

PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SPBU PERTAMINA 54.601.106 JALAN TIDAR SURABAYA

Regasta Adam Maryatna
Regastaadam23@gmail.com
Marsudi Lestariningsih

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACK

This Research aimed to determine and analyze the effect of location, facility and service quality on the customers satisfaction at the SPBU Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar Surabaya. The research was quantitative. The research population was customers of SPBU Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar, Surabaya. Moreover, the data were primary. The data collection technique used the lemeshow formula. Furthermore the instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to 100 respondents as the sample. The data analysis used multiple linear regression with the SPSS instrument (Statistical Product and Service Solution) 26.0 version. Additionally, the result showed that both location and facility had a positive and significant effect on customer 'satisfaction. Similarly, service quality had had a positive and significant effect on customers' satisfaction. In addition, the determination coefficient result was 0.639 or 63,9%. While the rest of the percentage, 36,1% was explained by other variables that were not included in the research.

Keywords : Location, Facility, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar Surabaya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar Surabaya. Data yang digunakan yaitu data primer. Pengambilan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini dengan rumus *lemeshow*. Pengumpulan data digunakan dengan penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini adalah Teknik analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26.0. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari Koefisien determinasi sebesar 0,639 atau 63,9% dan 36,1% dijelaskan oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model ini

Kata Kunci : Lokasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Persaingan di dunia perdagangan semakin ketat. Dan hal ini menyebabkan munculnya banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau barang berlomba-lomba memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Kondisi peluang bisnis di Indonesia sangat bagus. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan bermunculan, baik bergerak di bidang jasa maupun barang. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan tersebut juga beragam. Salah satunya yaitu bahan bakar. Bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang sangat di butuhkan oleh manusia. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat diperlukan manusia dalam menunjang berbagai aktivitas kehidupannya.

PT. Pertamina merupakan perusahaan minyak dan gas milik Pemerintah Indonesia (Perusahaan Minyak Nasional) yang didirikan pada tanggal 10 Desember 1957, dengan nama awal PT. Perusahaan Minyak Nasional atau disingkat PERMINA. Pertamina ini memproduksi banyak komoditas seperti bahan bakar, minyak tanah, LPG (Bahan bakar gas cair), LNG (Gas bumi cair), dan petrokimia. Pertamina adalah produsen minyak mentah terbesar kedua di Indonesia setelah Chevron Pacific Indonesia. Pertamina adalah perusahaan

milik negara yang sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia sehingga tidak memperdagangkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Di Indonesia ada empat distributor BBM yang menjual produknya di SPBU, antara lain Pertamina (Indonesia), Shell (Belanda), Petronas (Malaysia), dan Total (Prancis).

Dengan menyediakan apa yang mereka butuhkan, maka konsumen akan menjadi puas dan menjadi loyal. Jika kepuasan konsumen sudah terpenuhi, maka konsumen akan bisa membeli kembali produk yang sama atau baru tersebut di tempat SPBU yang sama. Dan jika konsumen puas membeli produk ditempat tersebut, konsumen mungkin akan mempromosikan kepada teman-temannya atau di sosial media bahwa di tempat tersebut memiliki produk dan layanan yang bagus. Konsumen juga akan mengajak teman-temannya untuk berbelanja di tempat tersebut.

Tabel 1
Tabel Penjualan SPBU Pertamina Tidar Surabaya

Tahun.	Pertalite	Pertamax
2020	2.250.150 ltr	200.330 ltr
2021	2.152.135 ltr	150.723 ltr
2022	2.130.430 ltr	132.125 ltr

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1, bahwa terjadi fluktuasi penjualan pada SPBU Pertamina Tidar pada tahun 2020 hingga 2022, pada tahun 2020 terjual pertalite sebesar 2.250.150 ltr dan pertamax sebesar 200.330 ltr, dan pada tahun 2021 terjual pertalite sebesar 2.152.135 ltr dan pertamax sebesar 150.723 ltr, pada tahun 2022 terjual pertalite sebesar 2.130.430 ltr dan pertamax 132.125 ltr. Terlihat penurunan pertalite maupun pertamax yang disebabkan oleh kurang puasnya konsumen terhadap pelayanan fasilitas pada SPBU Tidar Surabaya.

Tabel 2
Keluhan Pelanggan Terkait Fasilitas dan Pelayanan SPBU Pertamina

No.	Fasilitas dan Pelayanan	Keluhan
1.	Layout Mesin Dispenser SPBU Pertamina	Terdapat 5 pilar, setiap pilar hanya terisikan 1 mesin dispenser SPBU
2.	Tidak tersedianya Lahan Parkir fasilitas umum	Membuat kemacetan yang panjang pada SPBU
3.	Pelayanan operator	Kurang ramah, kurang cekatan, sering mengobrol dengan teman satu shift, kurang teliti saat mengisi bahan bakar kendaraan pelanggan

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2, pelayanan SPBU yang didapat dari hasil observasi beberapa pelanggan di SPBU Tidar Surabaya dapat diketahui bahwa terdapat fasilitas yang kurang efisien dan pelayanan yang kurang ramah kepada pelanggan. Ada beberapa pelanggan yang mengeluh sikap dan pelayanan operator SPBU yang tidak ramah kepada pelanggan, tidak menerapkan salam, senyum dan juga terus mengobrol dengan rekan kerja ketika melayani pelanggan. Hal tersebut dapat membuat SPBU Tidar mengalami penurunan penjualan, dikarenakan kepuasan konsumen tidak tercapai.

