel IV.9	Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	71
Tabel IV.10	Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
Tabel IV.11	Hasil Uji Linearitas Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
Tabel IV.12	Hasil Uji Multi Kolinearitas	73
Tabel IV.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel IV.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel IV.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
Tabel IV.16	Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	77
Tabel IV.17	Hasil Uji simultan (Uji F).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	40
Gambar IV.1 Struktur Organisasi	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Instrumen Wawancara
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Jawaban Angket Penelitian
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 8 Hasil Uji Homogenitas
- Lampiran 9 Hasil Uji *Mann-whitney*
- Lampiran 10 Permohonan Surat Riset
- Lampiran 11 Balasan Surat Riset
- Lampiran 12 Permohonan Kesiediaan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 13 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini persaingan di dunia perdagangan semakin dinamis, dan hal itu mendorong banyaknya bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ataupun barang. Para pelaku usaha berlomba-lomba berupaya memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan sehingga para produsen dapat memastikan bahwa konsumennya tetap loyal meski terjadi perubahan. Selera pelanggan dan perubahan yang terjadi dilingkungan sekitar turut ambil di dalamnya.

Para pengusaha harus jeli memanfaatkan peluang bisnis yang ada, mengidentifikasi kebutuhan individu untuk mendapatkan dan menggunakan barang maupun jasa di dalam proses keputusan pembelian pelanggan. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan sangat beragam. Perusahaan tentu saja ingin mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang diinginkan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya.

Dengan banyaknya pelaku bisnis, membuat pelaku usaha wajib menerapkan strategi pemasaran yang inovatif agar dapat bersaing dan mampu melangsungkan bisnisnya dengan mempertahankan pelanggan, sehingga pelanggan tetap loyal

terhadap produk yang ditawarkan. Dengan meningkatnya kuantitas produk dan pelaku bisnis di pasar, maka tingkat persaingan semakin meningkat tajam dari tahun ke tahun.

Pendapatan laba yang maksimal dilakukan melalui penguasaan pangsa pasar dengan strategi pemasaran dan pelayanan. Salah satu produk yang dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat adalah bahan bakar, karena bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat diperlukan manusia dalam menunjang segala aktivitasnya.

Bahan bakar digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti transportasi pada umumnya. Transportasi di Indonesia sudah sangat berkembang baik transportasi darat, laut dan udara. Transportasi darat sendiri sudah berkembang dan menjadi kebutuhan vital, dapat dilihat dari jumlah pengendara kendaraan pribadi yang terus meningkat (Tabel I.1). Akibatnya, kebutuhan akan bahan bakar terus meningkat.

Tabel I.1
Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis
Tahun 2009-2014

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2009	1.378	19	762	16.977	19.136
2010	1.500	20	847	24.658	27.025
2011	1.729	23	1.000	35.013	37.765
2012	1.502	7	724	19.198	21.431
2013	1.826	12	797	18.216	20.851
2014	2.834	10	1.381	18.629	22.854

Sumber: BPS – Polres Mandailing Natal

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang memproduksi serta menyediakan bahan bakar adalah PT. Pertamina (Persero). Pertamina terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang kerja sama dengan BUMN sebagai sarana untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan oleh Pertamina.

SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan terletak di pusat kota Panyabungan yang dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan karena posisinya yang strategis. PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan perlu menyusun alternatif strategi pemasaran yang tepat dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar, karena di Panyabungan ada SPBU lain yang siap bersaing untuk menarik pelanggan dengan produk-produk, pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh pesaing dan tidak menutup kemungkinan pelanggan berpindah ke pesaing.

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan jasa atau hasil terhadap ekspektasi mereka.¹ Kepuasan juga dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.²

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 138–39.

² Noor Fuad, “Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritgel” (Universitas Diponegoro Semarang, Skripsi, 2013), hal. 5.

SPBU PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan harus menjaga kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, memperbanyak produk dan memperbaiki fasilitas yang tersedia, supaya pelanggan tetap loyal terhadap SPBU PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh SPBU PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan akan menjadi pelanggan yang loyal dan setia.

Di bawah ini merupakan data banyaknya keluhan ketidakpuasan konsumen SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari panyabungan dilihat dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

Tabel I.2
Data Jumlah Keluhan Konsumen SPBU 14.227.318
Pada Tahun 2017-2018

Tahun	Jumlah pelanggan yang menyampaikan keluhan					
	Jenis keluhan					
	Takaran		Pelayanan		Kebersihan	
2017	7 orang	20%	19 orang	54,3%	9 orang	25,7%
2018	31 orang	24,8%	65 orang	52%	29 orang	23,2%

Sumber: SPBU PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.

Penyampaian keluhan pelanggan dilakukan dengan mengisi form Keluhan Pelanggan yang tersedia di SPBU 14.227.318. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan jumlah keluhan setelah diterapkannya sistem pengaduan keluhan melalui telepon seluler pemilik SPBU dimana telah ditempel nomor telepon pemilik pada setiap pos pengisian. Keluhan pelanggan segera ditindak lanjuti

oleh pihak SPBU setelah dilakukannya pengaduan. Kategori keluhan terbagi menjadi 3 jenis, yaitu: takaran, pelayanan dan kebersihan.

Pada tabel 2 diketahui bahwa pada tahun 2017 maupun 2018 keluhan konsumen terbanyak terjadi pada keluhan jenis pelayanan, yaitu 54,3% pada tahun 2017 dan 52% pada tahun 2018. Kemudian keluhan jenis takaran pada tahun 2017 adalah sebesar 20% dan 24,8% pada tahun 2018. Dan yang terakhir, keluhan jenis kebersihan pada tahun 2017 adalah sebesar 25,75% dan tahun berikutnya sebesar 23,2%.

Menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan bahwasanya pelanggan masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai SPBU 14.227.318 tidak sesuai dengan standar operasional pelayanan.³ Menurut pendapat saudara saleh afif selaku mahasiswa mengatakan “SPBU 14.227.318 Panyabungan adalah salah satu SPBU yang mudah dijangkau karena tempatnya strategis akan tetapi pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan dan fasilitas yang tersedia masih kurang memadai baik dari mushollah-nya terlalu kecil dan fasilitas lain seperti kamar mandi yang kurang bersih dan rest area terlalu kecil”.

Berdasarkan penjelasan di atas tentu dapat dilihat bagaimana tingkat kepuasan yang harus diberikan kepada pelanggan guna untuk meningkatkan loyalitas dan

³ Wawancara dengan pelanggan SPBU 14.227.318 panyabungan yaitu saleh afif siregar, minggu 20 oktober 2019 pukul 14.25 wib.

pengalaman yang baik terhadap para pelanggan dengan menghilangkan segala bentuk masalah untuk mengurangi *complain* atau kerugian dari kedua belah pihak dengan tujuan meningkatkan penjualan dari PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan agar untung yang dapat di capai lebih meningkat, karena pelanggan pastinya menginginkan yang terbaik pada saat melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya.⁴ Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap SPBU yang akhirnya konsumen akan tetap loyal pada SPBU tersebut.⁵

Peranan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian. Kepuasan yang dirasakan pelanggan sangat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. SPBU dituntut untuk bersaing, tidak hanya dalam aspek produk tetapi banyak hal yang perlu diperhatikan, diantaranya kualitas dan pelayanan yang baik terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas adalah kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Salah satu pendukung

⁴ Lijan Poltak Sinambella, *Reformasi Pelayanan Public* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hal. 3.

⁵ Mayang Septa Mardiyani, "Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan" (Universitas Diponegoro Semarang, skripsi, 2013), hal. 3.

fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Elemen dari desain fasilitas pelayanan meliputi elemen fisik seperti layout, kondisi fasilitas, kelengkapan, penggunaan teknologi sebagai sarana dalam pemberian jasa, dan dekorasi yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.⁶

Segala sesuatu yang dapat memperlancar pekerjaan atau usaha mencapai suatu tujuan dapat disebut sebagai fasilitas, untuk itu PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan membuat usaha yang dapat mempermudah dan membantu pekerjaan, contohnya ada musholla, jalur cepat, taman, res area, mini market, kantor dan lahan yang lumayan luas.

Pihak SPBU harus dapat menganalisis keluhan-keluhan dari konsumen dan memperbaiki kekurangan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Untuk dapat mempertahankan pelanggan, pihak SPBU harus melakukan evaluasi terhadap keluhan yang diberikan oleh pelanggan, Sehingga ketidakpuasan pelanggan dapat dikurangi. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan Penelitian untuk menganalisis kualitas pelayanan, dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan pada SPBU 14.227.318. dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan).**

B. Identifikasi Masalah

⁶ Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayu Media, 2005), hal. 136.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Beberapa pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.
2. Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.
3. Fasilitas yang diberikan PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan kepada pelanggan kurang memadai.
4. Adanya pesaing yang siap memberikan yang terbaik kepada pelanggan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka permasalahan-permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini perlu dibatasi. Maka penelitian ini difokuskan pada Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan).

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Variabel yang digunakan

dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat, adapun definisi operasional variabel sebagai berikut.⁷

Tabel I.3
Definisi Operasional Variabel

No	Jenis variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas. 2. Terpenuinya harapan pelanggan. 3. Selalu membeli produk. 	Interval
2	Pelayanan (X ₁)	Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wujud fisik. 2. Keandalan. 3. Ketanggapan. 4. Jaminan. 5. Empati. 	Interval
3	Fasilitas (X ₂)	Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan spasial. 2. Perencanaan ruang. 3. Perlengkapan dan perabot. 4. Unsur pendukung lainnya. 	Interval

⁷ S. Margono, Metodologi Penelitian Pendidikan (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 133.

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hal. 177.

⁹ M. Nur Rianto, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah (Jakarta: Alfabeta, 2012), hal. 197.

		memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. ¹⁰		
--	--	---	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan?
2. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.

¹⁰ Ninik Srijani dan Achmad Sukma Hidayat “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Convergence Center,” *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, Vol. 7, hal. 33.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi peneliti.
 - a. Sebagai sarana untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik untuk memuaskan konsumen di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.
 - b. Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik untuk memuaskan konsumen di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.
2. Bagi PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.
 - a. Sebagai bahan acuan bagi PT. Panca Hammar Lestari untuk memaksimalkan kualitas pelayanan dan fasilitas agar pelanggan dapat merasakan kepuasan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas agar tercapainya tujuan untuk memuaskan pelanggan.
3. Bagi pihak akademis.

penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan bukti empiris yang diharapkan dapat menambah pengetahuan cakrawala berpikir.

H. Sistematika Pembahasan

1. Pendahuluan, di dalamnya memuat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa-beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, pemerintah, dunia akademik dan para pembaca.

2. Landasan Teori, di dalamnya memuat tentang kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori-teori berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasikannya sehingga akan terlihat jelas masalah yang terjadi. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat dan dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori yang ada tentang variabel penelitian akan digambarkan

bagaimana hubungan antara variabel dalam bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

- 3. Metode Penelitian**, di dalamnya memuat tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, instrumen pengumpulan data, dan analisis data. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan penelitian, baik dengan menggunakan studi kepustakaan, dokumentasi, dan lain sebagainya. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian ini.
- 4. Hasil Penelitian**, di dalamnya memuat tentang deskripsi data penelitian, hasil analisis penelitian dan pembahasan penelitian. Secara umum, mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan dalam metode penelitian sehingga memperoleh hasil analisa yang akan dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.
- 5. Penutup**, di dalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh bagian bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang

kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan berakhir pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan yang sesungguhnya dirasakan pelanggan sebenarnya adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas produk tersebut. Di dalam mengevaluasi kualitas suatu produk atau jasa, pelanggan akan menilai berbagai atribut (dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk).

