

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Indriani¹, Abu Darim², Komarun Zaman³

^{1,2,3} STIE Pemuda Surabaya, Indonesia

E-mail: hafsaindriany485@gmail.com¹, abudarim.darim@gmail.com²,
komarunzaman55@gmail.com³

Article History:

Received: 22 September 2025

Revised: 07 Oktober 2025

Accepted: 28 Oktober 2025

Keywords:

Kualitas
Layanan, Fasilitas, Layanan
Pelanggan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 54.864.04 UD Pelangi di Nagekeo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 69 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (sendiri-sendiri), kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan fasilitas tidak. Namun, ketika diuji secara simultan (bersama-sama), kualitas pelayanan dan fasilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Saat ini, ada banyak persaingan di sektor korporat, dan ini menyebabkan banyak perusahaan baru muncul dalam sektor jasa maupun produk. Pengusaha berusaha keras untuk memenuhi keinginan, kebutuhan, serta harapan konsumen, cara agar perusahaan dapat mempertahankan loyalitas klien bahkan saat keadaan berubah. Selera perubahan dan konsumen pada lingkungan juga berperan dalam hal ini. Dengan banyaknya pelaku usaha di pasar, para pengusaha perlu menggunakan rencana pemasaran yang kreatif supaya bisa mempertahankan dan bersaing kelangsungan usahanya, sehingga pelanggan tetap setia pada produk yang ditawarkan. Pendapatan yang tinggi dapat dicapai dengan menguasai bagian pasar melalui rencana pemasaran dan layanan yang efektif. Bahan bakar adalah sesuatu yang benar-benar dibutuhkan masyarakat karena memberi orang banyak energi. Bahan bakar telah menjadi kebutuhan mendasar, seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat penting bagi banyak aktivitas manusia.

PT. Pertamina (Persero) ialah salah satu badan usaha di Indonesia yang memproduksi dan menjual bahan bakar. Pertamina secara teratur memperbarui kriteria layanannya untuk meyakinkan bahwa pelanggan menerima layanan berkualitas tinggi. PT. Pertamina (Persero) ialah salah satu perusahaan yang memproduksi dan mendistribusikan bahan bakar di Indonesia. Pemerintah Indonesia memiliki PT. Pertamina, sebuah perusahaan gas dan minyak, dikenal sebagai Perusahaan Minyak Nasional, yang didirikan 10 Desember 1957 awalnya PT. PERMINA (Perusahaan Minyak Nasional). Bisnis ini menghasilkan banyak hal yang berbeda, seperti bensin, LPG (gas minyak cair), minyak tanah, LNG (gas alam cair), dan petrokimia. Kemudian Chevron Pacific Indonesia, Pertamina adalah pembuat minyak mentah terbesar kedua di Indonesia. Pemerintah Indonesia memiliki dan menjalankan Pertamina sepenuhnya. Sahamnya tidak diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Shell (Belanda), Petronas (Malaysia), Pertamina (Indonesia), dan Total (Prancis) adalah empat distributor bensin di Indonesia yang menjual

barang mereka di stasiun pengisian bahan bakar.

SPBU UD Pelangi sebagai salah satu penyedia bahan bakar yang di tengah kota Mbay dan mudah dijangkau karena lokasinya yang sangat bagus. Pelayanan dan fasilitas di SPBU UD Pelangi harus sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Berdasarkan pengamatan kami, ada beberapa hal yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan petugas, ketersediaan toilet, dan kebersihan lingkungan SPBU. Jika hal-hal ini tidak ditangani dengan benar, pelanggan mungkin merasa kurang puas, yang dapat berdampak pada penurunan loyalitas pelanggan dan potensi kehilangan konsumen.

Kualitas layanan berawal dengan tuntutan konsumen dan berpuncak persepsi konsumen, yang merupakan evaluasi holistik atas keunggulan layanan (Regasta Adam Maryatna 2024). Sedangkan menurut Kadir (2013), layanan berkualitas adalah cara pelanggan menilai kinerja suatu perusahaan. Hal ini diperoleh dengan mengukur antara harapan pelanggan dari layanan perusahaan (ekspektasi) dan mereka pikir mereka dapatkan (persepsi). Untuk memastikan pelanggan mendapatkan pelayanan terbaik, SPBU Pertamina juga selalu berupaya menerapkan standar pelayanan baru. Ada lima bagian dalam standar kualitas layanan ini: orang-orang yang terampil dan termotivasi, jaminan kuantitas dan kualitas, peralatan yang terpelihara dengan baik, format fisik yang konsisten, juga produk dan layanan yang bermanfaat. Kualitas layanan adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan konsumen dan apa yang mereka antisipasi, baik dalam hal derajat maupun arah.

