

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II  
Penjualan Area Surabaya-Gresik**

**Misbachul Munir**

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Narotama Surabaya

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan yang meliputi : keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara simultan (bersama-sama) signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya – Gresik dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan yang meliputi : keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara parsial (individu) signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya – Gresik.

Metode dan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Slovin*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Variabel bebas pada penelitian ini adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Teknik analisa data pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya – Gresik. Untuk variabel daya tanggap, jaminan, empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya – Gresik sedangkan variabel keandalan dan bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya – Gresik. Riabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah jaminan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Analisis Regresi Berganda.

**PENDAHULUAN**

Salah satu tantangan terbesar suatu perusahaan dalam menjaga eksistensinya dalam bisnis saat ini adalah mempertahankan pelanggan agar tetap loyal terhadap produk maupun jasa dari perusahaan tersebut. Loyalitas merupakan gambaran kepercayaan dan kesetiaan pelanggan untuk selalu menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu upaya untuk mempertahankan pelanggan harus terus dilakukan perusahaan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang diberikan sehingga dapat menciptakan pelanggan-pelanggan yang loyal. Pemberian pelayanan dimulai pada saat pelanggan akan membeli produk atau jasa dan purna jual yaitu pelayanan yang diberikan setelah pelanggan membeli produk atau jasa. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadikan daya saing dan keunggulan tersendiri yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan yang lain dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama

sebelum membangun dan mendapatkan pengakuan atas layanan prima yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan saat ini dan dimasa depan. Kepuasan akan timbul jika kinerja produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapannya atau bahkan melebihi dari yang diharapkan. Rasa puas akan ditunjukkan oleh pelanggan dengan melakukan pembelian ulang produk atau jasa.

PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan & Layanan Area Surabaya-Gresik bergerak dibidang penyedia energi gas bumi dengan cara menyalurkannya melalui infrastruktur jaringan pipa transmisi dan distribusi gas bumi ke pelanggan-pelanggan, antara lain : rumah tangga, pelanggan kecil, industri jasa & komersial dan industri manufaktur & pembangkitan listrik

Wilayah operasi PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan & Layanan Area Surabaya-Gresik meliputi Surabaya Kota, Ngagel, Rungkut, Karang Pilang, Manukan, Tandes dan Gresik dengan. Kebutuhan akan energi merupakan kebutuhan vital yang harus dipenuhi untuk kelangsungan kehidupan masyarakat seperti untuk pelanggan rumah tangga yang menggunakan gas bumi sebagai bahan bakar untuk memasak dan pemanas air untuk kebutuhan sehari-hari. Untuk menjaga penyaluran gas bumi ke pelanggan-pelanggan tidak terganggu dan memberikan rasa aman bagi pelanggan diperlukan pelayanan yang prima. Pelayanan yang prima menjadi tuntutan yang harus dipenuhi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga citra positif perusahaan dimata masyarakat. Jumlah pelanggan PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan & Layanan Area Surabaya-Gresik pada tahun 2012 sejumlah 9.405 pelanggan, dengan rincian rumah tangga (9.179 pelanggan), pelanggan kecil (61 pelanggan), industri jasa & komersial (30 pelanggan) dan industri manufaktur & pembangkitan listrik (135 pelanggan). Jumlah pelanggan terbesar adalah pelanggan rumah tangga yaitu sebesar 98% dari total pelanggan.

Pelanggan rumah tangga memiliki karakteristik yang lebih sensitif dalam menerima layanan dan menyampaikannya kembali ke perusahaan baik berupa rasa puas maupun tidak puas seperti komplain/keluhan. Berdasarkan data keluhan pelanggan pada tahun 2012 di PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan & Layanan Area Surabaya-Gresik diketahui bahwa keluhan terbanyak di dominasi oleh keluhan pelanggan rumah tangga sebanyak 412 keluhan (71%) dari total 583 keluhan.

