

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI SPBU LEMAH BANG SRAGEN

Shinta Bella Prastica, Hidup Marsudi
Akademi Pelayaran Nasional Surakarta

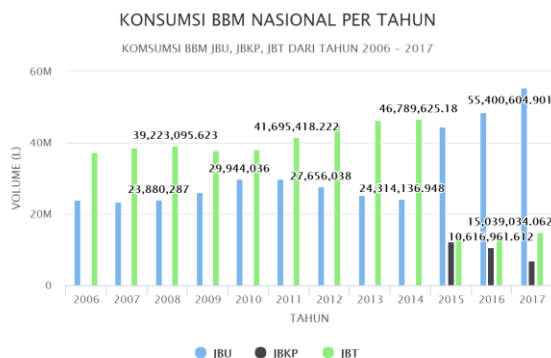
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Sampel sebanyak 100 orang konsumen SPBU Lemah Bang Sragen yang diperoleh secara *incidental sampling*. Data diperoleh menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis jalur dan sobel. Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan*

PENDAHULUAN

Seiring dengan tingginya laju pertumbuhan kepemilikan kendaraan bermotor baik roda dua maupun roda empat, maka secara otomatis tingkat konsumsi dari bahan bakar minyak pun semakin meningkat dari tahun ke tahun.



Gambar 1. Konsumsi BBM Nasional Per Tahun Di Indonesia Tahun 2006-2017

Sumber: www.bphmigas.go.id, 2018

Jenis BBM umum (JBU) di luar JBT dan JBKP seperti Pertalite dan Pertamina series, nampak mulai dari tahun 2006 sampai 2011 selalu mengalami peningkatan jumlah konsumsi namun mulai tahun 2012 sampai 2014 mengalami penurunan dan kembali mengalami peningkatan yang sangat drastis dan signifikan

mulai tahun 2015 sampai 2017. Jenis BBM Khusus Penugasan (JBKP) tidak diberikan subsidi, diberikan biaya tambahan 2% dan didistribusikan di wilayah non Jawa, Madura, Bali (Jamali) yaitu bensin RON 88 nampak bahwa JBKP mulai diadakan tahun 2015 dan jumlah konsumsi semakin menurun sampai 2017. Jenis BBM Tertentu (JBT) atau BBM bersubsidi yaitu minyak solar dan minyak tanah, dari Gambar 1 diatas nampak bahwa mulai tahun 2006 sampai 2014 cenderung mengalami peningkatan jumlah konsumsi, namun mulai tahun 2015 sampai 2017 langsung mengalami penurunan sangat drastis jumlah konsumsi.

Proses distribusi bahan bakar dari produsen penghasil bahan bakar minyak kepada konsumen dilakukan melalui perantara distribusi yaitu melalui Stasiun Pengisian Bahan Bakar Untuk Umum atau yang biasa disebut sebagai SPBU atau Pom Bensin. Untuk memenuhi permintaan pasar akan bahan bakar minyak yang tinggi, didirikanlah SPBU di berbagai tempat untuk mempermudah penjangkauan distribusi bahan bakar minyak kepada masyarakat. Selain memenuhi kebutuhan masyarakat akan bahan bakar minyak, perusahaan sejatinya juga mencari profit untuk kelangsungan aktifitas perusahaan. Profit juga dapat dijadikan tolak ukur atas

Vol. 6, No. 1, April 2023. Hal. 7-12

kesuksesan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Untuk memperoleh target profit yang ditetapkan oleh perusahaan, maka perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menjual produk atau jasanya dengan baik (Pamungkas & Barata, 2016).

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama suatu perusahaan. Dalam hal ini SPBU yang tersebar di seluruh Indonesia harus memiliki kinerja yang bagus untuk saling mempertahankan eksistensinya dan bersaing secara sehat antar SPBU untuk menjaga kepuasan pelanggan. Kotler & Keller (2016) berpendapat bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul akibat kesesuaian kinerja atau produk (hasil) dengan harapan mereka (pelanggan). Untuk memperoleh kepuasan dari pelanggan, ada beberapa hal yang perlu diberikan oleh perusahaan, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Tujuan utama pelayanan SPBU adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang di tandai dengan berkurangnya keluhan dari pelanggan.

Terkait dengan hal tersebut diatas, maka sebuah perusahaan yang bergerak di bidang retail bahan bakar minyak mau tidak mau harus menerapkan strategi yang berfokus pada pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggannya untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan mereka yang berdampak akhir pada loyalitas pelanggan. Pelayanan berkualitas tinggi memberikan kesempatan bagi para retailer untuk mengembangkan keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Untuk mengembangkan hal ini para retailer menawarkan kombinasi pelayanan yang *personalized* dan terstandarisasi (Levy & Weitz, 2011). Pelanggan merupakan fokus utama dalam pelayanan karena pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan SPBU. Pelanggan akan cenderung memilih SPBU yang memiliki pelayanan terbaik.