Menurut Engel et al kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembelian dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan. Pakar pemasaran Kotler mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.¹¹

Ada kesamaan diantara beberapa definisi di atas yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

¹¹ Nasution, Manajemen Jasa Terpadu (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 104.

Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi mereka. Sebagai distributor produk perlu mengetahui berapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan tersebut, antara lain¹² adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar maka harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari orang lain dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan, terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

¹² Nasution, hal. 110.

Menurut Tjiptono, ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan,¹³ yaitu:

1. Strategi *Relationship Marketing*

Merupakan strategi dimana suatu transaksi antara penjual dan pembeli berkelanjutan dan tidak berakhir setelah proses penjualan selesai. Dengan kata lain terjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus.

2. Strategi *Superior Customer Service*

Merupakan strategi dimana perusahaan berorientasi untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Perusahaan yang menggunakan strategi ini, akan memperoleh manfaat yang sangat besar dari pelayanan yang lebih baik. Meskipun pada akhirnya strategi ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia (SDM), dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan superior.

3. Strategi *Unconditional Service Guarantee*

Strategi ini berisikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi kebijakan program penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dalam hal ini mutlak dirancang untuk meringankan risiko atau kerugian pelanggan, dalam hal yang

¹³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama* (Malang: Bayu Media, 2001), hal. 319.

tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayar oleh pelanggan.

4. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang penting bagi terwujudnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Karena semakin lama keluhan ditangani, maka pelanggan akan berpikir bahwa perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semua pihak yang ada dalam perusahaan berhak dan wajib turut campur dalam penanganan keluhan terutama pihak manajemen puncak.

5. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan

Melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship. Dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan *empowerment* (mengaktualisasikan potensi yang sudah ada yang lebih besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya).

6. Menerapkan *Quality Function Deployment*

Strategi ini untuk merancang proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan, QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Dengan demikian QFD memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga mencapai efektivitas maksimum. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk secepat mungkin.

b. Proses Mengetahui Harapan Pelanggan

Apabila pelanggan telah diidentifikasi dalam segmen pasar yang menjadi target dari perusahaan untuk suatu produk tertentu, maka harapan pelanggan dapat ditentukan,¹⁴ sebagai berikut:

- 1) Tingkat performansi yang di butuhkan untuk memenuhi harapan pelanggan karakteristik produk yang diinginkan pelanggan pada umumnya seperti karakteristik lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik. Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yaitu dimensi waktu menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk. Dimensi biaya menggambarkan harga yang muara dari suatu produk.

¹⁴ Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2012), hal. 192.

- 2) Sesuatu yang lebih baik dari produk (barang dan jasa), hal ini paling sulit untuk berguna dalam memahami harapan pelanggan.
- 3) Ditentukan melalui pengajuan pertanyaan tentang berapa tingkat performansi yang dibutuhkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.
- 4) Karakteristik produk yang diharapkan pelanggan dapat dipandang sebagai suatu hirarki progresif dari tiga tingkat, yaitu harapan dasar, spesifikasi dan kebutuhan serta kesenangan atau kegembiraan. Ketiga tingkat ekspektasi pelanggan dikenal sebagai harapan harapan implisit. Harapan eksplisit dan harapan tersembunyi.
- 5) Kepentingan relatif (urutan prioritas) dari setiap karakteristik. Dengan adanya karakteristik kualitas yang diinginkan pelanggan yang saling bertentangan, perlu dilakukan peningkatan terhadap karakteristik. Agar dapat menemukan kepentingan relatif dari masing-masing karakteristik yang diinginkan pelanggan tersebut.
- 6) Kepuasan pelanggan berdasarkan performansi sekarang. Dengan membandingkan produk yang ditawarkan atau diberikan kepada pelanggan dengan adanya performansi tersebut teridentifikasi apakah pelanggan akan puas atau tidak dalam mengkonsumsi produk.
- 7) Diperoleh berbagai strategi perbaikan kualitas dapat diambil guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan,¹⁵ antara lain adalah:

1) Sistem Keluhan dan Sasaran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan sasaran. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan customer hot lines. Dari hasil informasi-informasi akan dapat memberikan ide-ide atau masukan kepada perusahaan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah-masalah yang muncul.

2) *Ghost Shopping*

Ghost Shopping adalah salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensi terhadap perusahaan dan pesaing. Dengan dasar ini mereka akan mendapat suatu informasi untuk mengerti kekuatan-kekuatan dan kelemahan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman pembeli produk-produk selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan, baik perusahaan yang bersangkutan maupun pesaing.

¹⁵ Danang Sunyoto, *Pengukuran Tingkat Pelanggan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 37.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi. Bukan hanya *Exit Interview* saja yang perlu, akan tetapi pemantauan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik survei melalui post, telephone, maupun wawancara pribadi melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggap balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para pelanggannya. Adapun cara untuk mempertahankan pelanggan adalah memperbaiki hubungan dengan mitra kerja, membangun ikatan dan loyalitas dengan pelanggan akhir dan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi seperti menawarkan harga yang lebih murah atau rangsangan lain.

Menurut Tjipto dan Diana ada beberapa manfaat yang akan diterima perusahaan apabila tercapainya tingkat kepuasan dari pelanggan. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang tinggi yaitu:¹⁶

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan akan harmonis.

¹⁶ Tjiptono dan Diana, *Total Quality Management* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), hal. 102.

2. Akan menjadi dasar yang baik untuk pembelian yang berulang-ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya kesetiaan pelanggan terhadap produk yang digunakan.
4. Menjadi bahan rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) untuk kinsmen lain.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan.

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk
yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.
3. Selalu membeli produk
Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

e. Konsep Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadikan tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara

harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.¹⁷

Di dalam Al Qur'an dijelaskan bahwasanya perilaku konsumen dalam memilih suatu barang/produk ataupun makanan yang halal bagi manusia untuk dikonsumsi, seperti dalam QS. Al-Baqarah: 168.¹⁸

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ
الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (Q.S. Al-baqarah: 168).

Dari arti ayat di atas tidak semua yang ada di dunia ini halal untuk dimakan atau digunakan, misalnya Allah yang menciptakan ular berbisa bukan untuk dimakan, dengan demikian tidak semua yang diciptakan-Nya untuk dimakan manusia, walau semua yang diciptakan-Nya untuk kepentingan manusia, karena Allah memerintahkan untuk memakan yang halal saja.¹⁹

¹⁷ Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: GIP, 1997), hal. 69.

¹⁸Al-Qur'an, Al-Baqarah: 168.

¹⁹ Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Tafsir Ringkas Al-Qur'an Al-Karim jilid I*, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2016), hlm. 72

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan pedoman dasar pemasaran jasa, karena ini produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.²⁰

Pelayanan yang disediakan suatu perusahaan harus memiliki karakteristik tertentu, di samping persoalan keterjangkauan dan ketersediaan. Karakteristik itu harus mencakup elemen dan karakteristik mutu. Elemen kepuasan konsumen merupakan hal yang terpenting. Jika pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tidak dapat menerimanya, walaupun pelayanan tersebut tersedia, mudah didapat, dan mudah dijangkau.

Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang ditawarkan merupakan hal penting dalam perusahaan SPBU. Namun, kualitas pelayanan harus berasal dari perspektif konsumen karena pelayanan merupakan jasa yang diterima oleh konsumen tersebut.

Konsep kualitas pada dasarnya bersifat relatif yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lainnya: persepsi konsumen, produk (jasa), proses untuk berwujud barang ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan

²⁰ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 56.

dengan jelas tetapi tidak untuk satu jasa. Untuk jasa produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Konsistensi kualitas suatu jasa untuk orientasi tersebut dapat memberikan kontribusi kepada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan dan profitabilitas organisasi. Hal tersebut apabila dianalisis jauh hubungannya antara kualitas dan keuntungan jangka panjang terlihat dalam dua hal yaitu faktor keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan produk.²¹

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Prasuraman didalam buku Jasfar ada lima dimensi kualitas pelayanan yang biasa dijadikan indikator,²² antara lain yaitu:

1. Wujud Fisik (*Tangibles*)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian dalam dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

2. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk

²¹ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 175.

²² Farida Jasfar, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hal. 51.

dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memeriksa jasa yang dibutuhkan konsumen.

4. Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keraguan pasien dan terbebas dari bahaya dan risiko.

5. Empati (*Empathy*)

Meliputi sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, seperti komunikasi yang baik baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

Menurut Jhon Sviokla kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek-aspek sebagai berikut,²³ yaitu:

1. Kinerja

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merk, atribut yang dapat diukur dan aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

²³ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, hal. 176.

2. Keragaman Produk

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini pelanggan) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

3. Keandalan

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang tidak handal mengalami kerusakan.

4. Kesesuaian

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standart dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.

5. Ketahanan atau Daya Tahan

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomi maupun teknis. Secara teknis ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis ketahanan diartikan sebagai usia ekonomi suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan mengganti produk.

6. Kemampuan Pelayanan

Pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk dan pelayanan lainnya.

7. Estetika

Merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa, maupun bau. Dengan demikian estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan konsumen.

8. Kualitas yang Dipersepsikan

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut produk (jasa). Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung misalnya melalui merk, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya dapat menjadi hal yang sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

c. Konsep Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas.

Sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:²⁴

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِّنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ
تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah SWT). sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS. Al-Baqarah 267).

Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan mengikuti

Rasul-nya, dan infakkanlah harta yang halal lagi baik yang telah kalian

²⁴ Al-Qur'an, Al-Baqarah: 267.

peroleh. Berinfaklah dari tumbuh-tumbuhan bumi yang telah kami keluarkan untukmu. Janganlah kalian sengaja memilih harta yang jelek itu diberikan kepada kalian, niscaya kalian tidak mau menerimanya kecuali dengan menutup mata dan terpaksa menerima karena kejelekannya. Bagaimana mungkin kalian rela memberikan sesuatu kepada Allah SWT. padahal kalian sendiri tidak mau menerimanya, ketahuilah Allah tidak membutuhkan infak kalian. Dia Maha Terpuji di dalam zat dan tindakannya.²⁵

3. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk.²⁶

Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Salah satu pendukung fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen.

²⁵ Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, hal. 125.

²⁶ Sudono Sukino, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi, Edisi 3* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), hal. 98.

Perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya,

Sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.²⁷ Pelanggan harus memang dipuaskan, sebab jika tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini menyebabkan penurunan penjualan.

Raharjani menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.²⁸

Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian.

²⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), hal. 95.

²⁸ Riharjani J, "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan sebagai Tempat Berbelanja," *Semarang: Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 2005, hal. 57.

Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

b. Hal-hal yang perlu Disampaikan Dalam Fasilitas Jasa

Menurut Kertajaya pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya.

Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain:

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan.
3. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan.
4. Kelengkapan alat yang digunakan.

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan.

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Martianawati Widaditomo dan Wijaya dimana hasil penelitian tersebut adalah fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan.

c. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas Jasa

Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan Adapun faktor-faktor yang berpengaruh terhadap fasilitas yaitu:²⁹

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya, contoh desain ruang terbuka hijau yang baik, area SPBU yang luas. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dapat dikenali dan desain bangunan bisa menjadi ciri khas.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

²⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi 1, Cetakan Pertama* (Yogyakarta: Andi, 2006), hal. 148–49.

