

PENGARUH KUALITAS SOP PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPBU COCO 51.612.47 TAMAN, SIDOARJO

Muhammad Irvan¹, Dodit Cahyo Nugroho²

ivanholic19@gmail.com¹, doditcah310@gmail.com²

STIE Mahardika Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggam barkan kualitas analisis terhadap pengaruh beberapa variabel pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jumlah responden dalam studi ini sebanyak 100 orang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan secara kuantitatif melalui berbagai uji statistik, seperti uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, serta analisis regresi berganda. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi dari variabel tangibles sebesar 0,418 (positif), variabel reliability sebesar 0,426 (positif), variabel responsiveness sebesar 0,181 (positif), variabel assurance sebesar 0,451 (positif), dan variabel empathy sebesar 0,682 (positif). Berdasarkan uji f, diperoleh nilai f hitungan sebesar 23,453 dengan nilai signifikansi (p-value) 0,0. Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Percayaan, Kenyataan, Tangapan, Jaminan, Kepuasan.

PENDAHULUAN

Di jaman persaingan global yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk terus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berupaya memenuhi ekspektasi mereka melalui pemberian layanan yang lebih unggul dibandingkan pesaing. Kualitas layanan yang baik mendorong terbentuknya hubungan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan cara memaksimalkan pengalaman positif dan meminimalkan pengalaman negatif pelanggan (Tjiptono, 1996).

Schnaars dalam tjiptono (1996) menyatakan bahwa tujuan utama usaha adalah menciptakan pelanggan yang puas, Kualitas layanan yang prima dan konsisten dapat mendorong tercapainya kepuasan pelanggan, yang kemudian memberikan berbagaimacam manfaat, antara lain:

1. Terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan
2. Menjadi dasar kuat untuk pembelian ulang
3. Meningkatkan loyalitas pelanggan
4. Mendorong promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang positif
5. Meningkatkan citra dan reputasi perusahaan

Menyumbang pada peningkatan laba perusahaan (Tjiptono, 1996: 78) Salah satu faktor, penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah persepsi Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh lima dimensi utama, yaitu: tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi-dimensi ini digunakan sebagai tolok ukur dalam menilai efektivitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Perseroan Terbatas Pertamina, sebagai perusahaan energi nasional terbesar di Indonesia, memproduksi berbagai jenis bahan bakar dan energi, seperti elpiji, oli, prtalite, biosolar, serta perrtamax. Namun, sejak masuknya berbagai perusahaan migas internasional seperti Shell, Petronas, dan Total ke pasar Indonesia, Perseroan Terbatas Pertamina tidak lagi menjadi satu-satunya pemain di sektor ritel bahan bakar.

Akibatnya, pangsa pasar produk non-subsidi seperti pertamax dan pertamax turbo mengalami penurunan signifikan sekitar 20–30% hanya dalam kurun waktu kurang dari satu tahun (sumber: www.pertamina.com). Kondisi persaingan tersebut mendorong PT. Pertamina untuk merespons dengan strategi yang lebih kompetitif. Salah satunya adalah pengembangan standar pelayanan “Pertamina Way”, yang bertujuan memberikan pengalaman layanan terbaik kepada pelanggan. Konsep ini mencakup: Tenaga kerja yang terlatih dan memiliki motivasi tinggi, termasuk dalam aspek penampilan, pelayanan, dan penanganan keluhan pelanggan, Jaminan mutu dan jumlah Bahan bakar minyak, termasuk keakuratan takaran, Pengetahuan tentang produk, termasuk layanan tambahan sesuai dengan strategi perusahaan, Konsistensi tampilan fisik, sesuai dengan citra dan standar visual Pertamina, Perawatan peralatan yang baik, mencakup perawatan rutin hingga penanganan kerusakan (sumber: <http://vensieve.blogspot.com/2010/01/pertamina-way...>). Berdasarkan latar belakang tersebut, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU COCO 51.612.47 Taman, Sidoarjo.”

METODE PENELITIAN

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- a. Untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU COCO 51.612.47 Taman, Sidoarjo.
- b. Untuk mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan mana yang paling dominan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di SPBU tersebut. Metodologi Penelitian.

