



PENGARUH TARIF GAS, RESPONSIVENESS, KUALITAS PELAYANAN, DAN KINERJA CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN GAS NEGARA Tbk AREA BATAM

THE INFLUENCE OF GAS RATES, RESPONSIVENESS, SERVICE QUALITY, AND CUSTOMER SERVICE PERFORMANCE ON CUSTOMER SATISFACTION IN PERUSAHAAN GAS NEGARA Tbk AREA BATAM

Hamidah Armaini¹, Lukmanul Hakim², Tibrani³, Herni Widiyah Nasrul⁴, Petra Pulus Tarigan⁵, Windri Marvira Rossa⁶

^{1-2,4}(Prodi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)

^{3,6}(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)

⁵(Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia)

¹hamidaharmaini@gmail.com, ²lukmanul@gmail.com, ³tibrani@gmail.com,

⁴herni@yahoo.com, ⁵petra@yahoo.com,

⁶windri@yahoo.com

Abstrak

Kualitas pelayanan dan kinerja *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Gas Negara Tbk Area Batam. Populasi penelitian ini adalah pelanggan sejumlah 103 di PGN Batam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 103 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Metode Analisa data dilakukan secara Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesa. Berdasarkan analisis data maka hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif gas (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PGN Batam, *responsiveness* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PGN Batam, kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PGN Batam, kinerja *customer service* (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di PGN Batam.

Kata Kunci: Tarif Gas; *Responsiveness*; Kualitas Pelayanan; Kinerja *Customer Service*; Kepuasan Pelanggan

Abstract

Service quality and customer service performance on customer satisfaction at Perusahaan Gas Negara Tbk Batam Area. The population of this research is 103 customers at PGN Batam. The sample used in this research was 103 respondents. The sampling technique was carried out using a Validity Test and Reliability Test. The data analysis method was carried out using the Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression and Hypothesis Testing. Based on data analysis, the research results show that gas tariff (X_1) has a positive and significant effect on customer satisfaction at PGN Batam, responsiveness (X_2) has a positive and significant effect on customer satisfaction at PGN Batam, service quality (X_3) has a positive and significant effect on satisfaction customers at PGN Batam, customer service performance (X_4) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at PGN Batam.

Keywords: Gas Tariff; *Responsiveness*; Service quality; Customer Service Performance; Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Upaya dalam mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan suatu bentuk perencanaan yang strategis. Apabila kepuasan pelanggan tidak di perhatikan dengan baik maka biaya yang muncul untuk menarik pelanggan baru 5 (lima) kali lipat dari biaya yang dikeluarkan daripada mempertahankan konsumen yang sudah ada. Kepuasan konsumen merupakan suatu tonggak

utama dalam menentukan loyal atau tidaknya seorang konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Hal tersebut sangat didasari oleh beberapa unsur diantaranya harga, dan keputusan yang diambil konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang diinginkan oleh mereka.

Untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam mengukur kepuasan pelanggan ada beberapa indikator yang digunakan diantaranya yaitu terpenuhinya harapan pelanggan, selalu menggunakan produk, merekomendasikan ke orang lain, kualitas layanan, loyalitas, reputasi yang baik, dan lokasi, (Setyo, 2017).

Energi adalah merupakan kebutuhan pokok masyarakat saat ini. Kebutuhan akan energi berupa bahan bakar minyak semakin meningkat tajam seiring dengan pertumbuhan industri dan pertumbuhan kebutuhan masyarakat serta meningkatnya alat transportasi. Isu tentang harga bahan bakar minyak menjadi sangat sensitif di tengah kehidupan ekonomi masyarakat. Pemerintah berusaha membangun infrastruktur untuk penyaluran energi alternatif yaitu pembangunan jaringan pipa PT Perusahaan Gas Negara Tbk untuk gas bumi.

PT Perusahaan Gas Negara Tbk yang bergerak dalam bidang distribusi dan transportasi gas bumi melihat kebutuhan akan energi merupakan suatu peluang bisnis yang baik sekaligus menjalankan misi sebagai perusahaan milik pemerintah yang bisa menjadi alternatif yang tepat untuk kebutuhan energi yaitu berupa gas bumi. Perusahaan Gas Negara (PGN) merupakan perusahaan nasional Indonesia terbesar di bidang transportasi dan distribusi gas bumi yang berperan besar dalam pemenuhan gas bumi domestik.