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan financial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga risiko keuangan relatif besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan dimasa akan datang.

4. Estetis

Fasilitas jasa tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasinya juga meningkat. Aspek-aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek. Misalnya, tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6. Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas, biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

d. Indikator Fasilitas

Menurut tjiptono, indikator fasilitas ada 4, yaitu:³⁰

1. Pertimbangan/perencanaan spasial

Aspekseperti propporsi, kenyamanan dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing responintelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan prabot dan perlengkapan dalam ruangan, desain, aliran sirkulasi dan lain-lain.

3. Perlengkapan dan perabot

Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.

4. Unsur pendukung lainnya, seperti toilet, wifi, tempat lokasi makan, minuman dan lain sebagainya.

³⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi 1, Cetakan Pertama*, hal. 150.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini peneliti mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait atau ada hubungan dengan judul dalam penelitian ini. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil penelitian
1	Dealisna Pantilu, dkk (Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi, 2018).	Pengaruh Kualitas pelayanan, harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado.	Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warunk bandito, indikator yang paling berpengaruh adalah harga.
2	Richa Mega Puspita (jurnal riset ekonomi dan bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana, 2018).	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta.	Variable keandalan dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan stasiun Lempuyangan Yogyakarta, sedangkan variable lainnya yaitu daya tangggap, jaminan, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta.
3	Laily Nur Cholida (jurnal teknika, Dosen Universitas Bojonegoro, 2017).	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Rajekwesi Bojonegoro.	Secara parsial fasilitas dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang diterminal Rajekwesi bojonegoro.

4	Ika Selvia Umayya Nst (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017).	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan.	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan angka sebesar 47,1%, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan angka 60,8% sedangkan untk fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan angka 18,5%.
5	Mayang Septa mardiyani (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2013).	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU 44.594.10 Wedelan kec. Bangsri.	Variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.594.10 dengan kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, disusul dengan fasilitas. Kedua variabel ini berpengaruh sebesar 34,8%, terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 65,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah sebagai berikut: pada penelitian Dealisna Pantilu, dkk, penelitian dilakukan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas manado sedangkan peneliti melakukan penelitian di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan. untuk persamaannya penelitian terdahulu dan

penelitian sekarang adalah pada variabel independen Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y).

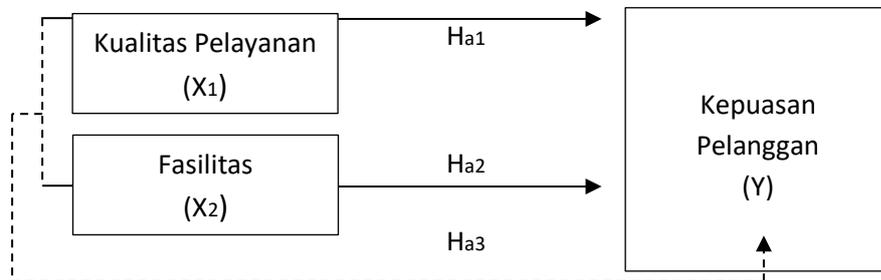
Pada penelitian Richa Mega Puspita melakukan penelitian di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta sedangkan peneliti di SPBU 14.227.318 Panyabungan dan untuk persamaannya adalah pada variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan (X_2). Pada penelitian Richa Nur Cholida memiliki perbedaan pada variabel independen fasilitas (X_1) kualitas pelayanan (X_2) sedangkan peneliti menempatkan kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) dan untuk variabel dependen penelitian terdahulu adalah kepuasan penumpang (Y) sedangkan peneliti kepuasan pelanggan (Y). untuk persamaannya adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap kepuasan.

Pada penelitian Ika Selvia Umayya Nst melakukan penelitian di Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan sedangkan peneliti melakukan penelitian di SPBU 14.227.318 Panyabungan dan untuk variabel dependen penelitian terdahulu adalah kepuasan pasien sedangkan peneliti adalah kepuasan pelanggan dan untuk persamaannya adalah sama-sama menempatkan variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2).

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir peneliti menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini untuk mengetahui secara parsial dan simultan variabel bebas yaitu kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) apakah memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) maka dapat disusun kerangka piker sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir.



Keterangan:

Memengaruhi secara parsial \longrightarrow

Memengaruhi secara simultan \dashrightarrow

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, atau dengan kata lain hipotesis adalah jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³¹ Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah:

Ha1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

Ha2 : Terdapat pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 93.

Ha3 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan, penelitian ini dilatar belakangi oleh ketertarikan peneliti terhadap pemasaran, dan perihal yang menyangkut pelayanan publik hususnya untuk melayani para pelanggan. SPBU adalah suatu perusahaan swasta yang melayani pelanggan dengan memberikan pelayanan langsung atau tatap muka secara langsung dengan konsumen untuk menjual atau memasarkan produk dari Pertamina dan waktu penelitian ini dimulai dari tahun 2018 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini dapat diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka yang dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.³²

Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat ukur ununtuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

³² Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 38.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Populasi juga diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³ Sebuah penelitian terkadang memiliki populasi yang luas dan tidak diketahui jumlahnya, populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pengisian BBM di SPBU 14.227.318 Panyabungan, yang terdiri dari pengendara sepeda motor, mobil dan kendaraan umum. Karena jumlah populasi yang luas maka populasi pada penelitian ini tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁴ Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Isaac Michel karena populasi tidak diketahui, dengan menggunakan rumus berikut³⁵:

$$n = p (1 - P) \left(\frac{Z}{E} \right)^2$$

Dimana:

n = ukuran sampel

p = variasi populasi

³³ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hal. 61.

³⁴ Jogiyanto Hartono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 2017), hal. 91.

³⁵ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 62.

variasi populasi disini dinyatakan dalam bentuk proporsi, karena tidak ada data pendahuluan mengenai populasi, diasumsikan heterogen (dengan proporsi 50:50) maka proporsi yang diduga 50% atau 0,5.

Z = nilai Z yang berhubungan dengan derajat keyakinan sebesar 90%
maka Z + 1,65.

E = kesalahan maksimum yang diperbolehkan dan dapat ditolerir
sebesar 10% atau 0,1.³⁶

Maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = 0,5 (1 - 0,5) \left(\frac{1,65}{0,1}\right)^2$$

$$n = 0,5 (0,5) \left(\frac{1,65}{0,1}\right)^2$$

$$n = (0,25) \left(\frac{1,65}{0,1}\right)^2$$

$$n = (0,25)(16,5)^2$$

$$n = (0,25)(272,25)^2$$

$$n = 68,0625$$

$$n = 68,0625 \text{ maka dibulatkan menjadi } 69 \text{ responden.}$$

Jadi sampel minimal pada penelitian ini adalah 69 responden.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian dapat diklasifikasikan menjadi data primer dan sekunder.³⁷ Dalam memperoleh data yang diperlukan dalam menyusun penelitian ini dilakukan dengan memperoleh data primer sebagai berikut:

³⁶ Robert D. Mason dan Douglas A. Lind, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 19 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 1996), hal. 358.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil langsung dari penelitian kepada sumbernya, tanpa ada perantara. Penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner. Kuesioner merupakan mengumpulkan data dengan cara emberikan seperangkat pernyataan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer yaitu melalui survey dengan caa membagikan angket/kuesioner kepada pelanggan PT. Panca Hammar lestari panyabungan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya dari bio statistic, majalah, Koran, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya.³⁸ Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel-tabel ataupun diagram-diagram. Penelitian ini termmasuk penelitian melalui segala bahan tertulis lainnya yang relevan dengan judul penelitian serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Tekhnik pengumpuan data yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan yaitu tinjauan langsung terhadap masyarakat yang termasuk kedalam data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informan penelitian melalui kuesioner yang langsung ditujukan pada pelanggan PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.

³⁷ Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Citra Pustaka Media, 2006), hal. 110.

³⁸ Syukur Kholil, hal. 110.

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan langsung yang diperoleh dari objek penelitian.

Teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data kuantitatif sebagai berikut:

1. Angket (kuesioner)

Angket merupakan metode pengumpulan data dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan dalam bentuk angket, yang nantinya akan ditujukan kepada pelanggan PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan. Instrumen dalam penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif jawaban telah disediakan.

Kuesioner yang dipakai di sini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Pengukurannya menggunakan *skala likert*, menurut Sugiyono *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara pesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian, dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupa antara lain:³⁹

Tabel III.1

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2003), hal. 47.

Nilai Untuk Jawaban

NO	Pernyataan	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber dikutip dari buku statistik: Ahmad Nizar Rangkuti⁴⁰

Selanjutnya, dalam penelitian ini peneliti membuat tabel kisi-kisi angket yang menerangkan pernyataan yang akan dijawab oleh responden sebagai berikut:

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor
1	Kualitas Pelayanan	Wujud fisik	1,2
		Kehandalan	3,4,5
		Daya tangap	6,7
		jaminan	8,9
		Empati	10,11
2	Fasilitas	Perencanaan spasial	1,2
		Perencanaan ruang	3,4
		Perlengkapan perabot	5,6
		Unsur pendukung	7,8
3	Kepuasan Pelanggan	Perasaan puas	1,2
		Terpenuhinya harapan pelanggan	3,4
		Selalu membeli produk	5,6

2. Wawancara

⁴⁰ Ahmad Nizar Rangkuti, *Statistik untuk Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2014), hal. 93.

Wawancara adalah metode atau cara mengumpulkan data serta berbagai informasi dengan jalan menanyakan langsung kepada seseorang yang dianggap ahli dalam bidangnya dan juga berwenang dalam menyelesaikan suatu permasalahan. Tanya jawab secara langsung ini menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).⁴¹ Sebelum pertanyaan diajukan perlu dipersiapkan pertanyaan yang akan diajukan atau diarahkan kepada informasi untuk topik yang ditentukan dan akan dibahas secara jelas dan rinci. Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan peneliti dengan pelanggan SPBU yaitu tentang kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.

3. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain alat pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata dibantu dengan pancaindra lainnya.⁴²

F. Uji Validitas dan Reabilitas

⁴¹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 194.

⁴² Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 143.

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah pernyataan pada kuesioner yang dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.⁴³ Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁴⁴

Suatu instrument dikatakan valid, bila koefisien korelasi *product moment* $> r_{\text{tabel}}$. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:⁴⁵

- a. Jika r_{hitung} positif, serta $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir atau item pernyataan tersebut valid. Namun jika r_{hitung} positif serta $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, tetapi bertanda negatif, maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang lebih memiliki

⁴³ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 51.

⁴⁴ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2013), hal. 172.

⁴⁵ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: PT. Andi, 2012), hal. 117.

atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas.⁴⁶ Pada proses SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* yang dimana satu kuesioner dianggap reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$.⁴⁷

G. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak.⁴⁸ Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametric, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistic non parametrik.

Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *one sampel kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,1. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 10% atau 0,1.⁴⁹

- a. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka H_a diterima.

2. Uji Linearitas

⁴⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 132.

⁴⁷ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hal. 181.

⁴⁸ Burhan Bungin, hal. 133.

⁴⁹ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakon, 2008), hal. 128.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada spss dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf signifikansi 0.1.⁵⁰ dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (linearity) kurang dari 0,1. Uji linieritas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan perhitungan regresi sederhana dan regresi berganda antara variabel yang diteliti, dengan kriteria sebagai berikut:⁵¹

- a. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear.

3. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini peneliti akan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolineeritas merupakan uji yang ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (*independent*).⁵² Jika terjadi kolerasi maka terdapat masalah

69. ⁵⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: PT. Andi, 2014), hal.

⁵¹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, hal. 79.

⁵² Husein Umar, hal. 177.

multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *Tolerance and Varians inflation Factor*. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 ($tolerance > 0,1$).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan metode uji kolerasi *spearman's rho*. Metode uji korelasi *spearman's rho* yaitu mengorelasikan variabel independent dengan residualnya.

Adapun kriteria pengambilan keputusan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:⁵³

1. Jika korelasi antara variabel independent dengan residual didapat nilai signifikan $< 0,1$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

⁵³ Husein Umar, hal. 179.

2. Jika korelasi antara variabel independent dengan residual didapat nilai signifikan $< 0,1$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Terjadinya autokorelasi:

1. Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di bawah -2 , berarti autokorelasi positif.
2. Jika angka *Durbin-Watson* (DW) di atas $+2$, berarti autokorelasi negatif.
3. Jika angka *Durbin-Watson* (DW) diantara -2 sampai $+2$, berarti tidak ada korelasi.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada time series (runtun waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data cross section seperti angket dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.⁵⁴ Sehingga penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan

⁵⁴ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, hal. 128.

variabel dependen (Y).⁵⁵ Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:⁵⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (kepuasa Pelanggan)
- X₁ = Variabel bebas pertama (kualitas pelayanan)
- X₂ = Variabel bebas kedua (fasilitas)
- X_n = variabel bebas ke-n
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂.....X_n = 0)
- b = Koefisien regresi
- e = *Standard Error Term*

sehingga didapati rumus pada penelitian ini sebagai berikut:

$$P = a + b_1KP + b_2F + e$$

Keterangan:

- P = Variabel terikat (kepuasa Pelanggan)
- KP = Variabel bebas pertama (kualitas pelayanan)
- F = Variabel bebas kedua (fasilitas)
- X_n = variabel bebas ke-n

⁵⁵ Singgih Santoso, *Aplikasi SPSS pada Statistic Parametric* (Jakarta: PT. Gramedia, 2012), hal. 221.

⁵⁶ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, hal. 73.

- a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
- b = Koefisien regresi
- e = *Standard Error Term*

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) adalah besar terhadap variabel terikat (Y).

Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.⁵⁷

Tabel III.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

1. Uji Signifikansi (uji-t)

⁵⁷ Mudrajat Kuncoro, hal. 240.

Uji t merupakan pengujian hipotesis secara parsial. Uji t disebut juga sebagai uji parsial hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁵⁸ Dengan kata lain untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikan 0,1. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:⁵⁹

1. Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > +t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

H_{a1} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

H_{a2} = Terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

⁵⁸ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, hal. 83.

⁵⁹ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, hal. 85.

H_{03} = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

H_{a3} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

2. Uji Simultan (uji F)

Uji F merupakan pengujian hipotesis secara simultan, apakah variabel bebas memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel independen kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

H_a = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.⁶⁰

Adapun statistic pengujian adalah:

- 1) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

⁶⁰ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, hal. 145.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.

1. Sejarah SPBU 14227318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.

Berdiri sejak berdirinya Pertamina, tahun 1968 dengan nomor SPBU 11.420 yang didirikan oleh Pertamina dengan sistem kontrak dengan bapak H. Abdullah Musthafa Nasution (Alm) yang mana pada saat itu adalah sebagai direktur dan merupakan anak pendiri pondok pesantren Musthafawiyah Purba Baru. Setelah beroperasi kurang lebih 11 tahun, pada tahun 1979 diadakan renovasi SPBU yang pertama. Sarana dan prasarana diperbaiki untuk lebih meningkatkan pelayanan, seperti taman yang lebih luas dan asri, jalur pengisian BBM diperluas, pompa diganti dari yang manual kesistem digital, dll.

Pada tanggal 29 November 1994, Pertamina menyerahkan SPBU sepenuhnya (Swastanisasi) ke bapak H. Abdullah Musthafa Nasution, dengan demikian nomor SPBU yang semula nomor 11.420 berubah menjadi nomor 11.0510 sehubungan perubahan status tersebut. Pada tanggal 21 Juli 1995 pemilik SPBU H. Abdullah Musthafa Nasution meninggal dunia dan kemudian pada tanggal 15 November 1995 H. Abdurrahman Nasution ditunjuk sebagai pengganti H. Abdullah Musthafa Nasution sebagai pengusaha dan pengelola SPBU 14.0510.

Pada tanggal 8 Januari 2001 dalam rangka penyempurnaan penomoran SPBU yang semula bernomor 14.0510 oleh Pertamina dirubah menjadi nomor 14.227318 sampai sekarang. Pada tanggal 12 November 2002 SPBU 14.227. 318 kembali direnovasi dan diperluas, yang meliputi:

- a. Pembangunan kanopi ukuran 8 x 24 m² yang terdiri dari 3 pulau pompa.
- b. Pembangunan gedung yang terdiri dari kantor, mini market, toilet, gudang dan musholla ukuran 8 x 12 m².
- c. Pelataran jalan beton.
- d. Pembuatan parit, *duiker*, *grill* dan *oil catcher*.
- e. Pemasangan instalasi listrik dan penerangan yang cukup.

2. Kondisi Geografi

SPBU 14. 227. 318, PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan berlokasi di jalan Lintas Sumatera (jl. Willem Iskander no. 227) Kelurahan Sipolupolu, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Merupakan salah satu SPBU Pertamina yang telah mendapatkan predikat SPBU pasti Pass! Dari PT. Pertamina (persero) sejak tahun 2012. SPBU ini dibangun pada area seluas ± 2842 m², yang terdiri dari 3 unit pompa dispenser, yakni 1 unit pompa untuk Peralite, 1 unit pompa untuk Bio Solar dan 1 unit pompa untuk Pertamina. Memiliki sarana dan prasarana yang baik, seperti mushollah, toilet, ATM, lahan parkir, pekarangan dan taman dan tidak lupa jalur khusus/jalur cepat pengisian BBM dan jam 24 jam pengoperasian.

3. Visi dan Misi

1. Visi

- a. Menjadi perusahaan yang handal dalam pekerjaan, prima dalam melayani dan memberikan yang terbaik kepada pelanggan.
- b. Menjadikan SPBU 14.227.318 yang terbaik di Panyabungan.

2. Misi

- a. Membuka lapangan pekerjaan baru.
- b. Memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam pengisian BBM.
- c. Memberikan kenyamanan pelayanan kepada pelanggan dengan slogan Pasti pass!

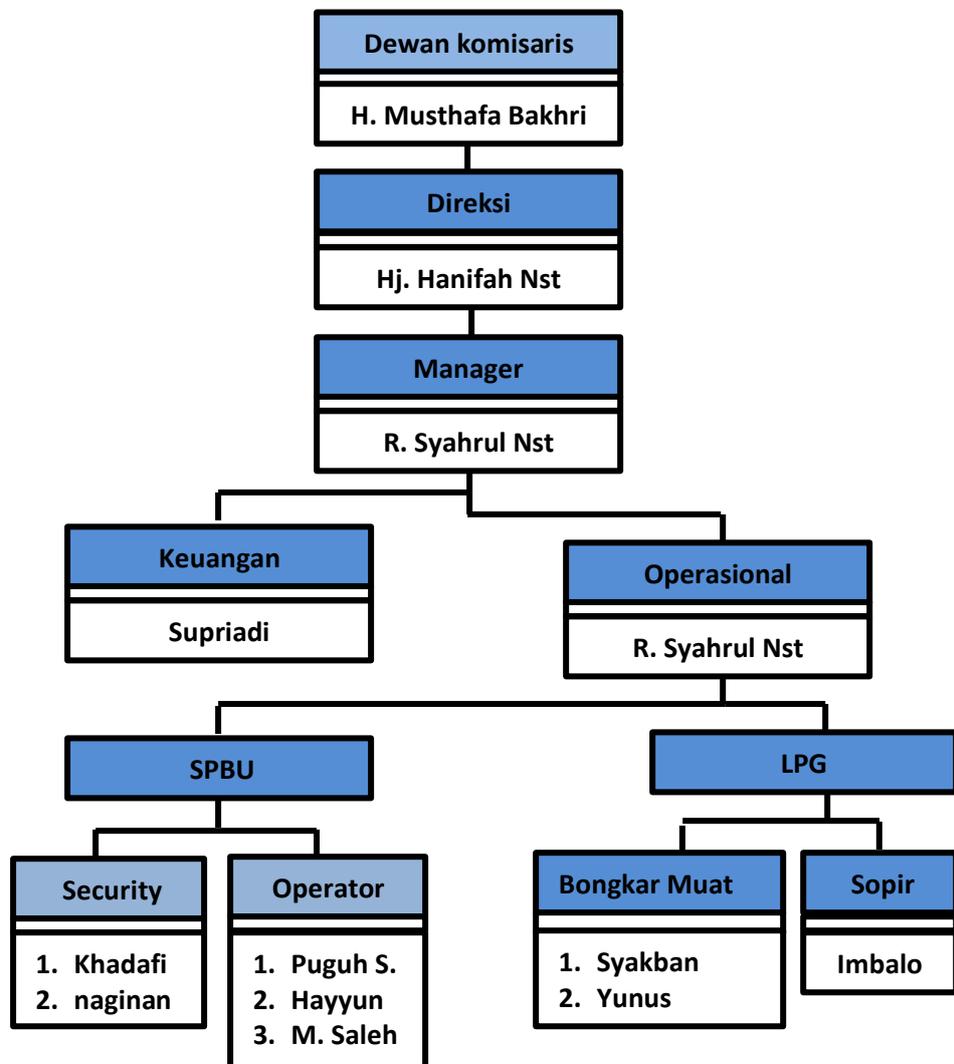
4. Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi merupakan wadah kegiatan dari sekelompok manusia yang bekerjasama dalam usaha mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, agar kerjasama tersebut dapat berjalan dengan baik, maka perlu adanya peran pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian. Oleh karena itu diperlukan penyusunan struktur organisasi perusahaan yang didasarkan pada pertimbangan efisiensi dan efektivitas dalam upaya mencapai tujuan organisasi dan disesuaikan dengan kebutuhan organisasi.

Struktur organisasi merupakan unsur yang sangat penting dalam menerapkan cara-cara pengawasan yang efektif dan dasar dalam pelimpahan wewenang dan tanggung jawab. Struktur organisasi SPBU no 14.227.318 dapat dikategorikan sebagai *line authority*. Dimana seorang atasan atau dewan komisaris bertanggung jawab atas semua aktifitas organisasi oleh

bawahannya dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Begitu juga dengan garis koordinasi, sesuai dengan tanggung jawab dan wewenang masing-masing dimana struktur organisasi tersebut terdapat pembagian tugas yang jelas dan terkoordinir, kemudian dipertanggung jawabkan langsung kepada dewan komisaris.