Lebih lanjut, ketika konsumen mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan, mereka membandingkan persepsi pelayanan yang mereka dapatkan dengan ekspektasi sebelumnya untuk pelayanan tersebut. kualitas pelayanan didefinisikan sebagai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan

yang telah dibakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik. Pelayanan yang terbaik yaitu melayani setiap saat, secara tepat dan memuaskan, berlaku sopan, ramah dan menolong serta profesional, bahwa kualitas ialah standar yang harus dicapai oleh seseorang/kelompok/ lembaga/organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti memuaskan pada yang dilayani, baik internal maupun eksternal dalam arti optimal atas pemenuhan atas tuntutan pelanggan (Hardiansyah, 2015). Lima karakteristik yang mempengaruhi penilaian kualitas pelayanan tersebut adalah *tangibility* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Levy & Weitz, 2011).

Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang mereka rasakan. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen (Tjiptono, 2016).

Hasil penelitian Erwanda (2015), Pamungkas & Barata (2016), Prastiyani *et al* (2016), Edyansyah (2016), Kuntari dkk (2016), Artha & Seminari (2019) dimana masing-masing hasil penelitian mereka memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menggambarkan bahwa lingkungan pemasaran yang bersifat dinamis, sehingga untuk menjaga loyalitas pelanggan perusahaan diharapkan mampu menciptakan kualitas layanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan para pelanggan sehingga timbul kepuasan.

Untuk mencapai pemberian kualitas pelayanan terbaik kepada para konsumen, SPBU yang terafiliasi dengan Pertamina mengikuti standarisasi "Pasti Pas!" menggunakan alat-alat pengukur kualitas dan kuantitas lebih akurat juga menerapkan prosedur monitoring yang lebih ketat. Slogan "Senyum, Salam Dan Sapa" juga diterapkan agar para konsumen yang bertransaksi di SPBU tersebut merasa nyaman dan dilayani dengan baik (www.pastipas.pertamina.com).

Sampai akhir September 2019 Pertamina telah memiliki 7.251 Stasiun Pengisian Bahan bakar Umum (SPBU) yang tersebar diseluruh Indonesia. 20 SPBU terdapat di wilayah Kabupaten Sragen. Salah satu SPBU tersebut adalah SPBU Lemah Abang Sragen (www.bphmigas.go.id, 2019). Hal ini menjelaskan bahwa persaingan antar SPBU semakin tinggi dan setiap SPBU mau tidak mau harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Mengingat sampai saat ini usaha di bidang SPBU Pertamina telah menjadi salah satu yang sangat menjanjikan. Hal ini disebabkan besarnya keuntungan per hari yang bisa di dapatkan oleh SPBU tersebut. Karena SPBU ini merupakan tempat penjualan utama bahan bakar khususnya kendaraan roda dua dan roda empat. Hampir setiap manusia di bumi ini khususnya di Indonesia memakai kendaraan modern seperti motor dan mobil yang bahan utama penggerak mesin adalah BBM. Tanpa cairan bahan bakar sebuah kendaraan tidak akan biasa jalan. BBM hampir menjadi kebutuhan utama sehari-hari bagi manusia. Akibatnya kebutuhan bahan bakar meningkat.

Namun dalam prakteknya, berdasarkan hasil observasi dengan wawancara dengan para konsumen SPBU di sekitar wilayah Kabupaten Sragen diketahui bahwa standarisasi yang dilakukan oleh Pertamina tidak lagi sepenuhnya dipercaya oleh konsumen diakibatkan oleh ulah petugas-petugas pengisi bahan bakar minyak yang dengan sengaja mengurangi takaran bahan bakar yang tentu saja merugikan konsumen. Begitu juga dengan slogan Senyum, Salam dan Sapa yang semakin memudar seiring dengan hilangnya iklan tersebut di televisi. Hal ini dirasakan konsumen di SPBU Lemah Bang Sragen.

Konsumen merasakan bahwa pada pelayanan SPBU Lemah Bang Sragen yang didapat dari hasil wawancara beberapa orang pelanggan, diketahui bahwa ada beberapa petugas SPBU Lemah bang Sragen yang belum memiliki pelayanan yang baik dan kurang ramah kepada pelanggan. Bahkan ada beberapa pelanggan yang mengeluhkan sikap dan pelayanan operator SPBU Lemah Bang Sragen yang cuek kepada pelanggan, tidak menerapkan salam, senyum, dan juga terus berbicara kepada temannya ketika melayani pelanggan. Hal tersebut membuat pelanggan merasa diacuhkan dan diabaikan, sehingga menimbulkan rasa kecewa bagi pelanggan. Selain itu, kurangnya penanganan terhadap keluhan juga sering membuat pelanggan kecewa. Keluhan ini salah satunya tentang masalah pemotongan antrian oleh pelanggan yang mengisi BBM dengan menggunakan jerigen atau botol. Hal ini sudah jelas terkait dengan masalah ketertiban, khususnya ketertiban antrian. Banyak pelanggan yang mengeluhkan hal ini karena merasa kecewa dengan pelayanan operator SPBU Lemah Bang Sragen yang lebih memprioritaskan pelanggan yang mengisi BBM dengan menggunakan jerigen atau botol daripada pelanggan kendaraan bermotor yang tertib dalam antrian menunggu giliran pengisian BBM. Hal yang demikian dapat berdampak pada kepuasan pelanggan untuk membeli BBM di SPBU Lemah Bang Sragen. Bila hal ini dibiarkan, tentunya pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen tersebut akan berkurang. Pelanggan yang kecewa akan beralih membeli BBM di SPBU lain, karena pelanggan tidak puas dan menurunkan loyalitas pelanggan

Hubungan Logis antar Variabel dan Perumusan Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Begitu pula yang terjadi pada pelanggan SPBU Lemah Bang Sragen, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan pihak SPBU kepada konsumen maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen SPBU Lemah Bang Sragen.