Wilayah kerja Perusahaan Gas Negara cukup banyak salah satu diantaranya Area Batam. Infrastruktur Gas PGN Area Batam tersebar dan melewati beberapa Kawasan Industri dan Komersial di Batam seperti Tanjung Uncang, Panbil, Batamindo, Kabil, Batam Centre, dan Lubuk Baja. Dimana pipa-pipa yang terpasang di area kerja Batam tersebut yaitu Pipa Steel sepanjang 97 Km, dan Pipa PE (*Polyethylene*) sepanjang 124 Km. Jumlah pelanggan Perusahaan Gas Negara Area Batam sebanyak 5983 pelanggan, dimana pelanggan tersebut meliputi pelanggan rumah tangga, pelanggan industri besar, dan pelanggan komersial dan pelanggan kecil.

PT. Perusahaan Gas Negara Tbk sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki wilayah operasi meliputi wilayah distribusi di beberapa kota di Sumatera, Jawa, Kalimantan hingga ke Papua. Distribusi gas bumi dialirkan melalui jaringan pipa bawah tanah dengan beberapa kategori pelanggan yaitu pembangkit listrik, Industri dan manufaktur, komersial serta rumah tangga.

Keluhan pelanggan Komersil Industri mengenai tarif gas, salah satu diantaranya yaitu harga gas yang masih terlalu tinggi yang diberikan oleh PT. PGN.Tbk Area Batam kepada pelanggan Komersil dan Industri melihat dari kebijakan Pemerintah terkait harga gas tertinggi berada pada nilai US\$ 6 MMBTU, selanjutnya juga komplain terkait pembayaran tagihan gas yang tiba-tiba melonjak naik 2 kali lipat, sementara itu pelanggan merasa tidak menggunakan gas yang berlebihan akan tetapi gas tersebut dipergunakan sesuai dengan kebutuhan, hal tersebut disampaikan oleh Pelanggan Komersil dan Industri kepada bagian *Customer service* PT. PGN.Tbk Area Batam.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PGN. Tbk Area Batam sejauh ini sudah berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari kinerja PT. PGN.Tbk Area Batam ditahun 2022 mengalami pertumbuhan jumlah pelanggan dari 97 jumlah pelanggan Komersil Industri meningkat

menjadi 101 pelanggan komersil industri. Meskipun kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PGN, Tbk Area Batam kepada pelanggan Komersil dan Industri sudah berjalan dengan baik seharusnya komplain - komplain pelanggan tersebut sudah dapat teratasi dengan baik, melainkan masih terdapat beberapa keluhan keluhan pelanggan yang terjadi diantaranya seperti keluhan berupa gas tidak mengalir, pelanggan ingin menyalakan boilernya untuk digunakan (gas mati), cairan aluminium saat produksi tumpah pelanggan minta petugas untuk *standby* pada *MRS* di khawatirkan terjadi sesuatu selama perbaikan (gangguan pada utilitas), Meminta di turunkan *pressure* gas nya dikarenakan sedang *maintenance* / gas sedang tidak di gunakan, saat ini PT Musim Mas memakai 16 MMBTU/jam untuk kurangi tekanan agar *safety valve* tak nembak (gangguan pada utilitas), tekanan di PT Synergy Oil drop (gangguan pada pipa distribusi tekanan turun atau naik)

Data *Customer service Index* PT. PGN, Tbk Area Batam tahun 2020 nilai terendah CSI berada pelanggan komersil dan industri pada posisi 5.27, artinya bila di dibandingkan dengan nilai *customer service Index* PT. PGN, Tbk Area Batam di tahun 2020 berdasarkan kriteria kepuasan dan ketidakpuasan maka di tahun 2020 nilai CSI berada pada posisi yang seimbang yaitu pada nilai 5.01 – 6.00. hal tersebut mengadung arti bahwa pelanggan komersil dan industri sudah menyatakan kepuasan mereka akan tetapi dari sisi kepuasan tersebut terdapat juga nilai ketidakpuasan yang mereka rasakan pada PT. PGN. Tbk Area Batam. Mewakili dari data *customer service index* (CSI) 2019 dan 2020 PT. PGN. Tbk Area Batam tersebut menunjukkan bahwa posisi terendah ketidakpuasan pelanggan berada pada pelanggan dengan kategori komersil industri, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh.