Gambar IV.1
Struktur Organisasi
PT. Panca Hammar Lestari panyabungan



B. Karakteristik Resonden

Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 69 responden. Rangkuman karakteristik responden secara detail ditampilkan dalam tabel berikut ini:

Tabel IV.1
Karakteristik Responden

Karakteristik	Subjek	Jumlah Responden	Total
Gender	Laki-laki	46	69
	Perempuan	23	
Pekerjaan	ASN	7	69
	Petani	5	
	wiraswasta	26	
	Pelajar/Mahasiswa	19	
	Lainnya.	12	
Jenis BBM yang dibeli	Pertamax	19	69
	Pertalite	35	
	Solar	15	
Frekuensi pembelian/minggu	1x /minggu	2	69
	2x /minggu	20	
	3x /minggu	15	
	>3x /minggu	32	

Sumber: Angket yang dibagikan ke responden

Berdasarkan tabel IV.1, diatas dapat diketahui bahwa pada karakteristik gender pada subjek laki-laki terdapat 46 responden dan perempuan terdapat 23 responden. Pada karakteristik pekerjaan terdapat ASN 7 responden, petani 7 responden, wiraswasta 26 reponden, pelajar/mahasiswa terdapat 19 responden dan lainnya terdapat 12 responden. Pada karakteristik jenis BBM yang dibeli pada subjek pertamax terdapat 19 responden, pertalite 35 responden dan solar 15 responden. Pada karakteristik frekuensi pembelian perminggu pada subjek 1x /minggu terdapat 2 responden, 2x /minggu terdapat 20 responden, 3x /minggu terdapat 15 responden dan >3x /minggu terdapat 32 responden.

C. Karakteristik Tanggapan Responden

Deskripsi hasil penelitian merupakan tanggapan responden yang mengisi kuesioner analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 2
Tanggapan Responden Variabel kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1	Karyawan SPBU menggunakan seragam yang mudah dikenali.	29	37	3	-	-	69
2	Fasilitas SPBU di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan selalu bersih.	4	27	31	3	4	69
3	Karyawan mampu memberikan pelayanan dengan cepat.	3	31	29	4	2	69
4	Karyawan mampu memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan permintaan.	7	49	8	5	-	69
5	Karyawan mampu memberikan jasa yang tepat sesuai dengan permintaan.	11	44	14	-	-	69
6	Karyawan mempunyai sifat yang selalu ingin membantu.	6	20	33	8	2	69
7	Karyawan mampu memberikan jasa yang saya butuhkan dengan baik.	8	49	12	-	-	69
8	Karyawan bersifat ramah.	1	21	34	12	1	69
9	Karyawan bersifat sopan.	13	51	5	-	-	69
10	Karyawan tidak membeda-bedakan pelanggan.	16	51	2	-	-	69
11	Karyawan menggunakan Bahasa yang baik dan mudah dimengerti.	16	40	10	3	-	69

Sumber: Angket yang dibagikan ke responden

Berdasarkan tanggapan responden pada variabel kualitas pelayanan pada tabel IV. 2, dapat diketahui bahwa pada pernyataan karyawan SPBU menggunakan seragam yang mudah dikenali 29 responden sangat setuju, 37 responden setuju dan 3 responden kurang setuju. Pada pernyataan fasilitas SPBU di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan selalu bersih, 4 responden sangat setuju, 27 responden setuju, 31 responden kurang setuju, 3 responden tidak setuju dan 4 responden sangat tidak setuju. Pada item pernyataan karyawan mampu memberikan pelayanan dengan cepat, 3 responden sangat setuju, 31 responden setuju, 29 responden kurang setuju, 4 responden tidak setuju dan 2 responden sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan karyawan mampu memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan permintaan, 7 responden sangat setuju, 49 responden setuju. 8 responden kurang setuju dan 5 responden tidak setuju. Pada item pernyataan karyawan mampu memberikan jasa yang tepat sesuai dengan permintaan, 11 responden sangat setuju, 44 responden setuju dan 14 responden kurang setuju. Pada item pernyataan karyawan mempunyai sifat yang selalu ingin membantu, 6 responden sangat setuju, 20 responden setuju, 33 responden kurang setuju, 8 responden tidak setuju dan 2 responden kurang setuju.

Pada item pernyataan karyawan mampu memberikan jasa yang saya butuhkan dengan baik, 8 responden sangat setuju, 49 responden setuju dan 12 responden kurang setuju. Pada item pernyataan karyawan

bersifat ramah 1 responden sangat setuju, 49 responden setuju dan 12 responden kurang setuju. Pada item pernyataan karyawan bersifat sopan, 13 responden sangat setuju, 51 responden setuju dan 5 responden kurang setuju. Pada item pernyataan karyawan tidak membeda-bedakan pelanggan, 16 responden sangat setuju, 51 responden setuju dan 2 responden kurang setuju. Pada item pernyataan karyawan menggunakan Bahasa yang baik dan mudah dimengerti, 16 responden sangat setuju, 40 responden setuju, 10 responden kurang setuju dan 3 responden tidak setuju.

2. Fasilitas

Tanggapan responden terhadap variabel fasilitas adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 3
Tanggapan Responden variabel Fasilitas

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1	Lokasi SPBU mudah dijangkau.	29	37	3	-	-	69
2	Adanya jalur pemisah untuk kendaraan roda dua dan roda empat.	38	31	-	-	-	69
3	Lahan parkir yang memadai.	-	54	14	1	-	69
4	Adanya mushollah di area SPBU sangat membantu saya.	30	25	12	2	-	69
5	Perlengkapan mushollah yang memadai.	-	35	28	6	-	69
6	Alat keamanan yang lengkap Ketika terjadi kebakaran.	23	45	1	-	-	69
7	Penerangan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan yang cukup.	4	43	16	6	-	69
8	Tersedianya papan atau poster himbuan di area SPBU.	32	31	5	1	-	69

Sumber: Angket yang dibagikan ke responden

Berdasarkan tanggapan responden pada variabel fasilitas pada tabel IV. 3, dapat diketahui bahwa pada pernyataan lokasi SPBU mudah

dijangkau 29 responden sangat setuju, 37 responden setuju dan 3 responden kurang setuju, pada item pernyataan adanya jalur pemisah untuk kendaraan roda dua dan roda empat, 38 responden sangat setuju, 32 responden setuju. Pada item pernyataan lahan parkir yang memadai, 54 responden setuju, 14 responden kurang setuju dan 1 responden tidak setuju. Pada item pernyataan adanya mushollah di area SPBU sangat membantu saya, 30 responden sangat setuju, 25 responden setuju, 12 responden kurang setuju dan 2 responden tidak setuju.

Pada item pernyataan alat keamanan yang lengkap ketika terjadi kebakaran, 23 responden sangat setuju, 45 responden setuju dan 1 responden kurang setuju. Pada item pernyataan penerangan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan yang cukup, 4 responden sangat setuju, 43 responden setuju, 16 responden kurang setuju dan 6 responden tidak setuju. Pada item pernyataan tersedianya papan atau poster himbauan di area SPBU, 32 responden sangat setuju, 31 responden setuju 5 responden kurang setuju dan 1 responden tidak setuju.

3. Kepuasan Pelanggan

Tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 4

Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	jumlah
1	Saya merasa puas dengan pelayanan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.	7	33	17	11	1	69
2	Saya merasa puas dengan kualitas BBM di PT. Panca Hammar Lestari	7	55	6	1	-	69

	Panyabungan.						
3	Kualitas BBM yang saya beli di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan sesuai dengan yang saya harapkan.	9	55	5	-	-	69
4	Fasilitas di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan sudah sangat memadai.	-	42	25	2	-	69
5	Saya lebih dari sekali melakukan pengisian BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.	17	46	42	2	-	69
6	Saya akan tetap membeli BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan dan merekomendasikannya kepada orang lain.	3	42	22	2	-	69

Sumber: Angket yang dibagikan ke responden

Berdasarkan tanggapan responden pada variabel kepuasan pelanggan pada tabel IV. 4, dapat diketahui bahwa pada pernyataan saya merasa puas dengan pelayanan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan, 7 responden sangat setuju, 33 responden setuju, 17 responden kurang setuju, 11 responden tidak setuju dan 1 responden sangat tidak setuju. Pada item pernyataan saya merasa puas dengan kualitas BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan, 7 responden sangat setuju, 55 responden setuju, 6 responden kurang setuju dan 1 responden tidak setuju.

Pada item pernyataan kualitas BBM yang saya beli di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan sesuai dengan yang saya harapkan, 9 responden sangat setuju, 55 responden setuju dan 5 responden kurang setuju. Pada item pernyataan fasilitas di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan sudah sangat memadai, 42 responden setuju, 25 responden kurang setuju dan 2 responden tidak setuju. Pada item

pernyataan saya lebih dari sekali melakukan pengisian BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan, 17 responden sangat setuju, 46 responden setuju, 4 responden kurang setuju dan 2 responden tidak setuju. Pada item pernyataan saya akan tetap membeli BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan dan merekomendasikannya kepada orang lain, 3 responden sangat setuju, 42 responden setuju, 22 responden kurang setuju dan 2 responden tidak setuju.

D. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas item dari pernyataan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,491	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 69 - 2 = 67$ pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,684		Valid
3	0,537		Valid
4	0,505		Valid
5	0,570		Valid
6	0,614		Valid
7	0,553		Valid
8	0,612		Valid
9	0,398		Valid
10	0,340		Valid
11	0,607		Valid

Sumber: Data diolah tahun 2020

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan pada tabel IV. 5, Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas

pelayanan dinyatakan valid. Hasil uji validitas untuk item pernyataan variabel fasilitas adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,410	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 69 - 2 = 67$ pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,480		Valid
3	0,487		Valid
4	0,668		Valid
5	0,724		Valid
6	0,626		Valid
7	0,429		Valid
8	0,534		Valid

Sumber: Data diolah tahun 2020

Hasil uji validitas variabel fasilitas pada tabel IV. 6, Dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel fasilitas dinyatakan valid. Hasil uji validitas untuk item pernyataan variabel kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

pernyataan	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,805	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 69 - 2 = 67$ pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,439		Valid
3	0,426		Valid
4	0,713		Valid
5	0,619		Valid
6	0,741		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil *output* SPSS 23

Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan pada tabel IV. 7 dapat disimpulkan seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Sehingga seluruh item pernyataan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan sudah valid untuk digunakan dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dari variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Uji Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Variabel Kualitas Pelayanan	0,759	Reliabel
2	Variabel Fasilitas	0,656	Reliabel
3	Variabel Kepuasan Pelanggan	0,700	Reliabel

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 8, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,759 , variabel fasilitas adalah 0,656 dan variabel kepuasan pelanggan adalah 0,700, maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari ketiga variabel lebih besar dari r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan jika variabel kualitas pelayanan, variabel fasilitas dan variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel dengan baik.

