

DOI: <https://doi.org/10.70285/33jpha76>

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina German Centre BSD

Dika Novitasari^{1*}, Jakariah²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia^{1,2}dikasari21@gmail.com^{1*}, dosen01225@unpam.ac.id²

Received 17/09/2025 | Revised 25/11/2025 | Accepted 03/1/2026

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Dalam persaingan bisnis SPBU yang semakin kompetitif, penyedia layanan tidak hanya dituntut untuk menyediakan bahan bakar berkualitas, tetapi juga harus menghadirkan fasilitas yang memadai dan memberikan pelayanan terbaik. Hal ini penting untuk menciptakan kenyamanan, membangun kepercayaan, serta meningkatkan kepuasan konsumen dalam jangka panjang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina German Centre BSD, untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina German Centre BSD, dan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan antara Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada SPBU Pertamina German Centre BSD. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu kuantitatif. Menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling dengan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 90 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini adalah Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 88,4% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(2.769 > 1.987)$. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 93,5% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8.736 > 1.987)$. Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 0,744 + 0,243X_1 + 1.567$. Nilai koefisien determinasi sebesar 88,1% sedangkan sisanya sebesar 11,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $(330.613 > 3,10)$

Kata Kunci: Fasilitas ; Kualitas Pelayanan ; Kepuasan Konsumen.

Abstract

In the increasingly competitive gas station business, service providers are not only required to provide quality fuel, but also to present adequate facilities and provide the best service. This is important to create comfort, build trust, and increase customer satisfaction in the long run. The purpose of this study was to determine whether facilities affect customer satisfaction at Pertamina German Center BSD gas stations, to determine whether service quality affects customer satisfaction at Pertamina German Center BSD gas stations, and to determine whether there is a simultaneous influence between facilities and service quality on customer satisfaction at Pertamina German Center BSD gas stations. The method used in the research is quantitative. Using probability sampling technique with the slovin formula and obtained a sample of 90 respondents. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis testing. The result of this study is that the facility has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination of 88.4% and hypothesis testing obtained $t_{count} > t_{table}$ or

(2.769>1.987). Service quality has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination of 93.5% and hypothesis testing obtained $t_{count} > t_{table}$ or (2,769>1,987).

Keywords: Facilities ; Service Quality ; Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor transportasi darat di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan mobilitas masyarakat. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor secara langsung berpengaruh terhadap permintaan bahan bakar yang lebih tinggi, menjadikan keberadaan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) sebagai komponen vital dalam menunjang aktivitas masyarakat. Dalam industri ini, persaingan antar penyedia bahan bakar seperti Pertamina, Shell, dan Vivo semakin ketat, mendorong setiap SPBU untuk terus meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan guna menarik dan mempertahankan konsumen.

Di era persaingan bisnis modern, keunggulan kompetitif tidak lagi hanya bergantung pada ketersediaan bahan bakar, melainkan juga pada kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen cenderung memilih SPBU yang mampu memberikan kenyamanan, kemudahan, serta pelayanan yang cepat dan ramah. Oleh karena itu, kepuasan konsumen menjadi faktor kunci yang harus diperhatikan oleh setiap penyedia layanan SPBU. Kepuasan tersebut dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, namun fasilitas dan kualitas pelayanan menjadi dua aspek yang paling dominan dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

SPBU Pertamina *German Centre* BSD merupakan salah satu SPBU milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki potensi besar dalam menjangkau pasar konsumen di kawasan BSD, Tangerang Selatan. Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir, SPBU ini menghadapi berbagai tantangan, seperti keluhan terhadap fasilitas yang kurang lengkap, antrean panjang, hingga pelayanan yang dinilai kurang responsif. Selain itu, berdasarkan data rating Google Maps, SPBU ini masih berada di bawah beberapa kompetitor yang memiliki nilai lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kualitas layanan dan perbaikan fasilitas menjadi aspek yang sangat penting untuk ditinjau dan diperbaiki.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di SPBU Pertamina *German Centre* BSD, baik secara parsial maupun simultan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola SPBU dalam mengambil kebijakan strategis untuk meningkatkan layanan dan memenangkan persaingan pasar, serta menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa mendatang.