Berdasarkan latar belakang diatas dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah tarif gas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam ?
2. Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam?
4. Apakah kinerja *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam
5. Apakah tarif gas, *responsiveness*, kualitas Pelayanan dan kinerja *customer service* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam ?

Dari uraian yang telah di kemukakan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tarif gas terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam ?
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam ?
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam ?
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kinerja *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN. Tbk Area Batam ?
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tarif gas, *responsiveness*, kualitas pelayanan dan kinerja *customer service* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PGN.

Tbk Area Batam ?

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan satu ilmu dimana seorang individu dalam Menyusun dan merumuskan keputusan didasarkan pada alokasi sumber daya yang ada diantaranya yaitu waktu, uang, usaha, dan energi, Schiffman (2008).

Harga

Harga ialah ukuran uang tunai yang dipaku pada barang, jasa atau ukuran nilai uang tunai yang dibeli untuk beberapa kegunaan sejak dibelinya barang atau jasa tersebut, Kotler dalam (Desy & Rahmat, 2017)

Responsiveness (ketanggapan)

Responsiveness (ketanggapan) yaitu suatu keinginan untuk membantu konsumen dalam menyelesaikan masalah nya terhadap penggunaan barang/jasa yang dibelinya dengan memberikan pelayanan yang terbaik, Rambat Lupiyoadi dalam (Rismawati Hamid.dkk. 2020)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung, Kotler dan Armstrong dalam (Indrasari, 2019).

Customer Service

Pendidikan dan pelatihan guru merupakan salah satu bentuk kegiatan pengembangan sumber daya manusia (personal development). Indikator yang digunakan adalah: pengadaan penataran, diklat, lokakarya, dan seminar; motivasi mengikuti diklat; kemudahan dalam mengadakan dan mengikuti diklat; perbedaan sebelum dan sesudah mengikuti diklat; standar kualifikasi pendidikan guru; kesungguhan dalam mengikuti diklat; penularan pada guru lain setelah mengikuti diklat; dampak diklat terhadap profesionalisme; kewajiban guru dalam meningkatkan profesionalisme; serta diklat dan kesejahteraan (Sugiyono & Rahadhini, 2013).

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Diduga tarif gas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Diduga responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Diduga customer service berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Diduga tarif gas, responsiveness, kualitas pelayanan dan kinerja customer service secara Bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh dari objek penelitian, dengan menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden.

Populasi

Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu konsumen pelanggan dengan kategori komersil industri dengan jumlah pelanggan sebanyak 103 pada tahun 2022 dan dari jumlah 103

pelanggan tersebut tarif gas yang diberikan oleh PT. PGN.Tbk area Batam

Sampel

Dimana sampel jenuh itu sendiri mengandung arti bahwa sampel yang digunakan pada penelitian jumlahnya sama semua dengan populasi yang digunakan dalam penelitian. Untuk itu sampel dalam penelitian ini berjumlah 103 pelanggan komersil industri.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *statistic parametis*. Proses analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS *for Windows*. Taraf tingkat toleransi kesalahan yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%.

Persamaan Regresi Linear Berganda

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.751	3.393		1.695	.093		
1 Tarif Gas	-.150	.064	-.217	-2.328	.022	.954	1.049
Responsiveness	.127	.062	.190	2.057	.042	.971	1.029
Kualitas Pelayanan	.313	.112	.256	2.789	.006	.979	1.021
Kinerja Customer Service	.163	.057	.258	2.831	.006	.997	1.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = 5.751 + (-0.150) X1 + (0.127) X2 + (0.313)X3 + (0.163) X4 + e$$

Konstanta = 5.751, bila X1, X2, X3, X4 nilainya sebesar 0 maka besar nilai Y sebesar 5.751

