



DAMPAK RELIABILITY DAN RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SPBU GOWA

Zandi Pratama Zain¹, Amir², Putri Nurazizah Ramadhan³

¹ UIN Alauddin Makassar

² UIN Alauddin Makassar

³ UIN Alauddin Makassar

ABSTRAK

Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari *reliability* dan *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Gowa. Jenis penelitian yang diimplementasikan adalah kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah secara simultan, variabel *reliability* dan *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU di Kota Sungguminasa. Sedangkan secara parsial, *reliability* dan *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Reliability, Responsiveness, Kualitas, Layanan, Sungguminasa

ABSTRACT

To analyze the effect of service quality, which consists of reliability and responsiveness, on customer satisfaction at Public Fuel Filling Stations (SPBU) in Gowa. The type of research implemented is quantitative with multiple linear regression methods. The conclusion that can be drawn from this study is that simultaneously, variable reliability and responsiveness have a significant effect on customer satisfaction at gas stations in Sungguminasa City. Meanwhile, partially, reliability and responsiveness have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Reliability, Responsiveness, Quality, Service, Sungguminasa

PENDAHULUAN

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satu cara yang dapat digunakan ialah dengan meningkatkan kualitas layanan (Parasuraman, Berry, dan Zeithamil dalam Suhari : 2008:2). Artinya untuk mencapai kepuasan pelanggan dibutuhkan peningkatan kualitas layanan. Hal ini disebabkan oleh persoalan kualitas jasa dan kepuasan konsumen yang saat ini semakin penting bagi perusahaan jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun sistem manajemen kualitas jasa, mengidentifikasi kesenjangan yang mungkin terjadi, serta pengaruhnya bagi kepuasan konsumen dan perilaku konsumen purna layanannya. Melalui pemahaman ini diharapkan perusahaan jasa akan mampu mengeliminasi

*Zandy.pratama@uin-alauddin.ac.id, UIN Alauddin Makassar



tuntutan konsumen dan mengoptimalkan kepuasan pelanggannya (Lupiyoadi & Hamdani dalam Haryanti dan Hastuti, 2011:2). Lebih lanjut dalam rangka memuaskan pelanggan, upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada umumnya difokuskan dalam pengukuran *responseveness* dan *reliability* Sehingga pada bagian ini, ketiga dimensi tersebut secara khusus akan diukur terhadap kepuasan dari pelanggan.

Hal inilah yang diterapkan oleh Pertamina. Pertamina merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Energi dan Petrokimia. Pertamina memiliki visi untuk menjadi perusahaan yang unggul, maju dan terpancang. Perusahaan ini merupakan entitas bisnis yang dikelola secara profesional, kompetitif dan berdasarkan tata nilai yang unggul. Pertamina juga Memberikan nilai tambah lebih bagi pemegang saham, pelanggan, pekerja, dan masyarakat serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) yang memenuhi standar kualifikasi akan meraih sertifikasi Pasti Pas!. Sertifikat dengan nama Pasti Pas! Ini akan diberikan apabila SPBU mampu memenuhi lima elemen standar program *Pertamina Way*, digambarkan sebagai bintang lima (logo *Pertamina Way*), meliputi staf yang terlatih dan bermotivasi, jaminan kualitas dan kuantitas, peralatan yang terawat baik, format fisik yang konsisten, serta penawaran produk dan pelayanan bernilai tambah. Pelayanan SPBU menerapkan 3S, yaitu Senyum, Sapa, dan Salam.

Manajemen SPBU di daerah Gowa telah berusaha memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik berupa implementasi *pertamina way* agar pelanggan puas sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan volume penjualannya. Namun di dalam pelaksanaannya ada masalah-masalah yang mengindikasikan kualitas layanan SPBU di daerah Gowa belum optimal. Dari catatan keluhan pelanggan yang tercatat oleh SPBU di daerah Gowa khususnya pada SPBU 74.921.05 dan SPBU 74.921.08, keluhan-keluhan pelanggan dari bulan Januari ke bulan April 2019 diuraikan dalam tabel 1 dan 2. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan cukup menarik karena walaupun banyak pelanggan yang mengajukan keluhannya, masih banyak pelanggan yang menggunakan layanan dari kedua SPBU tersebut. Sehingga hal ini menimbulkan pertanyaan yakni bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU di daerah Gowa.