(Muhammad Rafi Lubis, Rukmini, and Toni Hidayat 2022) menyatakan mutu layanan ialah tingkat kesempurnaan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mengatur tingkat keutamaan tersebut untuk melengkapi kebutuhan klien. Kasmir (2017:47), layanan berkualitas adalah ketika seseorang atau bisnis melakukan hal-hal yang membuat pelanggan atau pekerja senang. Kotler dan Keller (2022) menitikberatkan bahwa mutu layanan dalam industri jasa, seperti stasiun pengisian bahan bakar, sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelanggan mempersepsi layanan itu sendiri. Mereka merekomendasikan penggunaan teknologi untuk meningkatkan layanan, termasuk aplikasi atau sistem pemantauan, yang dapat membuat penyampaian layanan lebih efisien dan terbuka. Hal ini menjadi semakin penting karena digitalisasi mengubah persyaratan kualitas layanan di tempat-tempat seperti stasiun pengisian bahan bakar, di mana teknologi dapat memengaruhi seberapa cepat layanan dan seberapa mudah bagi pelanggan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

Perbedaan antara persepsi konsumen dengan harapannya. Pada kajian yang dilaksanakan Abidin, (2023) mengungkapkan variabel standar pelayanan pada kenyamanan konsumen mempunyai efek bagus dan signifikan tetapi menurut Fanriza dan Iskandar (2014) mengungkapkan menunjukkan variabel mutu layanan tidak berdampak nyata pada kebahagiaan pelanggan. Berdasarkan research gap yang menunjukkan hasil penelitian inkonsisten antara hasil penelitian Abidin (2023) dan Fanriza dan Iskandar (2014) sehingga perlu di lakukan penelitian tentang standar pelayanan pada kenyamanan pelanggan.

Jordi, dkk (2024) memperlihatkan bahwa fasilitas seperti toilet bersih, area parkir yang memadai, dan peralatan pengisian bahan bakar yang lengkap, serta kualitas layanan yang mencakup keramahan dan profesionalisme staf, mempunyai efek besar dan baik terhadap seberapa bahagia pelanggan di SPBU Pertamina. Berbagai fasilitas di SPBU, mulai dari ketersediaan bahan bakar yang terjamin, kebersihan lingkungan, kenyamanan ruang tunggu, hingga layanan tambahan seperti minimarket dan toilet yang bersih, seluruhnya berkontribusi penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Fasilitas merupakan memberikan pelanggan peralatan nyata untuk membuat mereka

merasa nyaman saat menggunakan layanan, dan kebutuhan serta keinginan mereka dapat terpenuhi saat mereka memanfaatkannya (Pantilu et al., 2018). SPBU Pertamina tidak hanya menjual gas, tetapi juga membantu masyarakat dalam beraktivitas sehari-hari. Fasilitas merupakan alat dan infrastruktur krusial untuk membuat pelanggan lebih bahagia dengan mempermudah segala sesuatunya, memenuhi tuntutan mereka, dan membuat mereka nyaman. Penting untuk mempertimbangkan semua fasilitas yang ada, seperti kelengkapan, kondisi, desain eksterior dan interior, serta kebersihannya. Hal ini khususnya berlaku bagi fasilitas mengenai perasaan atau apa yang diterima pelanggan dengan nyata. Berdasarkan research gap yang menunjukkan hasil penelitian yang konsisten antara hasil penelitian Kusuma (2015) dan Rutjuhan dan Ismunandar (2020) sehingga sangat penting untuk menyelidiki fasilitas dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah seberapa bahagianya seseorang sesudah mengukur antara yang diharapkan dengan apa yang sebenarnya mereka dapatkan. Kotler (dalam Sunyoto, 2013) mutu konsumen ialah seberapa bahagianya seseorang sesudah mengukur apa yang mereka dapatkan dengan apa yang mereka harapkan. Tujuan mendasar dalam memberikan layanan di industri pom bensin adalah membuat pelanggan senang, yang ditunjukkan dengan berkurangnya keluhan. Jika pelanggan senang dengan tingkat layanan, pom bensin akan mendapat uang. Pelanggan yang senang akan terus membeli bensin di stasiun itu. Konsumen puas dan loyal perasaannya terhadap SPBU jika mendapatkan layanan yang baik, cepat, lengkap, dan akurat. Dampaknya semakin berjumlah besar pelanggan yang loyal terhadap SPBU. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan strategi atau spesifikasi bisnis mendasar untuk membangun hal-hal dan layanan yang membuat konsumen lebih mudah bekerja. Pada penjelasan di atas, peran kualitas pelayanan krusial bagi pelanggan dalam bisnis dan mempengaruhi kesenangan pembelian mereka. Kepuasan konsumen sangat menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di SPBU UD Pelangi. Pom bensin dapat menaikkan fasilitas dan layanan mereka untuk membuat konsumen lebih senang jika mereka mengetahui elemen apa yang memiliki dampak paling besar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan survei kuantitatif supaya metodologi penelitiannya. Penelitian survei mengumpulkan data primer langsung dari responden lewat kuesioner, yang bertujuan supaya memastikan hubungan variabel dependen (kebahagiaan konsumen) dan variabel independen (kualitas layanan dan fasilitas). Penelitian ini bersifat asosiatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguji dampak dua faktor independen terhadap satu variabel dependen. Pendekatan yang dipakai ialah kuantitatif, dengan data yang didapat diolah secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai kondisi yang terjadi di SPBU UD Pelangi terkait kualitas layanan, fasilitas, dan kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