Jumlah keluhan pelanggan rumah tangga tersebut tersebar di beberapa wilayah Surabaya seperti Surabaya Kota, Rungkut, Manukan, Gunung Sari, Barata Jaya, Tengger, Candi Lontar, Rusun Warugunung, Kompleks Darmo dan wilayah Gresik seperti Gresik Kota Baru, Randu Agung, Pongahan dan keluhan terbanyak di wilayah Manukan yaitu sebanyak 82 pelanggan (20%) dari total 412 keluhan pelanggan rumah tangga.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Jasa**

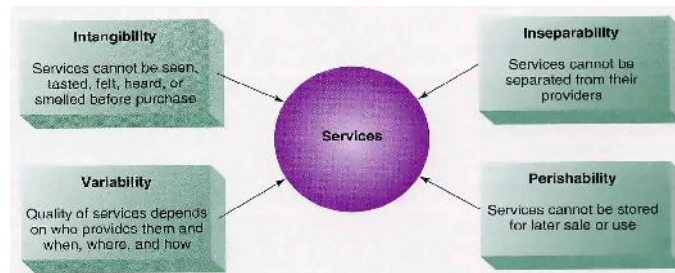
Menurut Kotler, (2005:111) jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu dan produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:5) Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan,

hiburan, kesenangan atau kesehatan) konsumen. Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah perusahaan yang memberikan konsumen produk jasa baik yang berwujud atau tidak seperti transportasi, hiburan, restoran dan pendidikan.

Menurut Gronroos (2000) dalam buku Tjiptono & Chandra (2007 : 11) jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumberdaya fisik atau barang dan atau system penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Kotler (2009), jasa memiliki 4 (empat) karakteristik pokok yang membedakannya dengan barang, yaitu tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan tidak tahan lama (*perishability*).



Gambar 1 Empat Karakteristik Jasa  
Sumber : Kotler (2009)

1. Tidak berwujud (*intangibility*), karena jasa tidak berwujud. Biasanya jasa dirasakan secara subjektif dan ketika jasa di deskripsikan oleh pelanggan, ekspresi seperti pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan keamanan adalah tolak ukur yang di pakai. Inti dari suatu jasa adalah ketidakberwujudannya dari fenomena itu sendiri. Oleh karena tingginya derajat ketidakberwujudannya maka jasa sulit di evaluasi oleh pelanggan.
2. Tidak terpisahkan (*inseparability*), biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini tidak berlaku bagi barang-barang fisik, yang diproduksi, disimpan sebagai persediaan, didistribusikan melalui banyak penjual, dan dikonsumsi kemudian jika seseorang memberikan jasa tersebut, penyediaan adalah bagian dari jasa itu.
3. Bervariasi (*variability*), karena bergantung pada siapa yang memberikannya, kapan dan dimana diberikannya, jasa sangat bervariasi. Selain itu karena proses produksi dan penyampaian dilakukan oleh manusia. Oleh karena manusia mempunyai sifat yang tidak konsisten sehingga penyampaian suatu jasa belum tentu sama terhadap tiap-tiap pelanggan.
4. Tidak tahan lama (*perishability*), jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa sangat mudah rusak (*perishability*) tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar. Jika perusahaan berfluktuasi, perusahaan-perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit.

### Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam buku Tjiptono & Chandra (2007:133) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi utama pada kualitas pelayanan, antara lain :

1. Keandalan (*Reliability*), kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan

3. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan yang dimiliki karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler:2005:36). Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono & Chandra (2008:169) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelumnya pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Sedangkan menurut Fornell dalam Tjiptono (2008:169) kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian

Kualitas jasa/layanan apabila dikelola dengan tepat akan memberikan kontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Zeithamal & Bitner dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192) faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan

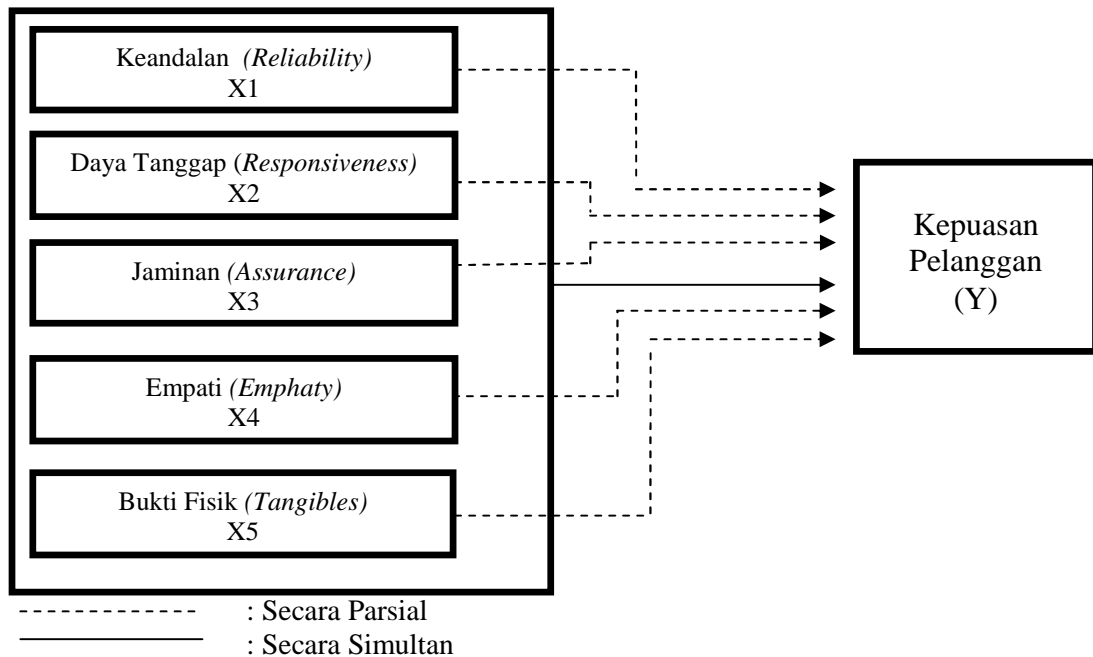
### **Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler, *etal.* (2004) dalam buku Tjiptono & Chandra (2007:210) empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran  
Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati konsumen), menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotlines*), dan lain-lain.
2. *Ghost Shopping*  
Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut
3. *Lost customer analysis*  
Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami alasan hal itu terjadi. Ini dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat mengevaluasi dan mengambil kebijakan untuk perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei kepuasan pelanggan  
Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen.

## Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2 Kerangka pemikiran

## Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bahwa kualitas layanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, bukti fisik berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik
2. Bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan merumuskan hipotesis yang selanjutnya dilakukan pengujian statistik untuk menerima atau menolak hipotesis. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. (Indriantoro, 1999)

### Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2009:115) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rumah tangga PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan & Layanan Area Surabaya-Gresik.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu (Umar,2005:77). Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan rumah tangga PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan & Layanan Area Surabaya-Gresik.

### Jenis,Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Berdasarkan data keluhan pelanggan rumah tangga selama tahun 2012 di PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik yang terbanyak terdapat di wilayah Manukan, maka untuk sumber data penelitian ini adalah pelanggan rumah tangga di wilayah Manukan Surabaya.. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan angket atau kuisioner.

### Metode Pengambilan Sampel dan Skala Pengukuran Penelitian

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode slovin. Untuk pengukuran variabel penelitian dengan menggunakan skala linkert. Skala linkert digunakan untuk memberi skor atas jawaban responden atas pertanyaan dari variabel penelitian. Adapun pemberian skor sebagai berikut :

- |                              |   |   |
|------------------------------|---|---|
| a. Sangat Setuju (SS)        | : | 5 |
| b. Setuju (S)                | : | 4 |
| c. Cukup Setuju (CS)         | : | 3 |
| d. Tidak Setuju (TS)         | : | 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | : | 1 |

### Variabel dan Definisi Operasional

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hipotesis yang sudah dirumuskan maka variabel dan definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independent*), yang terdiri dari :

- a) Keandalan (  $X_1$  )

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Selanjutnya variabel keandalan (*reliability*) diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Keandalan operasi dan peralatan PGN
2. Kontinuitas penyaluran gas ke pelanggan
3. Keakurasian tagihan pemakaian gas
4. Keakurasian alat ukur
5. Kualitas pasokan gas yang disalurkan

- b) Daya Tanggap (  $X_2$  )

Daya tanggap merupakan kemauan atau kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Selanjutnya variabel daya tanggap (*responsiveness*) diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Sikap responsif petugas PGN dalam menangani keluhan pelanggan.
2. Kemampuan petugas PGN menyelesaikan masalah / keluhan pelanggan
3. Kecepatan petugas PGN dalam memberikan pelayanan
4. Kecepatan petugas PGN dalam menangani masalah / keluhan pelanggan
5. Kesiapan memberikan pelayanan dan penanganan masalah / gangguan setiap waktu (24 jam)

c) Jaminan ( X<sub>3</sub>)

Jaminan itu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan yang dimiliki karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Selanjutnya variabel Jaminan (*Assurance*) diukur dengan indikator sebagai berikut