Tabel 1 : Catatan keluhan pelanggan SPBU 74.921.05 pada Januari hingga April 2019.

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Pelanggan yang Menyampaikan	Persentase
1	Keluhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan.	17	41,46%
2	Keluhan pada takaran BBM	13	31,71%

3	Keluhan tentang kebersihan, terutama toilet.	8	19,51%
4	Keluhan tentang kelengkapan fasilitas	3	7,31%
	Jumlah	41	100%

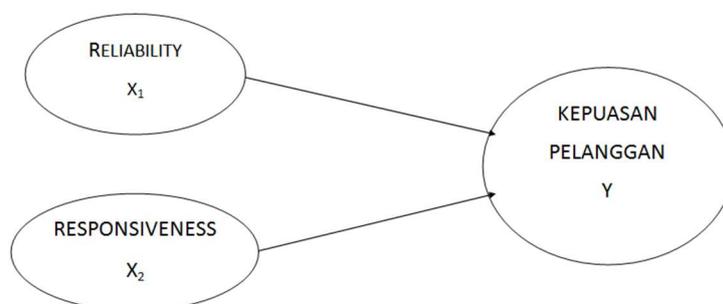
Sumber : Data SPBU 74.921.05, diolah

Tabel 2 : Catatan keluhan pelanggan SPBU 74.921.08 pada Januari hingga Desember 2013.

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Pelanggan yang Menyampaikan	Persentase
1	Keluhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan.	13	35,14%
2	Keluhan pada takaran BBM	11	29,73%
3	Keluhan terhadap lamanya antrian	9	24,32%
4	Keluhan tentang kebersihan, terutama toilet.	3	8,11%
5	Keluhan tentang kelengkapan fasilitas	1	2,7%
	Jumlah	37	100%

Sumber : Data SPBU 74.921.08, diolah

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *responsiveness* dan *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di daerah Gowa.



Gambar 1. Kerangka Konseptual



METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan berusaha mendapatkan informasi yang selengkap mungkin mengenai pengaruh tiga kualitas layanan, yaitu *tangible*, *assurance*, dan *empathy*, terhadap kepuasan Pelanggan Stasiun Pengisian Bahan Bakar (SPBU) di daerah Gowa. proses observasi, pemberian kusioner, wawancara, serta dokumentasi memiliki peranan yang utama dalam pengumpulan data. Analisa kuantitatif dengan menggunakan model regresi linear berganda ini diharapkan mampu menggali pengaruh *Reliability* dan *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di daerah Gowa.

Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh pelanggan Pengisian Bahan Bakar Umum Puncak (SPBU) di daerah Gowa khususnya SPBU 74.921.05 dan SPBU 74.921.08. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui, peneliti akan menggunakan menentukan jumlah sampel yang tergantung pada jumlah indikator yang ada dan dikalikan lima sampai sepuluh (Hair dalam Ferdinand, 2006:45). Dengan mengalikan jumlah pernyataan kusioner yang akan di berikan kepada responden yakni 19 item dengan angka 6 (19×6), jumlah responden dalam penelitian ini adalah 114 orang. Jumlah ini kemudian dibagi dua yakni 57 responden untuk tiap SPBU.

Responden akan dipilih dengan cara *Accidental Sampling* dimana sampel akan dipilih secara acak dari populasi pelanggan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di daerah Gowa.

HASIL

1. Uji hipotesis

a. Uji Simultan (Uji-F)

1) $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima, H_1 ditolak berarti tidak pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

$F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak, H_1 diterima berarti ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

2) Tingkat signifikan $< \alpha = 5\%$ (0,050)

Tabel 3 : Hasil uji simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,495	3	4,299	51,477	,000 ^b
	Residual	9,019	108	,084		
	Total	30,515	113			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1,,

Sumber : Data penelitian yang telah diolah (2019).