KAJIAN TEORI

Fasilitas

Menurut Sulaiman & Suparjono (2023) "Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan usaha, tindakan sosial, sampai pada kegiatan yang dilakukan". Menurut Sulastiyono (2011: 98) dalam (Kusuma, 2015), Fasilitas merupakan perlengkapan yang disediakan perusahaan untuk mendukung pemasaran dan menarik konsumen. Tujuannya adalah memberikan kenyamanan melalui akses mudah, layanan gratis, dan kelengkapan sarana.

Indikator Fasilitas Menurut Kotler dan Keller (2021) dalam Maulidiah et al (2023), terdapat empat indikator fasilitas antara lain: Kondisi fasilitas, Kelengkapan, Desain Interior, Desain Eksterior.

H1: Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina German Centre BSD.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2004) dalam Trisusanti & Karneli (2017), kualitas pelayanan merupakan bentuk pelayanan yang bersifat intangible (tidak berwujud), yang berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan bukan hanya proses menunaikan kegiatan operasional kerja semata, melainkan didalamnya Perusahaan/ petugas layanan harus mampu menciptakan rasa yang mampu membangun emosional konsumen dengan perusahaan, menciptakan pengalaman *service* yang *excellent* pada masing-masing individu, agar terciptanya pengalaman bertransaksi yang saling menguntungkan dan terjalinnya hubungan jangka Panjang antara konsumen dengan perusahaan dikemudian hari.

Menurut Tjiptono (2011: 28-51), menjelaskan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu: Tidak berwujud (Intangibility), Tidak terpisahkan (Inseparability), Bervariasi (Variability), Mudah lenyap (Perishability). Menurut Kotler dan Keller (2016:284) dalam Sanadi et al (2024) indikator kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima unsur sebagai berikut: Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Berwujud (Tangible).

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina German Centre BSD.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler (2002:42) dalam Jakariah (2019), kepuasan adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan harapannya". Menurut Hadi et al. (2023) "Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya". Menurut Agung et al (2023), kepuasan konsumen adalah sudut pandang yang hadir setelah konsumen menggunakan produk maupun layanan yang ditawarkan dengan perbandingan berdasarkan ekspektasi yang diharapkan.

Kepuasan adalah selisih antara kinerja yang dirasakan dan harapan konsumen. Harapan dibentuk dari pengalaman, komentar, dan janji perusahaan, serta menjadi acuan dalam menilai kepuasan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memenuhi harapan agar tercipta loyalitas dan kepercayaan konsumen. Terdapat 3 jenis konsumen yaitu : *Internal Costumer*, (*Intermediate Costumer*), (*External Costumer*).

Terdapat dua aspek kepuasan konsumen menurut Tjiptono dan Chandra (2016) dalam Govinaz & Budiani (2019) yaitu ekspektasi konsumen dan *perceived performance*. Ekspektasi konsumen adalah harapan terhadap kualitas kinerja atau kualitas produk maupun jasa yang akan diterima, sementara itu *perceived performance* ialah persepsi pelanggan kepada keseluruhan atribut produk atau jasa dari hasil yang didapatkan. Faktor yang mempengaruhi aspek kepuasan konsumen sebagai berikut: Ketersediaan Layanan, Responsivitas Layanan, Ketepatan Waktu Layanan, Profesionalisme Layanan, Kepuasan Layanan Secara Keseluruhan.

Menurut Zakaria (2019) dalam Govinaz & Budiani (2019), menjelaskan bahwa faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara produk, pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Menurut Irawan (2008:9), indikator kepuasan konsumen merupakan satu kesatuan yang kompleks yang perlu dikelola oleh Perusahaan untuk memastikan konsumen merasa puas dengan produk atau layanan

yang mereka terima, diantaranya yaitu: Kesesuaian Harapan, Sikap Keinginan Menggunakan Produk, Ketersediaan Merekomendasikan, Minat Berkunjung Kembali.