1. Rasa aman selama menggunakan gas bumi.
2. Rasa aman terhadap petugas PGN selama bekerja di tempat pelanggan.
3. Rasa aman dalam melakukan transaksi.
4. Petugas PGN memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai.
5. Petugas PGN bersikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

d) Empati ( X<sub>4</sub>)

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Selanjutnya variabel Empati (*Empathy*) diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Perhatian kepada pelanggan
2. Memahami kebutuhan pelanggan
3. Kemudahan menghubungi Contact Center PGN
4. Kemudahan menghubungi petugas PGN
5. Kemudahan dalam melakukan pembayaran

e) Bukti Fisik ( X<sub>5</sub>)

Bukti Fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Selanjutnya variabel Bukti Fisik (*Tangible*) diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Penampilan pegawai PGN rapi dan menarik
2. Memiliki peralatan yang modern
3. Kenyamanan dan kerapian gedung PGN
4. Tampilan logo baru PGN menarik
5. Tampilan website PGN menarik

2. Variabel terikat (*dependent*), yaitu : Kepuasan Pelanggan ( Y )

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70).

Variabel kepuasan pelanggan diukur menggunakan indikator sebagai berikut

- a. Pelayanan yang diberikan PGN memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- b. PGN dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c. Secara keseluruhan, PGN memiliki citra yang positif dan baik
- d. Pelanggan bersedia memberikan rekomendasi kepada masyarakat lain untuk berlangganan gas dengan PGN.

### Desain Instrumen Penelitian

Berdasarkan variabel dan definisi operasional pada penelitian ini, maka untuk desain instrument penelitian seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 1 Desain Instrumen Penelitian**

Variabel	Sub Variabel / Dimensi	Indikator
Variabel Bebas Kualitas Pelayanan (X)	a. Keandalan ( $X_1$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan operasi dan peralatan PGN</li> <li>2. Kontinuitas penyaluran gas ke pelanggan</li> <li>3. Keakurasian tagihan pemakaian gas</li> <li>4. Keakurasian alat ukur</li> <li>5. Kualitas pasokan gas yang disalurkan</li> </ol>
	b. Daya Tanggap ( $X_2$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap responsif petugas PGN dalam menangani keluhan pelanggan.</li> <li>2. Kemampuan petugas PGN menyelesaikan masalah / keluhan pelanggan</li> <li>3. Kecepatan petugas PGN dalam memberikan pelayanan</li> <li>4. Kecepatan petugas PGN dalam menangani masalah / keluhan pelanggan</li> <li>5. Kesiapan memberikan pelayanan dan penanganan masalah / gangguan setiap waktu (24 jam)</li> </ol>
	c. Jaminan ( $X_3$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa aman selama menggunakan gas bumi.</li> <li>2. Rasa aman terhadap petugas PGN selama bekerja di tempat pelanggan.</li> <li>3. Rasa aman dalam melakukan transaksi.</li> <li>4. Petugas PGN memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai.</li> <li>5. Petugas PGN bersikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.</li> </ol>
	d. Empati ( $X_4$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian kepada pelanggan</li> <li>2. Memahami kebutuhan pelanggan</li> <li>3. Kemudahan menghubungi Contact Center PGN</li> <li>4. Kemudahan menghubungi petugas PGN</li> <li>5. Kemudahan dalam melakukan pembayaran</li> </ol>
	e. Bukti Fisik ( $X_5$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penampilan pegawai PGN rapi dan menarik</li> <li>2. Memiliki peralatan yang modern</li> <li>3. Kenyamanan dan kerapian gedung PGN</li> <li>4. Tampilan logo baru PGN menarik</li> <li>5. Tampilan website PGN menarik</li> </ol>
Variabel Terikat Kepuasan Pelanggan (Y)		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang diberikan PGN memberikan kepuasan kepada pelanggan.</li> <li>2. PGN dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.</li> <li>3. Secara keseluruhan, PGN memiliki citra yang positif dan baik.</li> <li>4. Pelanggan bersedia memberikan rekomendasi kepada masyarakat lain untuk berlangganan gas dengan PGN</li> </ol>



### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisa regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas (X) terhadap variable tidak bebas (Y) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variable bebas yang akan mempengaruhi variable terikat. Regresi linier berganda diformulasikan sebagai berikut (Algifari 1997:47)