- Koefisien regresi variabel Tarif Gas (X1) = -0.150**, artinya setiap peningkatan Tarif Gas (X1) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Y = -0.150 satuan dengan asumsi variabel independent lain nilainya tetap. Atau dengan kata lain bila Tarif Gas yang diberikan oleh PT. PGN.Tbk area Batam meningkat pada pelanggan komersil industri karena disesuaikan dengan kebutuhan pemakaian gas nya yang juga tinggi, sebaliknya apabila tarif gas yang diberikan oleh PT. PGN.Tbk area Batam rendah kepada pelanggan komersil industri dikarenakan pemakaian gasnya juga rendah. Peningkatan tarif gas 1 MMBTu akan meningkatkan jumlah pemakaian gas sebesar -0.150, sebaliknya penurunan tarif gas 1 MMBTu akan menurunkan jumlah pemakaian gas sebesar -0,150 satuan. Sehingga terjadinya peningkatan kenaikan tarif gas akan berdampak pada kepuasan pelanggannya. Disamping itu juga nilai hubungan antara Tarif Gas (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat di perlihatkan dari perbandingan antara nilai T-hitung dengan T-Tabel, berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai T-hitung sebesar 2.328 > dari nilai T-tabel 1.659782, maka disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria hipotesis penelitian Ha diterima yaitu terdapat hubungan antara Tarif Gas (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat Positif.
- Koefisien regresi variabel Responsiveness (X2) = 0.127**, artinya setiap peningkatan Daya

tanggap (*Resonsiveness*) X2 sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Y = 0.127 satuan dengan asumsi variabel independent lain nilainya tetap. Atau dengan kata lain ketanggapan karyawan PT. PGN.Tbk are Batam pada *problem – problem* yang dialami pelanggan khususnya pelanggan komersil industri masih kurang maksimal, sehingga berdampak pada rendahnya kepuasan pelanggan terhadap *responsiveness* dengan nilai sebesar 0,127 satuan. Disamping itu juga nilai hubungan antara *Responsiveness* (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat di perlihatkan dari perbandingan antara nilai T-hitung dengan T-Tabel, berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai T-hitung sebesar 2.057 > dari nilai T-tabel 1.659782, maka disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria hipotesis penelitian Ha diterima yaitu terdapat hubungan antara *Responsiveness* (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat positif.

3. **Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X3) = 0.313**, artinya setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Y = 0.313 satuan dengan asumsi variabel independent lain nilainya tetap. Sama halnya juga bila Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT. PGN Tbk area Batam kurang maksimial akan berdampak pada kepuasan pelanggan sebesar 0.313 satuan. Disamping itu juga nilai hubungan antara Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat di perlihatkan dari perbandingan antara nilai T-hitung dengan T-Tabel, berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai T-hitung sebesar 2.789 > dari nilai T-tabel 1.659782, maka disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria hipotesis penelitian Ha diterima yaitu terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan (X3) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat positif.
4. **Koefisien regresi variabel Kinerja Customer service (X4) = 0.163**, artinya setiap peningkatan Kinerja Customer service (X4) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Y = 0.163 satuan dengan asumsi variabel independent lain nilainya tetap. Demikain juga mengandung arti bahwa bila Kinerja Customer service (X4) meningkat sebesar 1 satuan akan berdampak pada kepuasan pelanggan khususnya pelanggan di sektor komersil industri sebesar 0.163 satuan. Disamping itu juga nilai hubungan antara Kinerja Customer service (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat di perlihatkan dari perbandingan antara nilai T-hitung dengan T-Tabel, berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai T-hitung sebesar 2.831 > dari nilai T-tabel 1.659782, maka disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria hipotesis penelitian Ha diterima yaitu terdapat hubungan antara Kinerja Customer service (X4) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat positif. T Hitung Negatip, bukan berarti tidak Signifikan dimana hasilnya akan sama Ketika memakai dasar Sig vs Alpha & T hitung vs T tabel.

Uji T

**Tabel 2 Hasil Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.751	3.393		1.695	.093		
Tarif Gas	-.150	.064	-.217	-2.328	.022	.954	1.049
Responsiveness	.127	.062	.190	2.057	.042	.971	1.029
Kualitas Pelayanan	.313	.112	.256	2.789	.006	.979	1.021

Kinerja Customer Service	.163	.057	.258	2.831	.006	.997	1.003
--------------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh hasil Uji-t Sebagai berikut :