SPBU UD Pelangi merupakan pemasok bahan bakar penting di wilayah Nagekeo sejak 2010. Seiring meningkatnya ekspektasi konsumen yang tidak hanya mencari bahan bakar tetapi

juga pelayanan prima dan fasilitas yang memadai, SPBU ini menghadapi beberapa keluhan seperti antrean panjang dan fasilitas kurang terawat. Oleh karena itu, sebuah kajian dilakukan untuk menganalisis secara empiris pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, dengan tujuan memberikan masukan bagi manajemen untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.

Hasil yang wawancara yang dilakukan terdapat 37 responden perempuan dan 19 responden laki-laki berdasarkan karakteristik gender. Terdapat 5 responden ASN, 2 petani, 13 wiraswasta, 14 mahasiswa, dan 22 orang lainnya berdasarkan jenis pekerjaan. Sembilan orang membeli Pertamina, 44 orang membeli Paltelite, tiga orang membeli Solar, dan tidak ada yang membeli Pertadex. Terdapat 21 orang yang membeli sesuatu seminggu sekali, 26 orang membeli sesuatu dua kali seminggu, 5 orang membeli sesuatu tiga kali seminggu, dan 4 orang membeli sesuatu lebih dari tiga kali seminggu.

Dari hasil wawancara terkait kualitas layanan 25 orang sangat setuju, 29 orang setuju, dan 2 orang acuh tak acuh ketika ditanya apakah pekerja pompa bensin mengenakan seragam yang mudah dikenali. Kamar mandi di pompa bensin selalu bersih. Dua puluh orang setuju, tiga puluh dua orang setuju, tiga orang acuh tak acuh, dan satu orang tidak setuju. Pekerja dapat memberikan layanan cepat 18 orang sangat setuju, 32 orang setuju, dan 6 orang acuh tak acuh. Karyawan dapat memberikan layanan yang tepat berdasarkan apa yang diminta dari mereka. Delapan belas orang sangat setuju, tiga puluh empat orang setuju, tiga orang acuh tak acuh, dan satu orang sangat tidak setuju. Karyawan dapat memberikan layanan yang tepat berdasarkan apa yang diminta dari mereka. 21 orang sangat setuju, 31 orang setuju, dan 4 orang acuh tak acuh. Orang-orang yang bekerja untuk Anda yang terus-menerus ingin membantu 18 orang sangat setuju, 28 orang setuju, dan 10 orang acuh tak acuh. Orang-orang yang bekerja untuk saya dapat menyediakan hal-hal yang saya butuhkan dengan benar. Tujuh belas orang sangat setuju, tiga puluh tiga orang setuju, dan enam orang acuh tak acuh. Para pekerja bersikap baik. 23 orang sangat setuju, 29 orang setuju, dan 4 orang bersikap acuh tak acuh. Para pekerja bersikap baik. 23 orang sangat setuju, 32 orang setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Para pekerja tidak memperlakukan konsumen secara berbeda berdasarkan ras mereka. 25 orang sangat setuju, 27 orang setuju, dan 4 orang bersikap netral. Para pekerja menggunakan terminologi yang jelas dan mudah dipahami. 28 orang sangat setuju, dan 28 orang setuju.