Berdasarkan tabel 15, diketahui dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 51,477 > F_{tabel} = 2,300$ atau tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil jika dibandingkan dengan tingkat $\alpha = 0,050$ (5%). Hal ini berarti dari variabel bebas berupa kualitas layanan yang terdiri dari *reliability* (X_1) dan *responsiveness* (X_2), secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan SPBU di Gowa (Y) yang juga berarti hipotesis pertama diterima atau terbukti.

b. Uji Parsial (Uji-t)

Tabel 4 : Hasil uji parsial (Uji-t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,498	,266		-1,873	,064
X1	,186	,058	,189	3,226	,002
X2	,138	,053	,163	2,596	,011

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data penelitian yang telah diolah (2019).

Pengujian secara parsial (uji-t) dimaksud untuk menganalisis tingkat signifikan antara variabel bebas secara statistik adalah sebagai berikut :

1) $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak ada pengaruh antara salah satu variabel X (X_1, X_2) terhadap variabel Y.

$t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti ada pengaruh antara salah satu variabel X (X_1, X_2) terhadap variabel Y.

2) Tingkat signifikan $< \alpha = 5\%$ (sig. 0,050)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 10, maka diperoleh persamaan hasil regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,498 + 0,149X_1 + 0,526X_2 + 0,128X_3$$

Dimana masing-masing hasil persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

1) Konstanta B_0 terhadap kepuasan pelanggan

Nilai konstanta B_0 adalah sebesar -0,498. Hal ini menunjukkan bahwa jika diasumsikan variabel kualitas layanan yakni *reliability* (X_1) dan *responsiveness* (X_2) dianggap konstan atau bernilai nol maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan.



2) *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa variabel bebas yaitu *reliability* (X_2) menghasilkan nilai $t_{hitung} = 3,226 > t_{tabel} = 1,982$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,002 yang lebih kecil (<) jika dibandingkan dengan tingkat $\alpha = 0,050$ (5%) yang menunjukkan bahwa variabel ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Nilai variabel X_2 sebesar 0,186 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat. Artinya jika *reliability* ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan bertambah.

3) *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa variabel bebas yaitu *responsiveness* (X_3) menghasilkan nilai $t_{hitung} = 2,596 > t_{tabel} = 1,982$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,011 yang lebih kecil (<) jika dibandingkan dengan tingkat $\alpha = 0,050$ (5%) yang menunjukkan bahwa variabel ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Nilai variabel X_3 sebesar 0,138 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat. Artinya jika *responsiveness* ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan bertambah.

2. Uji koefisien determinasi

Berdasarkan tabel 17 dapat diketahui bahwa :

1. Nilai $R = 0,839$, ini berarti hubungan antara variabel bebas yaitu *reliability* (X_1) dan *responsiveness* (X_2) terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan SPBU di Gowa (Y) sebesar 83,9% ini berarti memiliki hubungan yang erat atau dengan kata lain semakin besar R maka hubungan semakin erat.
2. R square sebesar 0,704 ini berarti 70,4% yakni kepuasan pelanggan SPBU di Gowa (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas yakni *reliability* (X_1) dan *responsiveness* (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 29,6% disebabkan oleh variabel lain yang tidak teridentifikasi kedalam model.

Tabel 4 : Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	,704	,691	,288987

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1 ,

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data penelitian yang telah diolah (2019).



DISKUSI

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji F dalam analisis regresi linear berganda pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *tangible* (X_1), *assurance* (X_2), dan *empathy* (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan SPBU di Gowa (Y). Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama bahwa secara simultan seluruh variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Kotler dan Amstrong dalam Suhari (2008:17) menyatakan bahwa semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan maka kepuasan yang dirasakan pelanggan juga semakin tinggi. Pelanggan umumnya mengharapkan produk atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik dan memuaskan. Dengan perkataan lain, para pelanggan menginginkan kualitas layanan yang diberikan adalah baik dan memuaskan. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan kualitas dari layanan (*service*) dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaannya.

Hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Steph Subanidja dan Marta Sri Martani yang meneliti Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan : Studi Kasus Lulusan Mahasiswa Perguruan Tinggi "X" di Jakarta. Dalam penelitian mereka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel *reliability* (X_2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan searah antar *reliability* dengan kepuasan pelanggan. Artinya jika *reliability* ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan bertambah.