- Variabel Tarif Gas (X1)** sebesar 0.022 yang artinya secara parsial Variabel ini memiliki Pengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikansi Tarif Gas (X1) $0.022 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Tarif Gas (X1) meningkat seiring peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam.
- Variabel Responsiveness (X2)** sebesar 0.042 yang artinya secara parsial Variabel ini memiliki Pengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikansi Responsiveness (X2) $0.042 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Ketanggapan (Responsiveness) PT. PGN Tbk area Batam meningkat terhadap masalah atau problem yang dialami oleh customer khususnya komersil industri peningkatan tersebut juga seiring dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam.
- Variabel Kualitas Pelayanan (X3)** sebesar 0.006 yang artinya secara parsial Variabel ini memiliki Pengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X3) $0.006 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Kualitas Pelayanan (X3) PT. PGN Tbk area Batam meningkat seiring juga peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam.
- Variabel Kinerja Customer service (X4)** sebesar 0.006 yang artinya secara parsial Variabel ini memiliki Pengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikansi Kinerja Customer service (X4) $0.006 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Kinerja Customer service (X4) PT. PGN Tbk area Batam baik dari segi pelayanan, ketanggapan dalam melayani dan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan maka seiring juga peningkatannya terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam khususnya pada pelanggan di sektor Komersil Industri.

Uji F

Tabel 3
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	21.918	4	5.480	5.799	.000 ^b
Residual	92.606	98	.945		
Total	114.524	102			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kinerja Customer Service, Responsiveness, Kualitas Pelayanan, Tarif Gas

Hasil uji F pada tabel ANOVA diatas nilai (*sig.*) sebesar 0,000, sesuai dengan kriteria dari pengujian uji F, maka disimpulkan bahwa nilai uji F hitung $0,000 < 0,05$ dan dikatakan bahwa terdapat Pengaruh Tarif Gas (X1), *Responsiveness* (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Kinerja *Customer service* (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PGN.Tbk area Batam secara simultan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Tarif Gas (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. PGN.Tbk area Batam

Peningkatan tarif gas 1 MMBTu akan meningkatkan jumlah pemakaian gas sebesar -0.150, sebaliknya penurunan tarif gas 1 MMBTu akan menurunkan jumlah pemakaian gas sebesar -0,150 satuan. Sehingga terjadinya peningkatan kenaikan tarif gas akan berdampak pada kepuasan pelanggannya. Hasil uji-t pada variabel Tarif Gas (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikansi Tarif Gas (X1) $0.022 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Tarif Gas (X1) meningkat.

2. Pengaruh *Responsiveness* (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. PGN.Tbk area Batam

Hasil uji-t pada variabel *responsiveness* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikansi *Responsiveness* (X2) $0.042 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Ketanggapan (*Responsiveness*) PT. PGN Tbk area Batam meningkat terhadap masalah atau problem yang dialami oleh customer khususnya komersil industri peningkatan tersebut juga seiring dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. PGN.Tbk area Batam

Hasil uji-t pada variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X3) $0.006 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Kualitas Pelayanan (X3) PT. PGN Tbk area Batam meningkat seiring juga peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam.

4. Pengaruh Kinerja *Customer service* (X4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. PGN.Tbk area Batam

Hasil uji-t pada variabel kinerja *customer service* (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai signifikansi Kinerja *Customer service* (X4) $0.006 < 0.05$, dan pengaruh tersebut juga ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Kinerja *Customer service* (X4) PT. PGN Tbk area Batam baik dari segi pelayanan, ketanggapan dalam melayani dan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan maka seiring juga peningkat terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam khususnya pada pelanggan di sektor Komersil Industri.

5. Pengaruh Tarif Gas (X1), *Responsiveness* (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Kinerja *Customer service* (X4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. PGN.Tbk area Batam

Hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan menunjukkan nilai dari *R Square* sebesar 0,191 hal ini bermaksud menjelaskan porsi pengaruh tarif gas (X1), *responsiveness* (X2), kualitas pelayanan (X3), kinerja *customer service* (X4) terhadap kepuasan pelanggan (X4) pada PT. PGN.Tbk area Batam sebesar 19.1%, dipengaruhi oleh variabel tersebut, sedangkan 80.1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Hasil penelitian sejalan dengan Giovani, Kustiyah, Hartono (2022), Lusiana (2020), Widiyati (2020), Singal Dkk (2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap variabel tarif gas (X1), variabel *responsiveness* (X2), variabel kualitas pelayanan (X2), dan variabel kinerja *customer service* (X4) terhadap kepuasan pelanggan PT. PGN.Tbk area Batam, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Tarif Gas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *signifikansi* uji-t sebesar $0,022 < 0,05$ disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria hipotesis penelitian H_a diterima yaitu terdapat hubungan antara Tarif Gas (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat Positif. Sehingga terjadinya peningkatan kenaikan tarif gas akan berdampak pada kepuasan pelanggannya.
2. *Responsiveness* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *signifikansi* uji-t sebesar $0,042 < 0,05$. Atau dengan kata lain ketanggapan karyawan PT. PGN.Tbk are Batam pada *problem – problem* yang dialami pelanggan khususnya pelanggan komersil industri masih kurang maksimal, sehingga berdampak pada rendahnya kepuasan pelanggan terhadap *responsiveness*, maka disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria hipotesis penelitian H_a diterima yaitu terdapat hubungan antara *Responsiveness* (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat positif.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *signifikansi* uji-t sebesar $0,006 < t.tabel 0,05$ maka disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria hipotesis penelitian H_a diterima yaitu terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan (X3) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat positif.
4. Kinerja *Customer service* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan , hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *signifikansi* uji-t sebesar $0,006 < 0,05$ dan pengaruh tersebut juga ditunjukan dengan nilai koefisien yang bernilai positif. Dengan kata lain bila Kinerja *Customer service* (X4) PT. PGN Tbk area Batam baik dari segi pelayanan, ketanggapan dalam melayani dan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan maka seiring juga peningkata terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PGN Tbk area Batam khususnya pada pelanggan di sektor Komersil Industri.
5. Tarif Gas, *Responsiveness*, Kualitas Pelayanan, Kinerja *Customer service* secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil uji F nilai (*sig.*) sebesar 0,000, sesuai dengan kriteria dari pengujian uji F, maka disimpulkan bahwa nilai uji F hitung $0,000 < 0,05$ dan dikatakan bahwa terdapat Pengaruh Tarif Gas (X1), *Responsiveness* (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Kinerja *Customer service* (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PGN.Tbk area Batam secara simultan.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Tarif gas diharapkan bisa menyesuaikan kondisi perekonomian yang sedang berlangsung di Indonesia khususnya masyarakat.
2. Responsiveness diharapkan bisa dipertahankan dan ditingkatkan lagi untuk kedepanya.
3. Kualitas pelayanan yang sudah baik diharapkan untuk lebih ditingkatkan lagi.
4. Kinerja *customer service* yang sudah baik dapat ditingkatkan lagi agar menjadi contoh bagi institusi.

REFERENSI

- Febriani, T., Rahmanto, A. N., & Naini, A. M. I. (2022). Social media influencer as marketing communication of “Fortivit” rice from Perum BULOG. *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series*, 6(1), 56–69. <https://doi.org/10.20961/ijsascs.v6i1.69935>
- Rahmawati, R., ZA, S.Z., Asnawati, A., & Darma, D. C. (2021). Perluasan wawasan tentang ‘informasi toxic’ pada serangan pasca Covid-19 di Indonesia. *Minda Baharu*, 5(2), 183–195. <https://doi.org/10.33373/jmb.v5i2.3480>
- Rahmawati, R., Hidayati, T., & Achmad, G. N. (2022). Experience quality as the key to successful halal tourism development. *Tourism and Sustainable Development Review*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v3i1.57>
- Rehman, M. W. U., Shaikh, T., & Sattar, M. S. A. (2015). Relationship between marketing strategies and firms’ financial performance in food producers sector of Pakistan. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 17, 65–79.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, W. (2016). The effort to create customer engagement on customer e_banking (empirical studies on Bank BNI regional Semarang). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 191–205.
- Sadiku-Dushi, N., Dana, L-P., & Ramadani, V. (2019). Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance. *Journal of Business Research*, 100, 86–99. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.025>
- Sati, A., & Kazancoglu, I. (2020). The effect of food influencers on consumers’ intention to purchase food products/services. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 150–163. <https://doi.org/10.33083/joghat.2020.40>



- Simbolon, F. P., & Law, V. (2022). Social media marketing through instagram and repurchase intention: The mediating role of customer engagement. *Binus Business Review*, 13(3), 223–232. <https://doi.org/10.21512/bbr.v13i3.8576>
- Surenggono, S., & Djamilah, S. (2022). The effect of financial attitude and financial knowledge on the financial performance of small and medium enterprises (SMEs) with the application of management accounting as a mediator. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 9(2), 441–456. <https://doi.org/10.26858/ja.v9i2.38998>
- Sulistiawati, I., Rahmawati, R., & ZA, S. Z. (2022). Which is more interesting between gamification, share, and like in customer engagement in millennials and generation Z?. *Journal of Social Research*, 2(1), 224– 232. <https://doi.org/10.55324/josr.v2i1.502>