PENGARUH *TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS, RELIABILITY, ASSURANCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SPBU COCO KENTEN PALEMBANG

(Studi kasus penggunaan aplikasi My Pertamina)

SKRIPSI

Universitas IBA



Oleh:

Happy Lorenshe

22220018

JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI PEMASARAN

UNIVERSITAS IBA PALEMBANG

2026

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	HAPPY LORENSHE
NPM	:	22220018
Program Studi	:	MANAJEMEN
Mata Kuliah Pokok	:	MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi	:	PENGARUH *TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS, RELIABILITY, ASSURANCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SPBU COCO KENTEN PALEMBANG (STUDI KASUS PENGGUNAAN APLIKASI MY PERTAMINA)
Tanggal Persetujuan	:	6 JULI 2026

PEMBIMBING SKRIPSI

Ketua,	Anggota,
Esty Nariliza, S.E., M.P.	Sri Ermeila, S.E., M.Si.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi,

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA

Esty Nariliza, S.E., M.P.

SKRIPSI

PENGARUH *TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS, RELIABILITY, ASSURANCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SPBU COCO KENTEN PALEMBANG

(Studi Kasus Penggunaan Aplikasi My Pertamina)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

HAPPY LORENSHE
22220018

MANAJEMEN

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 6 Juli 2026
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI

Ketua : Esty Naruliza, S.E., M.P. .....

Anggota : Sri Ermeila, S.E., M.Si. .....

Anggota : Reiner Yan Mayana Effendi, S.E., M.Si. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi,

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA

Esty Naruliza, S.E., M.P.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: HAPPY LORENSHE
Tempat/Tanggal Lahir	: Palembang, 10 Juli 2003
Program Studi	: Manajemen
NPM	: 22220018

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interprestasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya, adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas IBA maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang sata peroleh melalui karya ilmiah ini.

Palembang, Juli 2026
Yang Membuat Pernyataan,



Happy Lorenshe
NPM 22220018

ABSTRAK

PENGARUH *TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS, RELIABILITY, ASSURANCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SPBU COCO KENTEN PALEMBANG
(Studi Kasus Penggunaan Aplikasi My Pertamina)

Oleh
HAPPY LORENSHE

Penulis skripsi ini dibawah bimbingan :
Esty Naruliza, S.E., M.P.
Sebagai Ketua
Sri Ermeila, S.E., M.Si.
Sebagai Anggota

Jumlah pelanggan yang mengisi BBM di SPBU Pertamina COCO Kenten Palembang mengalami fluktuasi selama periode tahun 2025. Pada bulan Juni hingga Desember 2025, terjadi penurunan signifikan sebesar sekitar 21%. Penurunan ini dapat mengindikasikan adanya kendala pelayanan, faktor teknis, atau kondisi eksternal yang memengaruhi minat konsumen dalam melakukan pengisian BBM. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan efektivitas penerapan inovasi, termasuk sistem *self-service* dan aplikasi MyPertamina, sangat berpengaruh terhadap tingkat kunjungan konsumen.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *tangible, emphaty, responsiveness, reliability, assurance* terhadap kepuasan konsumen di SPBU Coco Kenten Palembang. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Sampel berjumlah 272 responden yang merupakan pengguna MyPertamina di SPBU COCO Kenten Palembang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, kemudian diolah dengan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 27.

Hasil analisis membuktikan bahwa *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Coco Kenten Palembang. Hal tersebut terlihat dari nilai F_{hitung} sebesar 712,684 dengan tingkat signifikan 0,000 yang jauh melebihi F_{tabel} sebesar 2,25. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, kelima variabel independen mampu menjelaskan 93,1% perubahan pada kepuasan konsumen, sementara 7,9% lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci : ***Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance,*** **Kepuasan Konsumen**

ABSTARC

THE INFLUENCE OF TANGIBLES, EMPATHY, RESPONSIVENESS, RELIABILITY, AND ASSURANCE ON CONSUMER SATISFACTION AT SPBU COCO KENTEN PALEMBANG
(A Case Study on MyPertamina Application Users)

By
HAPPY LORENSHE

Under the supervision of:
Esty Naruliza, S.E., M.P.
As Chair
Sri Ermeila, S.E., M.Si.
As Member

The number of customers fueling their vehicles at the Pertamina COCO Kenten gas station in Palembang fluctuated throughout 2025. From June to December 2025, there was a significant decline of approximately 21%. This decrease may indicate service constraints, technical factors, or external conditions affecting consumer interest in refueling. These fluctuations show that service quality and the effectiveness of implementing innovations, including the self-service system and the MyPertamina application, heavily influence consumer visit rates

The purpose of this study is to determine the influence of tangibles, empathy, responsiveness, reliability, and assurance on consumer satisfaction at SPBU COCO Kenten Palembang. This study employs a quantitative approach. The sample consists of 272 respondents who are MyPertamina application users at SPBU COCO Kenten Palembang. Data collection was conducted using questionnaires, which were then processed through multiple linear regression analysis using SPSS software version 27.

The results of the analysis demonstrate that tangibles, empathy, responsiveness, reliability, and assurance simultaneously have a significant influence on consumer satisfaction at SPBU COCO Kenten Palembang. This is indicated by the calculated F-value (Fcount) of 712.684 with a significance level of 0.000, which greatly exceeds the table F-value (Ftable) of 2.25. Based on the coefficient of determination, the five independent variables account for 93.1% of the variance in consumer satisfaction, while the remaining 7.9% is explained by other factors outside this research model.

Keywords: ***Tangibles, Empathy, Responsiveness, Realiability, Assurance, Cunsumer Satisfaction***