3. Hasil Analisis Data

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table IV. 9
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,95194744
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,060
	Negative	-,072
Test Statistic		0,72
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil uji normalitas pada tabel IV. 9, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) sebesar 0,200. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 atau $0,200 > 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal. Sehingga data tersebut memenuhi syarat untuk uji parametrik.

b. Hasil Uji Linearitas

Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 10
Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA TABLE							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Kepuasan * Pelayanan	Between Groups	(Combined)	182,978	16	11,436	2,825	,002
		Linearity	115,300	1	115,300	28,483	,000
		Deviation from Linearity	67,678	15	4,512	1,115	,367
	Within groups		210,500	52	4,048		
	Total		393,478	68			

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil uji linearitas antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tabel IV. 10, diketahui bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai *linearity*. Nilai *linearity* $0,000 < 0,10$. Maka, dapat disimpulkan bahwa antara variabel lokasi terhadap keputusan memilih terdapat hubungan yang linear. Selanjutnya hasil uji linearitas untuk variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Linearitas Variabel Fasilitas
Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA TABLE							
			Sum of Squares	D f	Mean Square	f	Sig
Kepuasan * Fasilitas	Between Groups	(Combined)	100,385	11	9,126	1,775	,080
		Linearity	24,526	1	24,526	4,770	,033
		Deviation from Linearity	75,858	10	7,586	1,475	,173
	Within groups		293,093	57	5,142		
	Total		393,478	68			

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil uji linearitas antara variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada tabel IV. 11, diketahui bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai *linearity*. Nilai *linearity* $0,033 < 0,10$. Maka, dapat disimpulkan bahwa antara variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang linear. Sehingga masing-masing dari hasil uji linearitas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang linear, sehingga memenuhi syarat uji regresi linearitas.

c. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas untuk variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan studi kasus di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 12
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefisients		Standardized Coefisients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,537	3,431		1,322	,191		
Kualitas Pelayanan	,305	,058	,529	5,290	,000	,997	1,003
Fasilitas	,180	,082	,221	2,205	,031	,997	1,003

a. Dependent variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV. 12, dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan adalah 1,003 dan variabel fasilitas adalah 1,003. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil < 10 . Nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,997 dan untuk variabel fasilitas adalah 0,997. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel $> 0,1$. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

2) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas untuk variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan studi kasus di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan adalah sebagai berikut:

tabel IV. 13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations				
		Kualitas Pelayanan	Fasilitas	Unstandardized Residual
Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,188	,047
	Sig. (2-tailed)	.	,122	,704
	N	69	69	69
Fasilitas	Correlation Coefficient	,188	1,000	,015
	Sig. (2-tailed)	,122	,	,900
	N	69	69	69
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,047	,015	1,000
	Sig. (2-tailed)	,704	,900	,
	N	69	69	69

** . Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel IV. 13, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,704 > 0,10 dan variabel fasilitas sebesar 0,900 > 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil dari uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

coefficients ^a					
Model			Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	13,744	3,695		3,720	,000
Kualitas Pelayanan	,306	,059	,531	5,190	,000
Fasilitas	-,109	,079	-,142	-1,383	,171

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV. 14, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$P = a + b_1KP + b_2F + e$$

$$P = 13,744 + 0,306 KP - 0,109F + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta adalah sebesar 13,744 satuan. artinya apabila kualitas pelayanan dan fasilitas bernilai 0 maka kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari panyabungan adalah sebesar 13,744 satuan.
- 2) Nilai koefisien kualitas pelayanan adalah sebesar 0,306 satuan. Artinya jika kualitas pelayanan diasumsikan naik 1 satuan, maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,306 satuan. Koefisien bernilai positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Nilai koefisien regresi fasilitas adalah sebesar -0,109 satuan. Artinya jika harga diasumsikan naik 1 satuan, maka variabel kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan menurun sebesar 0,109

satuan. Koefisien bernilai negatif antara variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

e. Hasil Uji Hipotesis

1) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Adapun hasil dari koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 15
Hasil koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,559 ^a	,313	,292	2,02387	1,810

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data diolah tahun 2020.

Hasil koefisien determinasi pada tabel IV. 15, dapat dilihat bahwa nilai R yaitu 0,559 artinya korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan terjadi hubungan yang sedang. Nilai R^2 sebesar 0,313 artinya variabel kualitas pelayanan dan fasilitas mampu menjelaskan variabel dependen atau kepuasan pelanggan sebesar 31,3%. Sedangkan 68,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

2) Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Hasil uji-t dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

Tabel IV. 16
Hasil Uji parsial (Uji-t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. error	Beta		
(Constant)	13,744	3,695		3,720	,000
Kualitas_Pelayanan	,306	,059	,531	5,190	,000
Fasilitas	-,109	,079	-,142	-1,383	,171

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah tahun 2020

Nilai t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $df = 69 - 2 - 1 = 66$ dengan tingkat signifikansi 10%, hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} adalah 1,667. Pada tabel IV. 16 diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah 5,190, berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,190 > 1,668$, maka H_{a1} diterima. Jadi terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

Nilai t_{hitung} untuk variabel fasilitas sebesar -1,383, berarti $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-1,668 < -1,383 < 1,668$, maka H_{a2} ditolak. Jadi tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan.

3) Hasil Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara keseluruhan terhadap variabel kepuasan pelanggan, hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel IV. 17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	123,140	2	61,570	15,032	,000 ^b
Residual	270,339	66	4,096		
Total	339,478	68			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					
b. Predictors: (Constant), Kualitas _Pelayanan, Fasilitas					

Sumber: Data diolah tahun 2020

Nilai F_{tabel} dapat ditentukan dengan mencari nilai dari df (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan sebagai berikut:

$$df (n1) = 3 - 1 = 2 \text{ (df pembilang)}$$

$$df (n2) = 69 - 3 = 66 \text{ (df penyebut)}$$

Maka diperoleh F_{tabel} sebesar 2,38 dengan taraf signifikansi 10%. Hasil uji simultan pada tabel IV. 17, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$ dan $F_{hitung} 15,032 > F_{tabel} 2,38$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.

Kualitas pelayanan adalah pedoman dasar pemasaran jasa, karena produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja

juga akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.⁶¹

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,190 > 1,668$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan yang di rasakan pelanggan. Sesuai dengan teori Jhon Sviokla bahwa kualitas pelayanan merupakan kontribusi keberhasilan suatu perusahaan yang mampu menciptakan persepsi positif dari konsumen serta mampu menghasilkan kepuasan.⁶²

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dealisna Pantilu, dkk, yang menyatakan “Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan”. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Selvia Umayya Nst yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.” Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayang Septa Mardiyani yang menyatakan “Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan”.

Kesimpulannya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari panyabungan. Sehingga untuk menjaga dan meningkatkan pendapatan atau laba di PT. Panca

⁶¹ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 56.

⁶² Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 176.

Hammar Lestari Panyabungan perlu memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menunjang laba untuk perusahaan, karena kualitas pelayanan yang diberikan dapat menjadi perbandingan untuk pelanggan memilih SPBU mana yang mempunyai pelayanan terbaik dan membandingkannya dengan SPBU lain.

Pelanggan PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan, sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Panca Hammar Lestari panyabungan ketika memilih SPBU mana yang akan dituju ketika akan melakukan pengisian BBM. berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan, mereka menyatakan ketika melakukan pengisian BBM hal yang paling diharapkan adalah pelayanan yang diberikan haruslah menyenangkan karena ketika pelayanan baik maka pelanggan akan merasa senang dan akan terus melakukan pengisian ulang, lokasi SPBU PT. Panca Hammar lestari panyabungan sangatlah strategis karena terletak di tengah kota Panyabungan dan dekat dengan pasar induk Panyabungan.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan

Fasilitas merupakan salah satu daya tarik dalam meningkatkan penjualan suatu perusahaan, dengan adanya fasilitas yang memadai dapat menjadi penyebab pelanggan semakin tertarik membeli produk pada suatu perusahaan. Dengan bertambahnya pelanggan tentu dapat membuat

penjualan semakin meningkat dan laba semakin meningkat pula, hal ini tentu berlaku untuk PT. Panca Hammar Lestari panyabungan.

Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari panyabungan, dengan nilai $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-1,668 < -1,383 < 1,668$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laily Nur Cholida yang menyatakan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan. Dari hasil wawancara dengan beberapa pelanggan PT. Panca Hammar lestari Panyabungan, kemungkinan pelanggan tidak mempertimbangkan fasilitas di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan. Keputusan pelanggan melakukan pembelian di PT. Panca hammar Lestari Panyabungan dipengaruhi faktor lain seperti produk yang tersedia di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan. Dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Riswan Hanif Batubara selaku ASN yang menyatakan jika melakukan pembelian di SPBU 14.227.318 Panyabungan dikarenakan salah satu produk yang dijual yaitu Pertamina dan tidak menggunakan fasilitas yang tersedia, dan dari hasil wawancara lain dengan saudari Ayu Monica yang menyatakan jika melakukan pengisian BBM di SPBU 14.227.318 Panyabungan karena dekat dari rumah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. panca Hammar Lestari Panyabungan

Secara umum menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan yang tinggi. Dengan adanya kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik pula, maka minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa yang pernah digunakannya akan tumbuh, begitu juga sebaliknya.

Hasil uji simultan menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $15,032 > 2,38$. Berarti kualitas pelayanan dan fasilitas ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laily nur Cholida yang menyatakan “Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang”.

Kesimpulannya seluruh komponen dalam penelitian ini harus dilakukan dengan maksimal dan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas di PT. Panca Hamar Lestari Panyabungan. Dengan demikian, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat dan sebaliknya jika kualitas menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.

F. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata

sempurna dan masih memiliki kekurangan, keterbatasan yang memungkinkan dapat memengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga memengaruhi validitas data yang diperoleh. Walaupun demikian peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna maupun hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Penelitian ini bersifat studi kasus, sehingga hasil penelitian ini hanya berlaku pada PT. Panca Hammar lestari Panyabungan dan tidak dapat digeneralisasikan pada perusahaan lain.
3. Keterbatasan peneliti dalam hal kemampuan dan pengalaman, karena peneliti masih dalam taraf belajar dan baru pertama kali dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti tidak dapat mengungkapkan fakta dalam penelitian ini dengan tepat. Dengan demikian kesimpulan yang diambil hanya berlaku terbatas pada perolehan data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14. 227.318 Panyabungan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,190 > 1,668$), maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14. 227.318 Panyabungan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-1,383 < 1,668$, maka H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14. 227.318 Panyabungan, hal tersebut dapat dibuktikan dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,032 > 2,38$), maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan untuk dapat memperbaiki dan mengembangkan kualitas pelayanan agar lebih professional, fasilitas yang tersedia lebih baik lagi dan terutama untuk dapat lebih memuaskan pelanggan baik dalam pelayanan ataupun fasilitas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nizar Rangkuti, *Statistik untuk Penelitian Pendidikan*, Bandung, Cipta Pustaka Media, 2014.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Kencana, 2005.
- Danang Sunyoto, *Pengukuran Tingkat Pelangan*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta, PT. Andi, 2014.
- Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data dengan SPSS*, Yogyakarta, PT. Andi, 2012.
- Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta, Mediakon, 2008.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*, Malang, Bayu Media, 2001.
- farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Andi, 2000.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta, Raja Wali Pers, 2013.
- Jogiyanto Hartono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta, BPF, 2017.
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Lijian Poltak Sinambella, *Reformasi Pelayanan Public*, Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2006.
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2002.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta, Penerbit Erlangga, 2013.
- Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2004.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, Jakarta, Erlangga, 2008.
- Philip Kotler dan Nancy Lee, *Pemasaran di Sektor Publik*, Jakarta, Jaya Cemerlang, 2007.

- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta, Salemba Empat, 2000.
- Robert D. Mason dan Douglas A. Lind, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi 19 Jilid 1*, Jakarta, Erlangga, 1996.
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat, 2011.
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta, Rineka Cipta, 2010.
- Singgih Santoso, *Aplikasi SPSS pada Statistic Parametric*, Jakarta, Bumi Aksara, 2014.
- Sofyan Siregar, *Statisti Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, bumi Aksara, 2014.
- Sudono Sukino, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi, Edisi 3*, Jakarta, PT. Raja Grafindo, 2005.
- Sugiyono, *Statistic untuk Penelitian*, Bandung, CV. Alfabeta, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, CV. Alfabeta, 2012.
- Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung, Citra Pustaka Media, 2006.
- Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang, Bayu Media, 2005.
- Tjiptono dan Diana, *Total QualityManagement*, Yogyakarta, PT. Andi, 2011.
- Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Bogor, IPB Press, 2012.
- Yusuf Qordhawi, *norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta, GIP, 1997.