Dari hasil wawancara terkait fasilitas, jelas bahwa lokasi pom bensin mudah dijangkau. 28 orang sangat setuju, 27 orang setuju, dan 1 orang acuh tak acuh. Ada jalur yang memisahkan kendaraan roda empat dan roda dua. 29 responden sangat setuju, 25 responden setuju, dan 2 responden acuh tak acuh. Jumlah tempat parkir yang baik 32 orang sangat setuju, 19 orang setuju, 4 orang tidak memihak, dan 1 orang tidak setuju. Saya khususnya suka bahwa ada tempat sholat di area pom bensin. Tujuh belas orang sangat setuju, delapan belas orang setuju, empat belas orang acuh tak acuh, enam orang tidak setuju, dan satu orang sangat tidak setuju. Peralatan cukup baik untuk tempat sholat. Ada 14 orang yang sangat setuju, 20 yang setuju, 15 yang acuh tak acuh, dan 1 yang sangat tidak setuju. Perlengkapan pelindung lengkap jika terjadi kebakaran Dua puluh lima orang sangat setuju, dua puluh enam orang setuju, empat orang acuh tak acuh, dan satu orang sangat tidak setuju. Pencahayaan di UD Pelangi cukup terang. 18 orang sangat setuju, 36 orang setuju, dan 2 orang acuh tak acuh. Di area sekitar pom bensin, terdapat papan atau poster. 29 orang sangat setuju, 25 orang setuju, dan 2 orang acuh tak acuh.

Dari hasil wawancara terkait kepuasan konsumen menunjukkan bahwa saya senang dengan layanan di SPBU UD Pelangi. Dua puluh tiga orang sangat setuju, tiga puluh orang setuju, dan tiga orang acuh tak acuh. Saya senang dengan kualitas bensin di SPBU UD Pelangi. Dua puluh

tiga orang sangat setuju, dua puluh sembilan orang setuju, dan empat orang acuh tak acuh. Bensin yang saya beli di SPBU UD Pelangi sama bagusnyanya dengan yang saya kira. Dua puluh satu orang sangat setuju, tiga puluh orang setuju, dan lima orang acuh tak acuh. SPBU UD Pelangi memiliki fasilitas yang sangat baik. 18 orang sangat setuju, 36 orang setuju, dan 6 orang acuh tak acuh. 29 orang sangat setuju bahwa saya telah mengisi bensin di SPBU U Pelangi lebih dari sekali, 22 orang setuju, 4 orang acuh tak acuh, dan 1 orang tidak setuju. Saya akan terus mendapatkan bensin di SPBU UD Pelangi dan memberi tahu orang lain tentang hal itu. Ada 25 orang yang sangat setuju, 27 yang setuju, dan 4 yang acuh tak acuh.

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 11 pernyataan yang digunakan dalam instrumen penelitian, dibagikan nilai koefisien korelasi (r hitung) untuk masing-masing butir berkisar antara 0,276 hingga 0,604. Nilai ini diukur dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan jumlah responden tertentu, yaitu sebesar 0,263. Studi reliabilitas menunjukkan koefisien dependabilitas (Cronbach's Alpha) sebesar 0,668. Angka ini lebih tinggi daripada tingkat dependabilitas minimum sebesar 0,60. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa alat yang digunakan dalam penelitian ini reliabel karena memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Uji rumus Cronbach's Alpha untuk dependabilitas memberikan nilai 0,6698, lebih tinggi dari nilai minimum 0,60. Ini berarti alat tersebut reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Hal ini memperlihatkan data yang tersisa terdistribusi secara teratur, yang berarti kondisi normalitas dalam analisis regresi terpenuhi. Uji multikolinearitas memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan mempunyai nilai Toleransi sebesar 0,335 ($>0,10$) dan nilai VIF sebesar 2,984 (<10). Kedua nilai tersebut masih dalam rentang yang diizinkan, yaitu nilai Toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka, tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi ini. Hasil scatterplot antara nilai prediksi terstandarisasi dan residual terstudentisasi menunjukkan distribusi titik acak. Ini berarti model lolos uji heteroskedastisitas (asumsi homoskedastisitas) terpenuhi. Analisis regresi linier berganda memperlihatkan nilai konstanta (a) sebesar 3,947 dan koefisien regresi (b) untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,265 dan untuk variabel Fasilitas sebesar 0,281. Maka, persamaan regresi linier berganda terlihat seperti ini:

