

**ABSTRAK**  
**PENGARUH *SERVICE PERFORMANCE* DAN *CORPORATE IMAGE***  
**TERHADAP *TRUST* DENGAN *SATISFACTION* SEBAGAI**  
**INTERVENING**

**(Studi kasus pada pelanggan SPBU di kota Semarang)**

Deregulasi undang-undang migas pada tahun 2001, menuntut pelaku bisnis migas nasional untuk melakukan perubahan. PT. Pertamina sebagai perusahaan migas nasional yang semula sebagai pengelola tunggal di sektor Migas kini oleh pemerintah di lepas menjadi sebuah entitas bisnis murni yang harus mampu bersaing dengan perusahaan migas lainnya, sehingga ini menjadi momen penting bagi Pertamina untuk membuktikan kepada masyarakat akan kemampuannya mengelola semua lini bisnisnya untuk bertahan dan bersaing dengan perusahaan migas lainnya dalam jangka panjang, termasuk lini bisnis retail yaitu SPBU.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service performance* dan *corporate image* terhadap *trust* dengan *satisfaction* sebagai intervening (Studi kasus pada pelanggan SPBU di kota Semarang). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli BBM di SPBU Pertamina Semarang, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 150 responden dengan menggunakan teknik penentuan sampel *Purposive Sampling*. Untuk menjawab masalah penelitian dan pengujian hipotesis penelitian maka digunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan menggunakan bantuan AMOS 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *service performance* berpengaruh terhadap *satisfaction*, 2) *corporate image* berpengaruh terhadap *satisfaction* 3) *service performance* berpengaruh terhadap *trust*, 4) *corporate image* berpengaruh terhadap *trust* 5) *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*.

Kata Kunci : *Service performance, Corporate image, Satisfaction* dan *Trust*

## **ABSTRACT**

### **EFFECT OF SERVICE PERFORMANCE AND CORPORATE IMAGE TO TRUST AND SATISFACTION AS INTERVENING ( Case study of gas stations in the Semarang City )**

Deregulation of oil and gas bill in 2001 force national oil business make change. As a National oil and gas company, Pertamina was a single manager of oil and gas sector in Indonesia. Now Government change Pertamina as pure business entity that should be able to compete with other oil and gas company. It is an important moment for Pertamina to prove to the public about its ability to manage all of its business line then to survive and compete with other oil and gas company in a long term. Those business lines include retail business line namely SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum).

This Study aims to determine effect of service performance and corporate image to trust and satisfaction as an intervening (case study of SPBU's customers in Semarang). Population of this study is the entire customer of SPBU in Semarang. Sample of this study is 150 Respondent by using purposive Sampling. To answer research question and to do hypothesis testing, the study used Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with AMOS 16.

Result of study showed that 1) service performance had effect on satisfaction 2) corporate image had effect on satisfaction 3) service performance had effect on trust 4) corporate image had effect on trust 5) satisfaction had positive effect on satisfaction.

Key word : Service performance, Corporate image, Satisfaction and Trust

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service performance* dan *corporate image* terhadap *trust* dengan *satisfaction* sebagai intervening (Studi kasus pada pelanggan SPBU di kota Semarang). *Service performance* merupakan kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. *Corporate image* adalah semua asosiasi yang melekat pada perusahaan dan merupakan persepsi masyarakat yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dan berbagai sumber terpercaya. Kepuasan adalah perasaan (*feeling*) pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka, sedangkan *Trust* merupakan perekat yang memberikan peluang kepada perusahaan untuk mempercayai orang lain untuk mengorganisir dan mengoptimalkan sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah. Berdasarkan pada kajian yang mendalam dan kritis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ‘Bagaimana pengaruh *Service Performance* dan *Corporate Image* terhadap *Trust* dengan *Satisfaction* sebagai intervening’.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli BBM di SPBU Pertamina Semarang, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 150 responden dengan menggunakan teknik penentuan sampel *Purposive Sampling*. Untuk menjawab masalah penelitian dan pengujian hipotesis penelitian maka digunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan menggunakan bantuan AMOS 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *service performance* berpengaruh terhadap *satisfaction*, 2) *corporate image* berpengaruh terhadap *satisfaction* 3) *service performance* berpengaruh terhadap *trust*, 4) *corporate image* berpengaruh terhadap *trust* 5) *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*.

Implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah SPBU Pertamina seharusnya tetap meningkatkan kinerja pelayanannya dengan memperbaiki sarfas SPBU, keramahan dan ketepatan pelayanan, terus memperbaiki dan meningkatkan citra perusahaan melalui program-program CRS, melakukan inovasi produk maupun cara pemasarannya, meningkatkan kualitas manajemen, sehingga kepuasan pelanggan juga akan meningkat dan kepercayaan masyarakat terhadap SPBU Pertamina juga semakin baik.