Sumber Lainnya:

Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an AL- hikmah dan Terjemahannya*, Bandung, Penerbit Diponegoro, 2014.

Mayang Septa Mardiyani, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Universitas Diponegoro, Semarang, Skripsi, 2013.

Ninik Srijani, Achmad Sukma Hidayat, *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelangan di Aston Madiun Hotel dan Converence Center*, Jurnal, Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA, Vol 7, Maret 2017.

Noor Fuad, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen, Toko Rigel*, Universitas Diponegoro, Semarang, Skripsi, 2013.

Riharjani J, *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja*, Semarang, Jurnal Studi manajemen Organisasi, 2005.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Suprianto
2. Nama Panggilan : Supri
3. Tempat/Tgl. Lahir : Dalan Lidang, 28 Agustus 1997
4. Agama : Islam
5. Jenis kelamin : Laki-laki
6. Anak ke : 5 (Lima) dari 5 (Lima) Bersaudara
7. Alamat : Dalan Lidang, Kec. Panyabungan Kota,
Kab. Mandailing Natal, Prov. Sumut
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/HP : 0822 9941 3199
10. Email : Supriantoliber123@gmail.com

B. PENDIDIKAN

1. SDNegeri 086 Dalan Lidang (2003-2009)
2. MTSNegeri Panyabungan (2009-2012)
3. SMANegeri 01 Panyabungan (2012-2015)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2015-2020)

C. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Selamat
 - a. Tempat/Tgl. Lahir : Huta Balang, 07 Juni 1957
 - b. Pendidikan : SD
2. Nama Ibu : Leli Warni
 - a. Tempat/Tgl. Lahir : Dalan Lidang, 31 Desember 1964
 - b. Pendidikan : SD

D. Moto Hidup

“Tetaplah Jadi Anak Kecil Bagi Orang Tuamu”

SURAT VALIDASI ANKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.

NIP : 19830317 201801 2 001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus SPBU 14227318, PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan)”

Yang disusun oleh:

Nama : Suprianto

NIM : 15 402 00070

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (MB-1)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Juli 2020
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI ANGKET PELAYANAN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No Pernyataan	V	VR	TV
Wujud fisik	1,2			
Kehandalan	3,4,5			
Daya tanggap	6,7			
Jaminan	8,9			
Empati	10,11			

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan, Juli 2020
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI ANGKET FASILITAS

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No Pernyataan	V	VR	TV
Perencanaan spasial	1,2			
Perencanaan ruang	3,4			
Perlengkapan perabot	5,6			
Unsur pendukung	7,8			

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidimpuan, Juli 2020
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001

KUESIONER

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA SPBU 14227318 PT. PANCA HAMMAR LESTARI PANYABUNGAN)

Sehubungan penelitian dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat saya

NAMA : SUPRIANTO

NIM : 15 402 00070

Memohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan/ pernyataan) yang saya ajukan dengan jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan/pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata-1 (S1), jurusan Ekonomi Syariah, Prodi Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Sehubungan dengan hal tersebut maka kebenaran dan kelengkapan jawaban bapak/ibu berikan akan sangat membantu bagi peneliti, dan selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan.

Atas partisipasi bapak/ibu dalam mengisi daftar pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Panyabungan, Agustus 2020

Peneliti

SUPRIANTO

NIM: 15 402 00070

A. Identitas Responden

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b. perempuan
3. Pekerjaan : a. PNS
b. Petani
c. Wiraswasta
d. Pelajar/Mahasiswa
e. Lainnya _____

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah data bapak/ibu sesuai dengan keadaan sebenarnya pada identitas responden.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan pengalaman yang bapak/ibu dapatkan sebagai pelanggan PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan pada setiap pertanyaan tersebut. Masing-masing jawaban yang bapak/ibu berikan mempunyai makna sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

3. Tidak diperkenankan menjawab lebih dari satu pilihan.

C. Angket

1. Pelayanan

No.	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan SPBU Menggunakan seragam yang mudah dikenali.					

2	Fasilitas SPBU di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan selalu bersih.					
3	Karyawan mampu memberikan pelayanan dengan cepat.					
4	Karyawan mampu pelayanan yang tepat sesuai dengan permintaan.					
5	Karyawan mampu memberikan jasa yang tepat sesuai permintaan.					
6	Karyawan mempunyai sifat yang selalu ingin membantu.					
7	Karyawan mampu memberikan jasa yang saya butuhkan dengan baik.					
8	Karyawan bersifat ramah.					
9	Karyawan bersifat sopan.					
10	Karyawan tidak membedakan pelanggan.					
11	Karyawan menggunakan Bahasa yang baik dan mudah dimengerti.					

2. Fasilitas

No.	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi SPBU mudah dijangkau.					
2	Adanya jalur pemisah untuk kendaraan roda dua dan roda empat..					
3	Lahan parkir yang memadai.					
4	Adanya mushollah di area SPBU sangat membantu saya.					
5	Perlengkapan mushollah yang memadai.					
6	Alat keamanan yang lengkap Ketika terjadi kebakaran.					
7	Penerangan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan yang cukup					
8	Tersedianya papan atau poster di area SPBU.					

3. Kepuasan Pelanggan

No.	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan pelayanan di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.					
2	Saya merasa puas dengan kualitas BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.					
3	Kualitas BBM yang saya beli sesuai dengan yang saya harapkan.					

4	Fasilitas di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan sudah sangat memadai.					
5	Saya lebih dari sekali melakukan pengisian BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan.					
6	Saya akan tetap membeli BBM di PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan dan merekomendasikannya kepada orang lain.					

Panyabungan, Agustus 2020
 Responden

(.....)

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN PELANGGAN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No Pernyataan	V	VR	TV
Perasaan puas	1,2			
Terpenuhinya harapan pelanggan	3,4			
Selalu membeli produk	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidimpun, Juli 2020
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001

TABEL
DATA BAKU JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL X₁
KUALITAS PELAYANAN

RESPONDEN	PERNYATAAN											TOTAL SKOR
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	43
2	4	3	2	4	4	2	4	4	4	5	5	41
3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	37
4	5	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	41
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	44
6	4	2	3	4	4	3	4	3	4	5	3	39
7	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	41
8	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	47
9	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	49
10	4	1	3	4	4	3	4	2	4	4	4	37
11	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
12	5	4	4	3	5	4	4	3	4	5	5	46
13	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	48
14	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	42
15	5	3	3	4	4	3	4	3	3	5	5	42
16	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	44
17	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	44
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43
19	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	44
20	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	38
21	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	43
22	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	46
23	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	49
24	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	43
25	5	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	40
26	5	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	39
27	5	4	1	4	4	2	4	2	4	4	4	38
28	4	2	3	4	4	3	4	4	5	4	4	41
29	5	3	4	5	5	3	4	4	5	4	4	46
30	5	4	1	4	4	2	4	4	4	4	5	41
31	4	1	3	4	3	3	4	3	4	4	4	37
32	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	48
33	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	39
34	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	45
35	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	44
36	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	36
37	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	4	46

38	4	3	2	2	4	2	4	2	4	4	4	35
39	4	2	3	2	4	1	4	2	5	4	3	34
40	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	42
41	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	43
42	4	1	3	2	3	1	3	3	4	4	3	31
43	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	35
44	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	46
45	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	48
46	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	41
47	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	47
48	4	3	3	2	3	2	3	1	4	4	2	31
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
50	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	39
51	4	3	3	4	5	3	4	3	4	5	4	42
52	4	3	3	5	5	4	3	2	4	4	5	42
53	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	3	38
54	4	3	4	3	4	5	4	3	5	4	3	42
55	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	42
56	4	3	3	4	4	3	5	2	4	5	4	41
57	4	3	3	4	3	4	5	2	4	4	4	40
58	4	3	5	5	4	4	5	3	4	4	5	46
59	4	3	4	5	3	3	3	3	3	4	5	40
60	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	35
61	4	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	41
62	4	3	3	3	3	4	4	2	4	5	3	38
63	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	42
64	4	3	5	4	3	3	4	2	4	4	4	40
65	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	45
66	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	44
67	4	1	3	4	4	2	3	3	4	4	2	34
68	5	3	4	4	4	4	5	3	5	5	5	47
69	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	45

TABEL
DATA BAKU JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL X₂
FASILITAS

RESPONDEN	PERNYATAAN								TOTAL SKOR
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	4	5	4	5	4	5	37
2	5	4	3	4	3	4	3	4	30
3	4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	4	5	4	4	4	5	35
5	5	4	3	4	3	4	3	4	30
6	5	5	4	5	4	5	4	5	37
7	4	5	4	3	3	4	4	5	32
8	5	5	4	5	4	4	3	4	34
9	5	4	3	4	3	4	3	4	30
10	4	5	4	5	4	5	4	5	36
11	4	5	4	5	4	5	4	4	35
12	5	4	3	4	4	4	3	4	31
13	5	5	4	5	4	4	4	5	36
14	5	5	4	4	3	4	4	5	34
15	5	4	4	3	3	4	2	4	29
16	5	4	4	5	4	5	4	5	36
17	4	5	3	4	4	5	4	5	34
18	4	5	4	5	4	4	4	4	34
19	5	4	3	4	3	4	2	4	29
20	5	5	4	5	4	5	4	5	37
21	5	4	4	5	4	5	4	5	36
22	4	5	4	4	3	4	2	4	30
23	5	4	4	5	4	4	4	5	35
24	5	5	4	5	4	5	4	5	37
25	5	4	3	4	3	4	3	4	30
26	4	5	4	5	4	4	4	5	35
27	4	5	3	4	4	5	4	5	34
28	5	5	4	5	4	5	4	5	37
29	5	5	4	4	3	4	4	5	34
30	5	4	4	5	4	4	4	5	35
31	5	5	4	5	4	5	4	5	37
32	4	5	3	4	3	4	2	4	29
33	4	5	4	5	4	4	4	5	35
34	5	5	4	5	4	5	4	5	37
35	5	4	3	4	3	4	3	4	30
36	5	5	4	5	4	4	4	5	36
37	4	5	4	5	4	5	4	5	36
38	5	4	3	4	3	4	2	4	29
39	4	5	4	5	4	5	4	4	35

40	5	4	4	5	4	5	4	5	36
41	5	5	4	3	3	4	2	4	30
42	5	5	4	5	4	5	4	5	37
43	4	4	3	4	3	4	3	4	29
44	4	5	4	5	4	5	4	5	36
45	5	4	4	5	4	4	4	5	35
46	5	5	4	5	4	5	4	5	37
47	5	5	4	3	3	4	4	5	33
48	4	5	4	5	4	5	4	5	36
49	5	4	3	4	3	4	3	4	30
50	4	5	4	4	3	4	3	3	30
51	4	4	4	3	2	4	4	4	29
52	4	4	4	4	3	4	4	4	31
53	5	4	4	4	4	5	3	3	32
54	4	4	4	3	2	4	4	4	29
55	4	4	4	4	3	4	3	2	28
56	4	4	4	3	2	4	4	4	29
57	5	4	4	4	3	4	5	4	33
58	4	4	4	3	2	4	5	4	30
59	4	5	4	5	4	4	4	4	34
60	4	4	4	3	3	4	5	4	31
61	4	4	3	3	2	4	3	3	26
62	4	4	4	2	2	3	4	4	27
63	5	4	4	4	3	4	3	4	31
64	5	4	4	3	3	4	3	3	29
65	4	5	4	4	3	4	4	4	32
66	4	5	4	4	3	4	5	4	33
67	4	5	2	2	3	4	4	4	28
68	5	5	4	4	3	5	3	2	31
69	5	4	4	3	4	4	4	3	31