$$Y = 3,947 + 0,265 X_1 + 0,281 X_2$$

Angka konstan ini memperlihatkan variabel Kualitas Layanan dan Fasilitas bernilai nol, nilai Kepuasan Konsumen adalah 3,947. Namun, dalam skenario dunia nyata, nilai nol untuk variabel independen mungkin tidak signifikan. Korelasi positif ini berarti jika Kualitas Layanan naik satu unit, Kepuasan Konsumen akan naik 0,265 unit, selama tidak ada perubahan lain. Nilai signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan pada Kepuasan Konsumen signifikan secara statistik. Jika semua faktor lain tetap sama, koefisien positif memperlihatkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada Fasilitas meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,281. Skor signifikansi 0,006 memperlihatkan Mutu Layanan juga mempunyai dampak yang besar secara statistik terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji-t dalam tabel koefisien menunjukkan variabel kualitas layanan (X_1) memiliki nilai t sebesar 3,728 dan nilai signifikansi 0,000, yang kurang dari 0,05. Karena nilai signifikansi ini kurang dari 0,05, maka kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan pada Kepuasan Konsumen secara parsial. Koefisien regresi sebesar 0,265 berarti jika semua variabel lain tetap sama, peningkatan 1 unit pada variabel Kualitas Produk akan menyebabkan peningkatan Kepuasan Konsumen sebesar 0,265 unit. Nilai t untuk variabel Fasilitas (X_2) adalah 2,847, dan nilai signifikansinya adalah 0,006, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari

0,05, dapat dikatakan bahwa kualitas layanan (X2) mempunyai pengaruh parsial pada kepuasan konsumen. Koefisien regresi jika semua variabel lainnya tetap sama, peningkatan 1 unit terhadap variabel Kualitas Produk akan menyebabkan peningkatan 0,281 unit dalam Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan nilai F adalah 58,656 dan nilai signifikansinya ialah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti model regresi yang dipakai signifikan secara statistik dalam menunjukkan bagaimana kualitas layanan dan kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan. Kombinasi kualitas layanan (X1) dan fasilitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan (Y). Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,830 memperlihatkan Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai R Square sebesar 0,689 memperlihatkan kedua variabel independen dalam model tersebut mampu menjelaskan 68,9% perubahan Kepuasan Konsumen. Sisanya, sebesar 31,1%, dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak terdapat dalam model.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,677 mencerminkan proporsi variasi yang tetap dipaparkan oleh model setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor. Sedangkan standar error sebesar 0,870 menunjukkan tingkat deviasi rata-rata antara nilai prediksi dan nilai aktual.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan internal seperti pelayanan yang baik, harga kursus yang bersaing dan dapat dicicil, distribusi layanan yang jelas, se Kualitas layanan mempunyai dampak yang cukup besar pada kepuasan pelanggan, diperlihatkan nilai signifikansi 0,001, yang berarti pengaruhnya besar. Penelitian ini secara efektif memperlihatkan mutu layanan berdampak besar pada kesenangan pelanggan. Mutu layanan mempertahankan semua layanan yang ditawarkan organisasi selama pelanggan berada di sana. Arianto (2018:138). Kualitas pelayanan berdampak pada kualitas pelayanan di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 3.728. Temuan studi menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan berkorelasi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Sejalan dengan gagasan John Sviokla bahwa kualitas layanan yang baik membantu bisnis berjalan dengan baik dengan membuat pelanggan merasa puas dan bahagia.

Artinya, kualitas layanan di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi memengaruhi kepuasan pelanggan. Saat memilih SPBU untuk mengisi bahan bakar, pelanggan harus memperhatikan kualitas layanan di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelanggan di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi, mereka mengatakan bahwa hal terpenting saat mengisi bahan bakar adalah keramahan layanan. Jika layanannya baik, pelanggan akan senang dan terus mengisi bahan bakar.