Pernyataan tersebut didukung hasil penelitian Pamungkas & Barata (2016), Prastiyani dkk (2016), Edyansyah (2016), Kuntari dkk (2016), Artha & Seminari (2019) yang memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat diajukan hipotesis:

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami *mood* yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Demikian juga yang terjadi pada konsumen SPBU Lemah Bang Sragen, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumen maka semakin loyal konsumen terhadap SPBU Lemah Bang Sragen, konsumen akan selalu bersedia melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan ke orang lain agar lebih memilih SPBU Lemah Bang Sragen jika membutuhkan BBM.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Erwanda (2015), Pamungkas & Barata (2016), Kuntari dkk (2016), Artha & Seminari (2019)

yang memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu dapat diajukan hipotesis:

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Perusahaan harus berusaha membuat kepuasan pelanggan tersebut berkembang menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk maupun layanan yang diberikan oleh perusahaan (Tjiptono, 2016).

Loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan saling berhubungan satu dengan lainnya. Hubungan antara nilai loyalitas dan kepuasan dipengaruhi oleh karakteristik produk dan pola pembeliannya. Jika pelanggan memiliki sikap positif terhadap suatu merek maka pelanggan akan merasa puas. Sehingga pelanggan tersebut berusaha untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan baru. Demikian juga yang terjadi pada pelanggan SPBU Lemah Bang Sragen, semakin mereka puas setelah melakukan pembelian BBM di SPBU tersebut maka pelanggan akan semakin loyal kepada SPBU tersebut, begitu pula sebaliknya karena harapan mereka tidak sesuai dengan kondisi yang diterima maka konsumen semakin tidak puas setelah melakukan pembelian BBM dan pada akhirnya berdampak pada semakin tidak loyalnya pelanggan kepada SPBU tersebut.

Pernyataan tersebut didukung hasil penelitian Erwanda (2015), Pamungkas & Barata (2016), Kuntari dkk (2016), Artha & Seminari (2019) yang memberikan bukti empiris bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu dapat diajukan hipotesis:

H₃: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Pelanggan yang merasa puas merupakan suatu modal bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Terciptanya kepuasan pelanggan mempunyai manfaat seperti memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang oleh pelanggan, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor pelayanan oleh para pesaing, agar perusahaan tersebut lebih memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Pernyataan tersebut didukung hasil penelitian Pamungkas & Barata (2016), Kuntari dkk (2016), Artha & Seminari (2019) dimana masing-masing hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat diajukan hipotesis:

H₄: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen.

METODE PENELITIAN

Sampel sebanyak 100 orang konsumen SPBU Lemah Bang Sragen yang diperoleh secara *incidental sampling*. Data diperoleh menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis jalur dan sobel.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa H₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,000 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$ antara Kualitas Layanan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y); berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) dengan koefisien beta standar sebesar $0,802 (\beta_1)$. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif

signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen, diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa H₂ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,001 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$; berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan koefisien beta standar sebesar $0,488 (\beta_2)$. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen, diterima.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa H₃ : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,000 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$; berarti secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan koefisien beta standar sebesar $0,508 (\beta_3)$. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa H₃ : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen, diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Hipotesis keempat menyatakan bahwa H₄ : Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) di SPBU Lemah Bang Sragen. Dari hasil pengolahan data diperoleh angka probabilitas sebesar $0,001 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0,05)$; berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa H₄ : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen, diterima.

Vol. 6, No. 1, April 2023. Hal. 7-12

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Saran penelitian adalah perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Artha, I Nengah Asta Gina Jaya & Ni Ketut Seminari. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1): 7458 – 7485.
- Edyansyah, Teuku. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pantan Labu Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2): 95-104.
- Erwanda, Redita Liga Ade. (2015). Pengaruh Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen SPBU 44 – 507 06 (Studi Wilayah Kec. Argomulyo, Kel. Tegalrejo Kota Semarang). *Journal of Management*, 1(1): 1-11.
- Hardiansyah. (2015). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuntari, Bela Dwi, Srikandi Kumadji, & Kadarisman Hidayat. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT. Astra International Tbk – Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1): 196-202.
- Levy, Michael & Weitz, Barton A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- www.bphmigas.go.id. 2018. Konsumsi BBM Nasional Per Tahun Di Indonesia Tahun 2006-2017.