H3: Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina *German Centre* BSD.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas, yaitu fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen (Y) pada SPBU Pertamina *German Centre* BSD.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober s/d 28 November 2024. Berlokasi di SPBU Pertamina *German Centre* BSD yang beralamat di Jl. Subiyanto Dj. Kav 2A, Bumi Serpong Damai, Tangerang Selatan 15318.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengunjungi SPBU Pertamina *German Centre* BSD pada tahun 2023, sebanyak 910 populasi. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, yaitu semua elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Metode yang digunakan adalah rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan kesalahan 10% ($e = 0,1$) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{910}{1 + 910(0,1)^2}$$

$$n = 90,09 \text{ sampel}$$

Kemudian dibulatkan, sehingga jumlah sampel yang didapat dalam penelitian ini adalah 90 sampel responden.

Teknik pengumpulan data

1. Data Primer dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan hasil jawaban responden dari sebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah mengunjungi SPBU Pertamina *German Centre* BSD.
2. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui arsip dan dokumen resmi yang bersumber dari pihak manajemen SPBU Pertamina *German Centre* BSD, yang digunakan untuk mendukung analisis dan interpretasi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut Y. Utami (2023). Uji validitas adalah suatu ukuran yang mengarahkan variabel yang diukur tersebut memang benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti itu sendiri. Validitas memiliki arti skala ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada obyek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk dapat melakukan uji validitas dapat dilihat menggunakan table *Item-Total Statistic*.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan $n=90$ responden dengan taraf signifikansi 5% (0,05). Diperoleh r tabel dengan rumus ($df= n-2$) maka ($df= 90-2$)= 88. Diperoleh r tabel sebesar 0,2072. Dikatakan valid jika r hitung $> r$ tabel, dan jika r hitung $< r$ tabel maka item tersebut tidak valid. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 26 maka didapatkan bahwa variabel Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen menunjukkan hasil signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Fasilitas (X1)	X1.1.1	0,838	0,2072	Valid
	X1.1.2	0,821	0,2072	Valid
	X1.1.3	0,762	0,2072	Valid
	X1.2.1	0,844	0,2072	Valid
	X1.2.2	0,788	0,2072	Valid
	X1.2.3	0,813	0,2072	Valid
	X1.3.1	0,833	0,2072	Valid
	X1.3.2	0,820	0,2072	Valid
	X1.3.3	0,842	0,2072	Valid
	X1.4.1	0,812	0,2072	Valid
	X1.4.2	0,794	0,2072	Valid
	X1.4.3	0,784	0,2072	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1.1	0,799	0,2072	Valid
	X2.1.2	0,851	0,2072	Valid
	X2.1.3	0,867	0,2072	Valid
	X2.1.4	0,792	0,2072	Valid
	X2.2.1	0,809	0,2072	Valid
	X2.2.2	0,784	0,2072	Valid
	X2.3.3	0,906	0,2072	Valid
	X2.3.1	0,851	0,2072	Valid
	X2.3.2	0,877	0,2072	Valid
	X2.4.3	0,859	0,2072	Valid
	X2.4.1	0,906	0,2072	Valid
	X2.4.2	0,898	0,2072	Valid
	X2.4.3	0,873	0,2072	Valid
	X2.5.1	0,836	0,2072	Valid
	X2.5.2	0,846	0,2072	Valid
	X2.5.3	0,857	0,2072	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	X3.1.1	0,810	0,2072	Valid
	X3.1.2	0,863	0,2072	Valid
	X3.1.3	0,815	0,2072	Valid
	X3.2.1	0,862	0,2072	Valid
	X3.2.2	0,795	0,2072	Valid
	X3.2.3	0,773	0,2072	Valid
	X3.3.1	0,851	0,2072	Valid
	X2.3.2	0,892	0,2072	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
	X3.3.3	0,852	0,2072	Valid
	X3.4.1	0,869	0,2072	Valid
	X3.4.2	0,848	0,2072	Valid
	X3.4.3	0,817	0,2072	Valid

Sumber: Pengolahan data (2025)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses sejauh mana suatu instrument penelitian (kuesioner) akan mendapat hasil yang konstan apabila digunakan dalam pengukuran dengan menggunakan objek yang sama secara berulang kali.