Salah satu alasan utama orang membeli dari suatu bisnis adalah karena fasilitasnya. Fasilitas yang baik dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan membeli produk perusahaan. Temuan studi ini memperlihatkan fasilitas mempunyai dampak yang besar dan menguntungkan pada kesenangan pelanggan. Hal ini sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa fasilitas SPBU Ud Pelangi di 54.864.04 berfungsi dengan baik. Hal ini telah membuktikan bahwa dalam pencapaian Kepuasan Konsumen secara maksimal dan harus dengan fasilitas yang baik dan mendukung. Pada SPBU 54.864.04 Ud Pelangi memiliki fasilitas yang sangat cukup dan mampu membuat konsumen aman, nyaman hingga puas. Hal ini bisa dilihat pada Tanggapan responden pada indikator fasilitas yang memiliki nilai yaitu 2.847. Sejalan dengan kajian Laily Nur Cholida yang menunjukkan bahwa fasilitas tidak mempengaruhi kesenangan pelanggan.

Fasilitas adalah hal-hal yang memudahkan dan mempercepat pendirian perusahaan.

Fasilitas bisa berupa produk atau uang. Jadi, fasilitas ialah salah satu hal yang bisa memengaruhi kepuasan pelanggan Suryo, S. (2009:36).

Secara keseluruhan, hal ini memperlihatkan mutu layanan dan amenities sangat penting untuk membuat orang bahagia. Pelanggan akan lebih mungkin untuk memanfaatkan layanan yang telah mereka gunakan lagi jika layanan dan fasilitasnya sangat baik, dan sebaliknya. Temuan uji simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan amenities di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan hitung F sebesar 58.656. Ini menyiratkan bahwa seberapa baik layanan dan amenities memiliki efek besar pada seberapa bahagia pelanggan. Kesimpulannya, semua bagian dari penelitian ini harus dilakukan dengan kemampuan terbaik mereka, dan SPBU di 54.864.04 Ud Pelangi harus terus meningkatkan layanan dan amenitiesnya. Jadi, jika kualitas meningkat, kepuasan pelanggan akan naik, dan jika turun, kepuasan pelanggan akan turun.

Dengan menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda, kami bisa menarik sejumlah temuan tentang pengaruh kualitas layanan dan fasilitas pada kepuasan pelanggan di SPBU Ud Pelangi 54.864.04. Terdapat pengaruh kualitas layanan pada kesenangan konsumen di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi, fakta tersebut dapat dibenarkan melalui pengamatan terhadap nilai t_{hitung} 3.728. Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan pada kepuasan konsumen di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi, hal tersebut bisa dibenarkan dengan melihat nilai t_{hitung} 2.847. Terdapat pengaruh kualitas layanan dan fasilitas secara simultan pada kepuasan konsumen di SPBU 54.864.04 Ud Pelangi, hal tersebut dapat dibuktikan dari f_{hitung}

DAFTAR REFERENSI

- Edyansyah, Teuku. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pantan Labu Aceh Utara." *Jurnal Visioner & Strategis* 5(September): 1.
- Mei, No, Program Studi, Magister Manajemen, Universitas Wijaya Putra, Edhi Juli Setiawanto, Program Studi, Magister Manajemen, et al. 2025. "Persepsi Konsumen Terhadap Layanan Spbu Di Bojonegoro : Tantangan Dan Peluang Dalam." 2(3): 61–67.
- Muhammad Rafi Lubis, Rukmini, and Toni Hidayat. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Spbu 14-202141 Medan Tenggara." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (Jimk)* 3(1): 222–33. doi:10.32696/jimk.v2i1.1462.
- Oniansyah, Nova Adhitya Ananda, and Reza Muhammad Rizqi. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(2): 17–27. doi:10.37673/jmb.v2i2.516.
- Regasta Adam Maryatna, Marsudi Lestariningsih. 2024. "Pengaruh Lokasi, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Spbu Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar Surabaya." *Jurnal ilmu dan riset manajemen* 13(9): 1–17.
- Sugiyono (2019) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryosubroto, B. 2009. Proses Belajar Mengajar di Sekolah. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar Surabaya." *Jurnal ilmu dan riset manajemen* 13(9): 1–17.
- Parasuraman, Valarie A., Zeithmal dan Leonard L, Berry. 1998. Servqual A Multipel Item Scale For Meansuring Customer Perseption of Service Quality. Jurnal of Relating.
- Solomon, M. R. (2021). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.). Boston, MA: Pearson Education.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Consumer Behavior* (12th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Oliver, R. L. (2021). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson
- Tjiptono, F. 2017. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Pantilu, D., R. Koleangan, dan F. Roring. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado*.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press