Waktu dan Lokasi Penelitian dilaksanakan di SPBU COCO 51.612.47 Taman, Sidoarjo, yang berlokasi di Jl. Raya Madiun - Surabaya No. 38, Taman, Geluran, Kec. Taman, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61257.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Metode ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, kualitas pelayanan berperan sebagai variabel bebas (X), sedangkan kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk melihat dampak dari perubahan dalam masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh konsumen SPBU COCO 51.612.47 yang berlokasi di Taman, Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan – siapa pun yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai sebagai sumber data akan dijadikan responden (Sugiyono, 2010:122). Teknik ini dipilih karena jumlah populasi yang sangat besar dan aktivitas responden yang tinggi, sehingga dianggap paling efektif dalam situasi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU COCO 51.612.47 Taman, Sidoarjo, disimpulkan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel kualitas layanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan P value = 0,000 < 0,05, dan F hitung = 23,453 > F tabel = 2,62, yang mengindikasikan bahwa semua

variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. Empathy menjadi dimensi paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, terbukti dari nilai koefisien regresi tertinggi yaitu 0,682 (68,2%). Aspek ini mencakup kemampuan menjalin komunikasi efektif, perhatian personal, serta pemahaman akan kebutuhan spesifik pelanggan yang sangat menentukan tingkat kepuasan.

KESIMPULAN

Tidak jarang Pelanggan akan berpindah tempat yang lebih di anggap nyaman bagi mereka dengan membandingkan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik. Kepuasan Pelanggan adalah prioritas utama dalam semua bisnis dari bidang manapun, menyambut pelanggan dengan ramah juga dapat memberikan rasa nyaman kepada pelanggan yang dapat menimbulkan pembelian kembali oleh pelanggan, tidak hanya dalam proses transaksi namun juga fasilitas sarana prasarana yang memadai dan mendukung dapat membuat pelanggan akan mengingat dan sering mengunjungi tempat usaha yang kita jalankan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan di SPBU COCO 51.612.47 Taman, Sidoarjo adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan aspek fisik (tangible) seperti kebersihan area Stasiun pengisian BBM UMum, kelengkapan sarpras pendukung (seperti ATM dan minimarket), kerapian petugas, serta keberadaan dan kejelasan rambu di area SPBU.
- b. Pada dimensi reliability, perlu peningkatan keterampilan petugas dalam mengisi BBM dengan akurat serta pelatihan dan pengawasan untuk memastikan pemberian uang kembalian dilakukan dengan tepat.
- c. Aspek responsiveness harus ditingkatkan dengan mendorong petugas agar lebih sigap dan responsif dalam membantu pelanggan, seperti menutup tangki kendaraan setelah pengisian, menangani keluhan pelanggan secara tepat, memberikan pelayanan cepat, dan menyampaikan informasi yang jelas.
- d. Dimensi assurance juga perlu diperhatikan. Petugas harus selalu ramah, sopan, cepat tanggap, serta mampu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.
- e. Empathy sebagai dimensi paling penting harus dijaga dan ditingkatkan kualitasnya. Petugas perlu dilatih untuk menjalin hubungan yang baik, memahami kebutuhan pelanggan, serta memberikan pelayanan yang bersifat personal. Contohnya seperti membantu memarkir kendaraan pelanggan, menawarkan produk secara ramah, dan memberikan kesan positif selama interaksi.
- f. PT Armahen Permata sebagai pengelola SPBU perlu mempertahankan dan secara berkala mengevaluasi kualitas layanan pada dimensi tangible, assurance, dan empathy, karena ketiganya menjadi sorotan utama pelanggan. Konsistensi dalam menjaga kualitas ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan SPBU COCO 51.612.47 Taman, Sidoarjo

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima, Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Cooper, D.R dan Emory C.W. 1995. *Business Research Methods*. Fifth Edition. Richard D. Irwin,

Inc. USA.

- Edvardsson, K. 1994. *Quality of Service: Making It Really Work*. Cambridge: McGraw-Hill International (UK) limited.
- Erlando. "Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU Pertamina 34-12708)". Skripsi.
- Implementasi dan Pengendalian. Alih Bahasa: A.B.Susanto. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta. 2002. *Marketing management*. Edisi Milenium 1. Jakarta: Prehailindo.
- Irawan, Handi. 2007. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia* (Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan*, Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani'. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nanang, Tasunar. 2006. "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morode'mak". Dalam *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, No.1 (Mei, V).
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Novel. 2006. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pembeli dan Loyalitas Pembeli dalam Meningkatkan Minat Membeli Ulang (Studi Empiris: Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Jalan Raya Kudus Demak KM.5)".
- Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singgih, Santoso. 2004. *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sri Suratno F.G. dan Nursya' Bani Purnama. 2004. "Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua". Dalam *Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, No.1 (VII).
- Tesis. Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Bussiness*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat. 2006. *Research Methods for Bussiness*. Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.