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y	=	kepuasan pelanggan
a	=	konstanta
$b_1 - b_5$	=	Koefisien regresi setiap variabel
e	=	Variabel Residual
$X_1$	=	keandalan
$X_2$	=	daya tanggap
$X_3$	=	jaminan
$X_4$	=	empati
$X_5$	=	bukti fisik

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Perusahaan

PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk atau sering disebut PGN dengan kode transaksi di Bursa Efek Indonesia "PGAS" adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara / BUMN yang bergerak di bidang usaha transmisi dan distribusi gas bumi di Indonesia. Sebagai BUMN yang bergerak dalam bidang usaha transmisi dan distribusi gas bumi, mengacu pada UU Minyak dan Gas Bumi No. 22 Tahun 2001, yang mengharuskan adanya pemisahan entitas yang bergerak di bidang hulu dan hilir, maka bidang usaha PGN dipusatkan pada sektor hilir, yaitu menghubungkan Produsen Gas Bumi dengan Pengguna Gas Bumi. Dalam menjalankan kegiatan operasinya, PGN membagi usahanya dalam 3 (tiga) segmen usaha pokok, yaitu :

1. Kegiatan Usaha Transmisi/Transportasi,
2. Kegiatan Usaha Distribusi/Niaga, dan
3. Kegiatan Segmen Usaha Lainnya (sewa kapasitas serat optik dan jasa konstruksi dan pemeliharaan)

Untuk kegiatan usaha Distribusi/Niaga dilakukan oleh *Strategic Business Unit* (SBU) yang terdiri dari :

- a. SBU Distribusi Wilayah I  
Mencakup wilayah Jawa bagian barat sampai dengan Sumatera Selatan dengan memiliki tujuh Area dan satu Rayon antara lain Area Jakarta, Banten, Bekasi, Karawang, Bogor, Cirebon, dan Palembang serta Rayon Bandung.
- b. SBU Distribusi Wilayah II  
Mencakup wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Makasar dengan memiliki empat Area dan dua Rayon antara lain Area Surabaya-Gresik, Sidoarjo – Mojokerto, dan Pasuruan – Probolinggo serta Rayon Semarang dan Makasar.
- c. SBU Distribusi Wilayah III  
Mencakup wilayah Sumatera Utara dan Kepulauan Riau dengan memiliki tiga Area antara lain Area Medan, Batam, dan Pekanbaru.
- d. SBU Transmisi Sumatera – Jawa  
Mencakup wilayah jaringan pipa transmisi di Sumatera dan Jawa

### Deskripsi Responden

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik dilakukan di wilayah Manukan Surabaya dengan responden sebanyak 100 pelanggan rumah tangga. Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai responden maka dilakukan analisa deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan jangka waktu menjadi pelanggan.

#### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden pria sebanyak 54 orang dengan presentase 54% dan lebih banyak dibandingkan responden wanita yang sebanyak 46 orang dengan presentase 46%

#### b. Responden Berdasarkan Pendidikan

Latar belakang pendidikan responden adalah dari SD sampai dengan S1 dengan jumlah responden yang berpendidikan SD dengan jumlah 3 responden (3%), SMP dengan jumlah 6 responden (6%), SMA dengan jumlah 71 responden (71%) dan S1 dengan jumlah 18 responden (18%)

#### c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan atau profesi yang saat ini sedang dijalani oleh responden yaitu : Pelajar dengan jumlah 2 responden (2%), PNS dengan jumlah 28 responden (28%), Swasta dengan jumlah 27 responden (27%), Wiraswasta dengan jumlah 13 responden (13%), Rumah Tangga dengan jumlah 30 responden (30%).

#### d. Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Pelanggan

Dari hasil kuisisioner didapatkan lama waktu responden menjadi pelanggan gas : 1 s/d 2 tahun sejumlah 14 responden (14%), 3 s/d 5 tahun sejumlah 34 responden (34%) dan diatas 5 tahun sejumlah 52 responden (52%).