Peningkatan *reliability* sangat ditentukan oleh indikator pembentuknya. Hal tersebut terdiri dari ; 1) kemampuan operator dalam mengoperasikan pompa pengisian bahan bakar, 2) menyediakan bahan bakar sesuai dengan standar Pertamina, dan 3) menyediakan bahan bakar sesuai dengan takaran yang pasti.

Kemampuan atau kehandalan operator dalam mengoperasikan mesin pengisian bahan bakar tentulah merupakan hal yang penting dalam pelayanan SPBU. Inti dari usaha ini adalah menjual bahan bakar minyak kepada pelanggan sehingga distribusi dari SPBU ke pelanggan tidak akan berjalan dengan lancar jika operator tidak handal dalam mengoperasikan mesin tersebut. Operator harus mengetahui langkah-langkah pengoperasian pompa pengisian mulai dari mengatur jumlah bahan bakar yang akan dibeli, menekan tuas pada pompa pengisian, dan menekan tombol atur ulang untuk mengembalikan pengukuran pompa kembali menjadi nol pada saat selesai mengisi bahan bakar.

Pertamina telah menetapkan standar bahan bakar yang dapat dijual pada SPBU tertentu. Bahan bakar yang paling sering ditemui adalah Bensin atau Premium



dan Solar. Sebagai tambahan, pada beberapa SPBU yang potensial juga disediakan Pertamina, Pertamina Dex, dan Premix dengan nilai oktan yang lebih tinggi dari pada Bensin dan Solar. Pihak pengelola dan operator SPBU perlu untuk menjaga kualitas bahan bakar tersebut dan jangan sampai tercampur atau sengaja dicampur. Penggunaan standar bahan bakar yang tidak tepat pada mesin tertentu khususnya pada mesin berbahan bakar bensin dapat mengakibatkan kerusakan mesin. Hasilnya adalah pelanggan yang tidak puas akan bahan bakar yang disediakan oleh SPBU tersebut.

Takaran yang pas pada saat pengisian juga merupakan hal yang penting dalam pelayanan pertamina. Operator diharapkan untuk tidak memperlmainkan tuas pada saat pengisian bahan bakar karena akan mengurangi takarannya. Operator juga diharapkan untuk memperhatikan pada saat pengisian bahan bakar dan jangan sampai bahan bakar tersebut melebihi kapasitas tangki sehingga bahan bakar terbuang dengan percuma.

Menurut responden SPBU 74.921.05, indikator yang membentuk variabel *reliability* adalah indikator menyediakan bahan bakar sesuai dengan takaran yang pasti dengan nilai rata-rata tertinggi. Kemudian diikuti oleh indikator menyediakan bahan bakar sesuai dengan standar pertamina. Kemudian diikuti oleh indikator kemampuan operator dalam mengoperasikan pompa pengisian bahan bakar dengan nilai rata-rata terendah.

Menurut responden SPBU 74.921.08, indikator yang membentuk variabel *reliability* adalah indikator menyediakan bahan bakar sesuai dengan takaran yang pasti dengan nilai rata-rata tertinggi. Kemudian diikuti oleh indikator kemampuan operator dalam mengoperasikan pompa pengisian bahan bakar. Kemudian diikuti oleh indikator menyediakan bahan bakar sesuai dengan standar pertamina dengan nilai rata-rata terendah.

Indikator indikator tersebut perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan SPBU. Hal ini berarti jika kehandalan pelayanan berupa kemampuan operator dalam mengoperasikan pompa pengisian bahan bakar ditingkatkan, SPBU di senantiasa menyediakan bahan bakar sesuai dengan standar pertamina, dan SPBU senantiasa menyediakan bahan bakar sesuai dengan takaran yang pas maka kepuasan pelanggan SPBU akan meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithamil dalam Suhari (2008:2) dikemukakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satu cara yang dapat digunakan ialah dengan meningkatkan kualitas layanan. Salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menurut teori tersebut adalah *reliability* yang bisa berarti kehandalan yang merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Manulang pada tahun 2008 yang meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia di Bandara Polonia Medan. Dalam penelitian ini salah satu variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah *reliability* yang juga mempunyai pengaruh paling dominan



terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaannya ialah dalam penelitian yang saya lakukan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan SPBU di Gowa variabel yang paling berpengaruh adalah *assurance*.

3. Pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel *responsiveness* (X_3) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang searah antara *responsiveness* dengan kepuasan pelanggan. Artinya jika *responsiveness* ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan bertambah.

Peningkatan *responsiveness* sangat ditentukan oleh indikator pembentuknya. Hal tersebut terdiri dari ; 1) kecepatan operator dalam melayani pelanggan, 2) ketepatan operator dalam melakukan pengisian BBM, dan 3) operator membantu pelanggan jika ada kesulitan dalam proses pengisian BBM.

Kecepatan merupakan salah satu elemen penting dalam pelayanan. Jika operator menyelesaikan pelayanan dengan cepat, pelanggan akan merasa puas karena pelanggan tidak lama menunggu proses pelayanan selesai. Kemudian pelanggan yang mengantri dapat dengan segera dilayani oleh operator. Jumlah pelanggan yang dapat dilayani juga akan meningkat jika kecepatan operator meningkat. Sehingga kecepatan merupakan hal yang esensial dalam pelayanan.

Ketepatan merupakan elemen selanjutnya dalam daya tanggap. Dalam hal ini, yang dimaksudkan dengan ketepatan ialah ketepatan operator dalam mengarahkan pelanggan pada mesin pengisian bahan bakar minyak yang sesuai dengan kebutuhan mesin kendaraan pelanggan. Tepat juga berarti pompa yang digunakan juga merupakan pompa dari jenis bahan bakar yang sesuai untuk mesin pengisian bahan bakar dengan pompa ganda yang menyediakan jenis BBM yang berbeda di tiap pompanya. Hal ini perlu mendapatkan perhatian bagi para operator dengan harapan jangan sampai operator salah memasukkan jenis bahan bakar tertentu pada mesin kendaraan pelanggan. Kerusakan mesin dapat mengakibatkan kendaraan tidak dapat digunakan sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan dapat menyebabkan terganggunya pelayanan pada SPBU tersebut.

Pada saat-saat tertentu, operator juga dibutuhkan untuk tanggap terhadap masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Masalah itu dapat berupa tutup tangki yang susah untuk dibuka, kendaraan yang mogok pada saat pengisian, kendaraan roda dua yang terjatuh pada saat pengisian bahan bakar, atau api yang tiba-tiba menyala pada saat pengisian bahan bakar. Operator diharapkan untuk tanggap pada segala macam kesulitan yang dihadapi oleh pelanggan pada saat pengisian bahan bakar sehingga membantu untuk memperlancar proses distribusi BBM dan pelayanan SPBU secara keseluruhan.

Menurut responden SPBU 74.921.05, indikator yang membentuk variabel *responsiveness* adalah operator membantu pelanggan jika ada kesulitan dalam proses pengisian BBM dengan nilai rata-rata tertinggi. Kemudian diikuti oleh indikator kecepatan operator dalam melayani pelanggan. Kemudian diikuti oleh indikator ketepatan operator dalam melakukan pengisian BBM dengan nilai rata-rata terendah.



Menurut responden SPBU 74.921.08, indikator yang membentuk variabel *responsiveness* adalah indikator operator membantu pelanggan jika ada kesulitan dalam proses pengisian BBM dengan nilai rata-rata tertinggi. Kemudian diikuti oleh indikator ketepatan operator dalam melakukan pengisian BBM. Kemudian diikuti oleh indikator kecepatan operator dalam melayani pelanggan dengan nilai rata-rata terendah.

Indikator indikator tersebut perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan SPBU. Hal ini berarti jika kecepatan operator dalam melayani dipertahankan atau ditingkatkan, ketepatan operator dalam melakukan pengisian BBM dipertahankan atau ditingkatkan, dan operator senantiasa membantu pelanggan jika ada kesulitan dalam proses pengisian BBM maka kepuasan pelanggan SPBU akan meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithamil dalam Suhari (2008:2) dikemukakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satu cara yang dapat digunakan ialah dengan meningkatkan kualitas layanan. Salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menurut teori tersebut adalah *responsiveness* atau daya tanggap yang merupakan kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.