TABEL
DATA BAKU JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL X₂
KEPUASAN PELANGGAN

RESPONDEN	PERNYATAAN						TOTAL SKOR
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	3	5	4	24
2	3	4	4	3	4	3	21
3	1	4	4	3	4	3	19
4	2	4	4	2	3	3	18
5	4	5	5	4	4	4	26
6	3	4	4	3	2	3	19
7	3	4	4	4	5	5	25
8	4	4	4	4	5	4	25
9	4	4	4	4	5	4	25
10	2	4	4	2	4	3	19
11	4	4	4	4	4	3	23
12	4	5	5	4	4	3	25
13	4	4	4	3	4	3	22
14	3	4	4	3	3	3	20
15	3	3	4	4	3	2	19
16	3	4	4	4	5	3	23
17	3	5	4	3	4	4	23
18	4	3	5	3	2	3	20
19	2	4	4	4	5	4	23
20	3	4	4	3	3	3	20
21	4	5	4	3	4	4	24
22	4	4	5	4	4	5	26
23	5	4	4	4	5	4	26
24	4	4	5	4	5	4	26
25	3	4	4	3	4	4	22
26	2	4	4	3	4	2	19
27	2	4	4	3	4	3	20
28	4	3	4	4	4	4	23
29	4	5	4	3	4	3	23
30	2	3	3	3	4	3	18
31	3	3	4	3	4	3	20
32	4	4	4	4	5	5	26
33	3	4	4	4	4	4	23
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	3	23
36	3	4	3	3	4	4	21
37	4	5	4	4	4	4	25
38	2	4	4	3	4	3	20
39	2	4	3	4	4	3	20

40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	3	23
42	3	4	4	3	5	4	23
43	3	4	3	3	4	3	20
44	5	4	4	4	4	4	25
45	4	4	5	4	4	4	25
46	4	4	4	3	4	4	23
47	5	4	4	4	4	4	25
48	2	4	3	4	4	4	21
49	5	4	4	4	5	4	26
50	4	4	4	3	4	4	23
51	4	4	5	4	4	4	25
52	3	4	4	4	4	4	23
53	5	4	4	4	5	4	26
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	5	4	25
56	2	4	4	4	4	4	22
57	5	4	4	4	5	4	26
58	3	4	4	3	4	4	22
59	4	4	4	4	5	4	25
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	4	4	3	4	4	22
63	4	5	4	4	5	4	26
64	5	4	4	4	5	4	26
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	5	4	4	4	25
67	2	2	4	3	4	3	18
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	3	4	4	4	4	23

Uji Validitas X₁ Kualitas pelayanan

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	JUM LAH
P1 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1 69	.351* * 69	.117 69	.153 69	.303* 69	.013 69	.215 69	.274* 69	.205 69	.258* 69	.275* 69	.491* * 69
P2 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.351** 69	1 69	.296* 69	.182 69	.292* 69	.406* * 69	.161 69	.379* * 69	.194 69	.166 69	.362* * 69	.684* * 69
P3 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.117 69	.296* 69	1 69	.201 69	.099 69	.452* * 69	.193 69	.249* 69	.163 69	-.003 69	.145 69	.537* * 69
P4 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.153 69	.182 69	.201 69	1 69	.366* * 69	.287* 69	.170 69	.261* 69	-.072 69	.010 69	.338* * 69	.505* * 69

N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
P1 Pearson	.258*	.166	-.003	.010	.237*	.033	.278*	.120	.210	.167	.340*	
0 Correlation												
Sig. (2-tailed)	.033	.172	.978	.933	.050	.789	.021	.327	.083	.171	.004	
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
P1 Pearson	.275*	.362*	.145	.338*	.325*	.220	.365*	.357*	.000	.167	.607*	
1 Correlation												
Sig. (2-tailed)	.022	.002	.234	.005	.006	.069	.002	.003	1.000	.171	.000	
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
JU Pearson	.491**	.684*	.537*	.505*	.570*	.614*	.553*	.612*	.398*	.340*	.607*	1
M LA Correlation												
H Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.004	.000	
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

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

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

Uji Validitas X₂ Fasilitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	JUMLAH
P1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .429 69	.097 .429 69	.225 .064 69	.129 .293 69	.287* .017 69	.192 .114 69	-.016 .894 69	.121 .322 69	.410** .000 69
P2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.097 .429 69	1 .429 69	.171 .160 69	.204 .092 69	.282* .019 69	.347** .004 69	.077 .530 69	.168 .167 69	.480** .000 69
P3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.225 .064 69	.171 .160 69	1 .184 69	.162 .184 69	.128 .296 69	.130 .288 69	.307* .010 69	.021 .864 69	.487** .000 69
P4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.129 .293 69	.204 .092 69	.162 .184 69	1 .000 69	.578** .000 69	.477** .000 69	-.052 .669 69	.160 .190 69	.668** .000 69
P5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.287* .017 69	.282* .019 69	.128 .296 69	.578* .000 69	1 .000 69	.546** .000 69	.088 .471 69	.221 .068 69	.724** .000 69
P6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.192 .114	.347** .004	.130 .288	.477* .000	.546** .000	1 .824	.027 .177	.165 .177	.626** .000

	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
P7	Pearson Correlation	-.016	.077	.307*	-.052	.088	.027	1	.396**	.429**
	Sig. (2- tailed)	.894	.530	.010	.669	.471	.824		.001	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
P8	Pearson Correlation	.121	.168	.021	.160	.221	.165	.396**	1	.534**
	Sig. (2- tailed)	.322	.167	.864	.190	.068	.177	.001		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
JUM LAH	Pearson Correlation	.410*	.480**	.487*	.668*	.724**	.626**	.429**	.534**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69

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

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

Uji Validitas Y Kepuasan Pelanggan

Correlations

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	JUMLAH
K1 Pearson Correlation	1	.205	.351**	.521**	.285*	.447**	.805**
Sig. (2-tailed)		.092	.003	.000	.018	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
K2 Pearson Correlation	.205	1	.135	.084	.190	.225	.439**
Sig. (2-tailed)	.092		.270	.492	.118	.063	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
K3 Pearson Correlation	.351**	.135	1	.217	-.078	.178	.426**
Sig. (2-tailed)	.003	.270		.073	.525	.142	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
K4 Pearson Correlation	.521**	.084	.217	1	.407**	.450**	.713**
Sig. (2-tailed)	.000	.492	.073		.001	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
K5 Pearson Correlation	.285*	.190	-.078	.407**	1	.490**	.619**
Sig. (2-tailed)	.018	.118	.525	.001		.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69
K6 Pearson Correlation	.447**	.225	.178	.450**	.490**	1	.741**
Sig. (2-tailed)	.000	.063	.142	.000	.000		.000
N	69	69	69	69	69	69	69
JUM LAH Pearson Correlation	.805**	.439**	.426**	.713**	.619**	.741**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	69	69	69	69	69	69	69

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

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

Uji Reliabilitas X₁ Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	11

Uji Reliabilitas X₂ Fasilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	8

Uji Reliabilitas Y kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95194744
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.060
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
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.

Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * PELAYANAN	Between Groups	(Combined) Linearity	182.978	16	11.436	2.825	.002
		Deviation from Linearity	115.300	1	115.300	28.483	.000
			67.678	15	4.512	1.115	.367
	Within Groups		210.500	52	4.048		
Total			393.478	68			

Uji Linearitas Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * FASILITAS	Between Groups	(Combined) Linearity	100.385	11	9.126	1.775	.080
		Deviation from Linearity	24.526	1	24.526	4.770	.033
			75.858	10	7.586	1.475	.173
	Within Groups		293.093	57	5.142		
Total			393.478	68			

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.537	3.431		1.322	.191		
PELAYANAN	.305	.058	.529	5.290	.000	.997	1.003
FASILITAS	.180	.082	.221	2.205	.031	.997	1.003

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			PELAYANAN	FASILITAS	Unstandardized Residual
Spearman's rho	PELAYANAN	Correlation Coefficient	1.000	.188	.047
		Sig. (2-tailed)	.	.122	.704
		N	69	69	69
	FASILITAS	Correlation Coefficient	.188	1.000	.015
		Sig. (2-tailed)	.122	.	.900
		N	69	69	69
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	.047	.015	1.000
		Sig. (2-tailed)	.704	.900	.
		N	69	69	69

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

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.744	3.695		3.720	.000
	PELAYANAN	.306	.059	.531	5.190	.000
	FASILITAS	-.109	.079	-.142	-1.383	.171

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Hasil Uji koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.559 ^a	.313	.292	2.02387	1.810

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.744	3.695		3.720	.000
	PELAYANAN	.306	.059	.531	5.190	.000
	FASILITAS	-.109	.079	-.142	-1.383	.171

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Hasil Uji Parsial (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.140	2	61.570	15.032	.000 ^b
	Residual	270.339	66	4.096		
	Total	393.478	68			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua 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

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
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

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

DOKUMENTASI PADA SAAT PEMBAGIAN ANGKET (KUESIONER)



gambar 1. Andi Prima (02 Agustus 2020)



gambar 2. Sarifuddin (03 Agustus 2020)



gambar 3, Riski Sahlan (04 Agustus 2020)



gambar 4. Hasan Riski (05 Agustus 2020)



gambar 5. Eliadi Efendra (05 Agustus 2020)



Gambar 10. Kamar mandi



Shot on Y30
AI Quad Camera

2020.11.29 16:35

Gambar 8. Rambu-Rambu peringatan



Shot on Y30
AI Quad Camera

2020.11.29 16:36

Gambar 9 Taman



Gambar 6. Mushollah



Gambar 7. Mushollah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile(0634) 24022

: 1430/In.14/G.1/PP.00.9/09/2018

20 September 2018

: Penunjukan Pembimbing Skripsi

Bapak/Ibu;
Bapak Harahap : Pembimbing I
Bapak Fadlilah Nasution : Pembimbing II

Bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi yang tersebut di bawah ini :

Nama : Suprianto
NPM : 1540200070
Studi : Ekonomi Syariah
Majalah : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Diharapkan kepada Bapak/Ibu sebagai pembimbing mahasiswa tersebut menyelesaikan skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Yang,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

or : 128/In.14/G.1/G.4b/TL.00/07/2020
: Mohon Izin Riset

09 Juli 2020

PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Suprianto
NIM : 1540200070
Semester : XI (Sebelas)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

ah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan s Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan l: " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan rggan di PT. Panca Hammar Lestari SPBU 14.227.318 Panyabungan ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset tata sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan a kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Isan:
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



PT. PANCA HAMMAR LESTARI

SPBU 14.227.318 PANYABUNGAN

Jln. Willem Iskander No. 227 Panyabungan

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Nomor : 074 /PH/2020

Manajer SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan
dengan ini memberikan izin penelitian kepada;

Nama : Suprianto
Nim : 15 402 00070
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk melakukan penelitian/pengumpulan data dalam rangka menyusun skripsi berlokasi di SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan. Dengan judul skripsi "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen di SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan)".

Demikian surat keterangan izin penelitian ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Panyabungan, 4 Agustus 2020

Manajer PT. Panca Hammar Lestari

Ramadhan Syahrul Nasution