### Regresi Linear Berganda

Hasil analisa regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 17 didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 2 Hasil Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	t-statistik	Sig.
Konstanta	0.672	0.311	2.159	0.033
Keandalan (X <sub>1</sub> )	0.07	0.072	1.069	0.288
Daya Tanggap (X <sub>2</sub> )	0.147	0.074	1.99	0.049
Jaminan (X <sub>3</sub> )	0.347	0.065	5.317	0
Empati (X <sub>4</sub> )	0.22	0.069	3.172	0.002
Keandalan (X <sub>5</sub> )	0.65	0.069	0.939	0.35
R	: 0.791			
R Square	: 0.626			
Adjusted R <sup>2</sup>	: 0.607			
Df1	: 4			
Df2	: 94			
F-statistik	: 31.829			
N	: 100			

Sumber : Peneliti, data diolah

Berdasarkan hasil analisa pada tabel diatas, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.672 + 0.077X_1 + 0.147X_2 + 0.347X_3 + 0.220X_4 + 0.065X_5$$

1. Konstanta Regresi ( ) = 0.672  
Konstanta Regresi ( ) adalah intersep Y jika  $X = 0$ , hal ini menunjukkan bahwa jika variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut.  
Besarnya nilai konstanta ( ) adalah 0.672. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen yang terdiri atas perubahan Keandalan ( $X_1$ ), Daya Tanggap ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Empati ( $X_4$ ) dan Bukti Fisik ( $X_5$ ) = 0, maka besarnya variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sebesar 0.672.
2. Koefisien Regresi Keandalan ( $b_1$ ) = 0.077  
Besarnya koefisien  $b_1$  adalah 0.077 yang berarti menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara keandalan dengan kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan pengaruh keandalan searah terhadap kepuasan pelanggan yaitu apabila keandalan semakin ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan sebaliknya apabila keandalan diturunkan maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi hubungan antar variabel tersebut adalah sebesar  $b_1$  yaitu 0.077 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan
3. Koefisien Regresi Daya Tanggap ( $b_2$ ) = 0.147  
Besarnya koefisien  $b_2$  adalah 0.147 yang berarti menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara daya tanggap dengan kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan pengaruh daya tanggap searah terhadap kepuasan pelanggan yaitu apabila daya tanggap stabil maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan sebaliknya apabila daya tanggap dinaikan maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi hubungan antar variabel tersebut adalah sebesar  $b_1$  yaitu 0.147 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
4. Koefisien Regresi Jaminan ( $b_3$ ) = 0.347  
Besarnya koefisien  $b_3$  adalah 0.347 yang berarti menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara jaminan dengan kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan pengaruh jaminan searah terhadap kepuasan pelanggan yaitu apabila jaminan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan sebaliknya apabila jaminan menurun maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi hubungan antar variabel tersebut adalah sebesar  $b_3$  yaitu 0.347 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
5. Koefisien Regresi Empati ( $b_4$ ) = 0,220  
Besarnya koefisien  $b_4$  adalah 0,220 yang berarti menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara empati dengan kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan pengaruh empati searah terhadap kepuasan pelanggan yaitu apabila empati ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan sebaliknya apabila empati menurun maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi hubungan antar variabel tersebut adalah sebesar  $b_4$  yaitu 0,220 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
6. Koefisien Regresi Bukti Fisik ( $b_5$ ) = 0.065  
Besarnya koefisien  $b_5$  adalah 0.065 yang berarti menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan. Tanda positif menunjukkan pengaruh bukti fisik searah terhadap kepuasan pelanggan yaitu apabila *emphaty* ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan sebaliknya apabila bukti fisik menurun maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi hubungan antar variabel tersebut adalah sebesar  $b_5$  yaitu 0.065 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

### Uji t

Uji t dalam penelitian ini untuk membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t seperti terlihat pada tabel 1 didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 3 Hasil Uji t**

Variabel	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
Keandalan (X <sub>1</sub> )	1.069	1.986	0,288	Tidak signifikan
Daya Tanggap (X <sub>2</sub> )	1.990	1.986	0.049	Signifikan
Jaminan (X <sub>3</sub> )	5.317	1.986	0.000	Signifikan
Empati (X <sub>4</sub> )	3.172	1.986	0.002	Signifikan
Bukti Fisik (X <sub>5</sub> )	0.939	1.986	0.350	Tidak Signifikan

Sumber : Peneliti, data diolah

Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) adalah variabel daya tanggap (X<sub>2</sub>), jaminan (X<sub>3</sub>), empati (X<sub>4</sub>) dengan nilai signifikan  $> 0.05$ . Sedangkan untuk variabel keandalan (X<sub>1</sub>) dan bukti fisik (X<sub>5</sub>) dihasilkan bahwa pelanggan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai signifikan  $< 0.05$  sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Uji F