REFERENSI

- Augusty, Ferdinand, 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Amelia, Mira. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa dalam Mengikuti Kursus di Lembaga Bimbingan Belajar (Studi pada Siswa SMA Lembaga Bimbingan Belajar IPIEMS Cabang Banyumanik Semarang)*. http://eprints.undip.ac.id/35628/1/Skripsi_Amelia.pdf (2 Desember 2013)
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanti, Setyani Sri, & Hastuti, Ida Dwi. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada KSU SYARIAH AN NUR Tawang Sari Sukoharjo)*. Vol. 19, No. 20. <http://e-journal.stie-aub.ac.id> (27 November 2013)
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta. Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran. Pemasaran*. Terjemahan Hedra Teguh. S.E.Ak. Dkk. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Ikrar Mandiriabadi
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta.



- Lupiyodadi, Rambat. & Hamdani, A.. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat
- Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia di Bandara Polonia Medan.
<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/4283> (2 Mei 2014)
- Margaretha, Moureen, 2004. "Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912", Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume III, Center for Marketting Studies Program MM FE Univ. Diponegoro, Semarang.
- Modding, Basri. 2012. Pemasaran Strategik. Cetakan Pertama. PT. UMI Toha Grafika. Makassar.
- Parasuraman, A, Berry,LL., Zeithamil, VA., dan Berry, Leonard L, 1988, Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1
- Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage*. Free Press. [ISBN 978-0-684-84146-5](https://www.amazon.com/Competitive-Advantage-Michael-E-Porter/dp/0684841465).
- Prasetyaningrum, Indah Dwi. 2009. Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada Undaris Ungaran). http://eprints.undip.ac.id/17785/1/Indah_Dwi_Prasetyaningrum.pdf (3 Desember 2013)
- Prateyo, Bambang. dan Miftahul Jannah,. 2007. Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Setyawan, Wahyu. 2013.Uji Linearitas <http://statistikapendidi-kan.com/wp-content/uploads/2013/05/Uji-Linearitas.WahyuSetyawan.pdf> (20 Desember 2013)
- Sinaga, Partua Pramana Hamonangan. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang).
http://eprints.undip.ac.id/26970/1/Analisis_Pengaruh_Kualitas_Pelayanan,_Kepuasan_Pelanggan,_dan_Lokasi_Terdapat_Loyalitas_Pelanggan%28r%29.pdf (2 Desember 2013)
- Siregar, 2012. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Subanidja, Steph. dan Suster Marta Tri Martani CB.2007.Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan : Studi Kasus Lulusan Mahasiswa Perguruan Tinggi "X" di Jakarta. Jurnal Ilmiah Stiks Tara katina Vol. 2 No. 1.www.stiks-tarakanita.ac.id (4 Desember 2020)
- Sugiyono, 2001, Metode Penelitian Administrasi. Cetakan Pertama. ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono, 2005. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedua. CV. Alfabeta Bandung.
- Suhari. 2008. Pengaruh Penerapan Pertamina Way terhadap Kualitas Pelayanan dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas (Studi Kasus Pada SPBU 44.591.14



- Pati). eprints.undip.ac.id/409/1/JMO_Vol_4_No_1_b.pdf (13 Februari 2014)
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Supranto, Johanness. 2003. *Metode Riset dan Aplikasinya Dalam Pemasaran*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Syamsi. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandarlampung. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Volume 5 Nomor 1. journal.uny.ac.id/index.php. (2 Desember 2013)
- Tse, D.K., and P.C. Wilton. 1988. *Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension*, *Journal of Marketing Research*, pp. 204-212
- Wartakota.tribunnews.com. "Persaingan Bisnis SPBU Bakal Semakin Marak" 20 Juli 2019, (<https://wartakota.tribunnews.com/2019/07/20/persaingan-bisnis-spbu-bakal-semakin-marak>) diakses pada 3 Juni 2020, pukul 14:25