

ABSTRAK

Pertamina adalah salah satu perusahaan milik Negara yang bergerak di bidang penyediaan bahan bakar. Dalam upaya untuk bersaing dengan perusahaan lain, Pertamina menciptakan *brand image* "PASTI PAS". SPBU Pertamina PASTI PAS adalah SPBU yang telah tersertifikasi untuk memberikan pelayanan terbaik yang memenuhi standar. PASTI PAS menjamin kualitas dan kuantitas BBM, pelayanan yang ramah, serta fasilitas yang nyaman guna mencapai kepuasan konsumen. Salah satu SPBU yang telah mendapatkan sertifikasi Pasti Pas adalah SPBU 34-40508 Padalarang. Dengan tersertifikasinya SPBU 34-40508, diharapkan dapat menciptakan Kepuasan Pelanggan dan meningkatkan penjualan SPBU. Namun, dalam dua tahun terakhir, penjualan SPBU 34-40508 Padalarang mengalami penurunan. Penurunan ini diduga disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan yang diterima. Sebuah faktor lain yang dianggap mampu memengaruhi kepuasan pelanggan adalah *Servicescape*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan di SPBU 34-40508 Padalarang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Teknik pengambilan data penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Data penelitian diperoleh dari kuisioner (primer), studi pustaka dan wawancara langsung dengan pihak terkait sesuai tujuan penelitian. Teknik analisis menggunakan uji instrument, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinan dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara partial terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan sebesar 0,201 terhadap kepuasan pelanggan dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,401. Hasil penelitian juga menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama kualitas pelayanan dan *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,1% dan sisanya sebesar 44,9% di pengaruhi oleh variable lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian adalah Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* secara partial dan simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka di sarankan pihak SPBU senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan dan *Servicescape* agar terciptanya Kepuasan Pelanggan dan untuk para peneliti selanjutnya di sarankan untuk menggunakan Variabel lain yang tidak masuk dalam model regresi penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Servicescape*, Kepuasan Pelanggan, Regresi Linier Berganda.

ABSTRAK

Pertamina is a state-owned company which operates in the field of fuel supply. In an effort to compete with other companies, Pertamina created the brand image "PASTI PAS". Pertamina PASTI PAS SPBU is a SPBU that has been certified to provide the best service that meets standards. PASTI PAS guarantees the quality and quantity of fuel, friendly service and comfortable facilities to achieve consumer satisfaction. One of the gas stations that has received Pasti Pas certification is SPBU 34-40508 Padalarang. With the certification of gas station 34-40508, it is hoped that it can create customer satisfaction and increase gas station sales. However, in the last two years, sales at SPBU 34-40508 Padalarang have decreased. This decrease is thought to be caused by customer dissatisfaction with the quality of service received. Another factor that is considered capable of influencing customer satisfaction is Servicescape.

The purpose of this research is to determine the influence of Service Quality and Servicescape on Customer Satisfaction at SPBU 34-40508 Padalarang. The sample in this study was 60 respondents. The research data collection technique uses a purposive sampling method. Research data was obtained from questionnaires (primary), literature study and direct interviews with related parties according to research objectives. The analysis technique uses instrument tests, multiple linear regression tests, determinant coefficient tests and hypothesis tests.

The research results show that partially there is a positive and significant influence of service quality of 0.201 on customer satisfaction and there is a positive and significant influence of Servicescape on customer satisfaction of 0.401. The research results also show that there is a positive and significant influence simultaneously or together with service quality and servicescape on customer satisfaction of 55.1% and the remaining 44.9% is influenced by other variables that are not in this research.

The research conclusion is that Service Quality and Servicescape partially and simultaneously influence Customer Satisfaction. So it is recommended that gas stations always improve the quality of service and servicescape in order to create customer satisfaction and for further researchers it is recommended to use Other variables are not included in the regression model of this research.

Keywords: *Service Quality, Servicescape, Customer Satisfaction, multiple linear regression.*