Uji F ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Berdasarkan hasil uji F seperti terlihat pada tabel 1 didapatkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $31.829 > 2.3113$ ) dan nilai sig  $< 0.05$

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik yang telah dilakukan maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Persamaan regresi  $Y = 0.672 + 0.077X_1 + 0.147X_2 + 0.347X_3 + 0.220X_4 + 0.065X_5$  artinya semua variabel independen keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila variabel independen naik, maka variabel dependen naik. Begitu juga sebaliknya apabila variabel independen turun maka variabel dependen juga ikut turun. Dari hasil koefisien regresi dapat diketahui bahwa variabel jaminan ( $b_3 = 0.347$ ) menjadi variabel terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian variabel empati ( $b_4 = 0.220$ ), variabel daya tanggap ( $b_2 = 0.147$ ), variabel keandalan ( $b_1 = 0.077$ ) sementara bukti fisik ( $b_5 = 0.065$ ) menjadi variabel terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Pengujian hipotesis secara parsial dari variabel independen menunjukkan bahwa variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik adalah variabel keandalan dan bukti fisik.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial sebagai berikut :

- a. Keandalan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (uji-t = 1.069 dengan sig. 0.288 > 0.05)
  - b. Daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (uji-t = 1.990 dengan sig. 0.049 < 0.05)
  - c. Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (uji-t = 5.317 dengan sig. 0.000 < 0.05)
  - d. Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (uji-t = 3.172 dengan sig. 0.002 < 0.05)
  - e. Bukti fisik secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (uji-t = 0.939 dengan sig. 0.350 > 0.05)
3. Pengujian hipotesis secara simultan dari variabel independen menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji F dimana nilai  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  (31.829 > 2,3113).

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat penulis berikan agar PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Manajemen PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik diharapkan agar mempertahankan pelayanan yang sudah baik dan bahkan lebih meningkatkan lagi pelayanan kepada pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan untuk selalu menjadi pelanggan.
2. Manajemen PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah II Penjualan Area Surabaya-Gresik agar terus memberikan edukasi kepada pelanggan mengenai penggunaan bahan bakar gas bumi dan tanggung jawab pelanggan untuk memperhatikan dan melakukan pemeliharaan pipa instalasi dan peralatan yang menggunakan gas bumi.
3. Bagi pihak-pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut pada bidang penelitian yang sama diharapkan dapat meneliti indikator variabel-variabel lain selain variabel keandalan, daya tanggap jaminan, empati dan bukti fisik yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi.2006. **Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek** PT.Rineka Cipta .Jakarta
- Aritonang R, Lerbin R. 2005. **Kepuasan Pelanggan : Pengukuran Dan Penganalisaan SPSS**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2005. **Analisis Multivariate SPSS**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hasan, Igbal. 2004. **Analisis Data Penelitian Dengan Statistik**. PT Bumi Aksara. Jakarta
- IndriantorodanSupomo.1999. **Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen**.EdisiPertama. BPFY Yogyakarta. Yogyakarta
- Kotler,Philip.2005.**ManajemenPemasaran**. Edisi Kesebelas.Jilid1. PT. Intan Sejati Klaten.Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi KetigaBelas. Erlangga.Jakarta
- Kotler,Philip.2005.**Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian**. Jiid Dua.Erlangga.Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani. 2008. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta
- Puspitosari, Suci. 2010. **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pacto Tour & Travel Surabaya**.Universitas Narotama. Surabaya
- Rangkuti, Freddy. 2002. **Measuring Customer Satisfaction**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Saleh, Minhayati, 2010. **Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pendidikan Dengan Analisis**. **Jurnal Nadwa Volume 2 Nomor 1** IAIN Walisongo. Semarang
- Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Bisnis**. Cetakan Ketigabelas. CV Alfabeta. Bandung
- Supardi.2005.**Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis**. CetakanPertama. UII Press.Yogyakarta.
- Supranto. 2011. **Pengukuran Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar**.Cetakan Keempat. PT Rineka Cipta.Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. **Manajemen Jasa**. Edisi Ketiga. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2007. **Service, Quality Satisfaction**. Edisi Kedua. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Service Management Mewujudkan Layanan Prima**. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Umar,Husein.2005.**Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**. Edisi Baru. PT.Raja Grafindo Persada.Jakarta.