Hasil uji reliabilitas Variabel X1, X2 dan Y dinyatakan reliabel, dikarenakan nilai rca (Cronbach alpha) lebih besar dari 0,60

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai rca (Cronbach alpha)	Kesimpulan
Fasilitas (X1)	0,953	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,974	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,961	Reliabel

Sumber: Pengolahan data (2025)

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan metode Monte Carlo

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data residual dalam model regresi terdistribusi normal, yang merupakan salah satu prasyarat dalam analisis regresi linier klasik. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan metode Monte Carlo sebagai pendekatan alternatif untuk meningkatkan akurasi estimasi nilai signifikansi pada sampel terbatas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan metode Monte Carlo
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.58458500
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.048
	Negative	-.124
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.112 ^d
	99% Confidence Lower Bound	.104
	Interval Upper Bound	.121

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Pengolahan data (2025)

Berdasarkan tabel 4 disajikan data, diperoleh nilai signifikansi Monte Carlo sebesar 0,112, yang melebihi batas signifikansi 0,05 ($0,112 > 0,05$). Nilai ini mengindikasikan bahwa data dalam penelitian ini, yang mencakup hubungan antara variabel independen (Fasilitas dan Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (Kepuasan Konsumen), telah memenuhi asumsi distribusi normal.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Uyanik & Güler (2013) untuk mengidentifikasi pola hubungan antara variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen, dapat digunakan regresi linier berganda.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.744	1.567		.475
	Fasilitas (X1)	.243	.088	.231	2.769
	Kualitas Pelayanan (X2)	.535	.061	.727	8.736

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Pengolahan data (2025)

- a. Nilai konstanta sebesar 0,744 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari fasilitas (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂), maka kepuasan konsumen berada pada angka 0,744.
- b. Koefisien 0,243 pada variabel fasilitas berarti jika fasilitas ditingkatkan 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,243, dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. Koefisien 0,535 pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,535, jika variabel lain tidak berubah.

Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2016:180) Tujuan utama dari analisis korelasi adalah untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini, analisis korelasi dimanfaatkan untuk mengetahui tingkat keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan SPSS 26 didapatkan hasil sebesar 0,884 (X₁ terhadap Y) dan 0,935 (X₂ terhadap Y) yang mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel tergolong sangat kuat. Temuan ini sesuai dengan klasifikasi tingkat hubungan menurut tabel interpretasi koefisien korelasi (0,800-1,000).

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.884	.881	3.62555

A. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Fasilitas (X1)

Sumber: Pengolahan data (2025)

Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dilihat dari nilai adjusted R square, karena model melibatkan lebih dari satu variabel independen. Hasil menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 0,881 atau 88,1%, yang berarti variabel Fasilitas (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) mampu menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 88,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 11,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Hipotesis**1. Uji Parsial (Uji T)**

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.744	1.567		.475
	Fasilitas (X1)	.243	.088	.231	2.769
	Kualitas Pelayanan (X2)	.535	.061	.727	8.736

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Pengolahan data (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di SPBU Pertamina German Centre BSD. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan Konsumen di SPBU Pertamina German Centre BSD.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	8691.572	2	4345.786	330.613
	Residual	1143.583	87	13.145	

Total	9835.156	89			
-------	----------	----	--	--	--

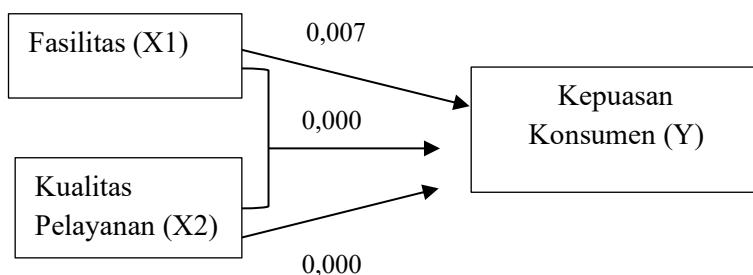
A. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

B. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Fasilitas (X1)

Sumber: Pengolahan data (2025)

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina German Centre BSD

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Diagram Kerangka Berpikir

Berdasarkan diagram diatas, dijelaskan:

- Variabel Fasilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
- Variabel Fasilitas (X1) dan Variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara Bersama mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y)

PEMBAHASAN

Hasil temuan pada penelitian ini akan dijelaskan secara teoritis serta dijelaskan pengaruh antar ketiga variabel

a. Pengaruh fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas yang disediakan oleh SPBU Pertamina German Centre BSD, seperti kebersihan toilet, kenyamanan ruang tunggu, kelengkapan sarana penunjang (ATM, minimarket), serta ketersediaan lahan parkir yang memadai, mampu memberikan dampak positif terhadap persepsi konsumen. Fasilitas yang baik menciptakan kenyamanan dan kemudahan selama proses pengisian bahan bakar, sehingga meningkatkan kepuasan dan kemungkinan loyalitas pelanggan. Hasil ini sejalan dengan teori Lupiyoadi (2013), yang menyatakan bahwa fasilitas fisik menjadi salah satu elemen penting dalam mendukung pelayanan jasa yang berkualitas.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Aspek pelayanan seperti kecepatan, ketepatan, kesopanan, serta kemampuan petugas dalam memberikan informasi berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Konsumen SPBU cenderung merasa lebih puas saat mendapatkan pelayanan yang profesional, ramah,

dan efisien. Temuan ini konsisten dengan konsep SERVQUAL (Crossman, 2024 dalam Grace Twenty Agustine, 2025) di mana dimensi-dimensi pelayanan seperti reliability, responsiveness, dan assurance merupakan faktor krusial dalam memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan.

- c. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen Variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan fasilitas (X_1). Hasil ini menegaskan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh aspek fisik, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung antara petugas dan konsumen. Oleh karena itu, pengelola SPBU disarankan untuk terus menjaga kualitas fasilitas serta meningkatkan kompetensi dan etika pelayanan para petugas secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina German Centre BSD dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Korelasi pada variabel fasilitas memiliki nilai 0,884 yang dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki hubungan yang sangat kuat karena $> 0,799$.
2. Korelasi pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 0,935 yang dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki hubungan yang sangat kuat karena $> 0,799$.
3. Nilai regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,744 + 0,243X_1 + 0,535X_2 + 1.567$.
4. Nilai adjusted R square adalah 0,881 menunjukkan variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan dengan variabel (Fasilitas) X_1 dan Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 88,1% sedangkan 11,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
5. Hasil uji hipotesis simultan bahwa nilai $f_{hitung} (330,613) > f_{tabel} (3,101)$ maka dikatakan variabel Fasilitas, Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Borwita Citra Prima Maumere. 3(1).
2. Govinaz, A., & Budiani, M. S. (2019). HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOSERBA X Ardeva Govinaza. Character: Jurnal Penelitian Psikologi, 143–152.
3. Grace Twenty Agustine. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains, 13(2), 421–426. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v13i2.25998>
4. Hadi, R. K., Sulaeman, A., & Komarudin, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Istiqomah Mart Kabupaten Tangerang. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 8(2), 1520. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1363>

5. Jakariah, J. (2019). ANALISIS PENGARUH BANGUNAN, PERALATAN DAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KEPUASAN PASIEN (Studi Kasus di Puskesmas Rawabuntu Serpong Tangsel). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 48. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2459>
6. Kusuma, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17.
7. Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
8. Sulaiman, S., & Suparjono, S. (2023). Pengaruh Fasilitas, Perilaku Konsumen dan Harga terhadap Minat Pembelian pada Pasar Modern Pamulang Kota Tangerang Selatan. *Inovasi*, 10(1), 191. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v10i1.p191-199.30418>
9. Trisusanti, Y., & Karneli, O. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/15569>
10. Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
11. Uyanık, G. K., & Güler, N. (2013). A Study on Multiple Linear Regression Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 106, 234–240. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.027>