Kepuasan Konsumen merupakan tingkat perasaan individu setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapan. Menurut Kotler (dalam Sunyoto, 2013) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tujuan utama pemberian pelayanan di bidang SPBU adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan. Jika kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan tinggi maka akan menimbulkan keuntungan bagi pihak SPBU itu sendiri. Pelanggan yang puas akan terus membeli bahan bakar di SPBU tersebut. Pelayanan yang baik, cepat, menyeluruh, dan akurat

akan menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap SPBU, yang pada akhirnya akan menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap SPBU. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan strategi atau spesifikasi bisnis mendasar untuk menghasilkan barang dan jasa yang membuat pekerjaan lebih mudah bagi pelanggan. Pada penjelasan di atas, peran kualitas pelayanan sangat penting bagi pelanggan dalam bisnis dan mempengaruhi kepuasan pembelian mereka. Kepuasan konsumen sangat menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

Lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis (Kotler dan Armstrong, 2018). Wilayah Surabaya termasuk salah satu tahap perhitungan untuk mendapatkan rekomendasi lokasi SPBU baru, pada tahap ini user atau pemilik usaha akan diberikan 5 (lima) pilihan wilayah yaitu: (1) Surabaya Utara, (2) Surabaya Timur, (3) Surabaya Selatan, (4) Surabaya Barat, (5) Surabaya Pusat. Menurut Kurniawan dan Soliha (2022) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya (Kasmir, 2014). Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Soliha (2022), mengungkapkan bahwa lokasi terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi menurut Izzuddin dan Muhsin (2020) menyatakan bahwa lokasi terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan research gap yang menunjukkan hasil penelitian yang inkonsisten antara hasil penelitian sehingga perlu dilakukan penelitian tentang lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Fasilitas merupakan penyediaan peralatan berbentuk nyata dengan memberikan rasa nyaman kepada pengguna jasa yang akan melangsungkan kegiatan atau aktivitasnya, dan kebutuhan serta keinginan pelanggan pun bias terpenuhi selama memakai jasa (Pantilu *et al.*, 2018). SPBU Pertamina bukan hanya menyediakan bahan bakar tetapi mereka juga menjalankan peran penting dalam mendukung mobilitas sehari-hari masyarakat. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi konsumen. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pada penelitian oleh Kusuma (2015) mengungkapkan bahwa variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan, tetapi menurut Rutjuhan dan Ismunandar (2020) mengungkapkan bahwa variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan. Berdasarkan research gap yang menunjukkan hasil penelitian yang konsisten antara hasil penelitian Kusuma (2015) dan Rutjuhan dan Ismunandar (2020) sehingga perlu dilakukan penelitian tentang fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan (Kotler *et al.*, 2007). Sedangkan menurut Kadir (2013), kualitas pelayanan sebagai suatu persepsi tentang kinerja perusahaan (*perception of performance based*) yang dialami konsumen, berasal dari perbandingan antara perasaan yang seharusnya diharapkan diterima konsumen dari pelayanan perusahaan (*expectation*) dengan persepsi konsumen tentang kinerja dari pelayanan yang diperolehnya (*perception*). SPBU Pertamina juga terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan terbaik. Standar kualitas pelayanan ini mempunyai lima elemen diantaranya pelayanan staff yang terlatih dan bermotivasi, jaminan kualitas dan kuantitas, peralatan yang terawat, format fisik yang konsisten serta penawaran

produk dan pelayanan bernilai tambah. Kualitas pelayanan dipandang sebagai derajat serta arah perbedaan antara persepsi konsumen dengan harapannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Abidin, (2023) mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan tetapi menurut Fanriza dan Iskandar (2014) mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan. Berdasarkan research gap yang menunjukkan hasil penelitian yang inkonsisten antara hasil penelitian Abidin (2023) dan Fanriza dan Iskandar (2014) sehingga perlu dilakukan penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Fenomena yang terjadi pada SPBU Pertamina Tidar Surabaya tentang lokasi yaitu penataan layout mesin dispenser kurang efektif dan efisien, banyak pilar yang berjarak cukup lebar namun hanya berisi 1 (satu) mesin dispenser mengakibatkan antrian panjang dan menutup akses pintu keluar sehingga pelanggan memilih untuk mengisi bahan bakar di SPBU Pertamina cabang lain yang berdampak pada pelanggan pada SPBU Pertamina Tidar Surabaya menjadi berkurang. Fenomena selanjutnya yang terjadi pada SPBU Pertamina Tidar Surabaya tentang tata letak fasilitas umum yaitu terkait kurangnya lahan parkir di area SPBU Pertamina Tidar Surabaya bagi konsumen fasilitas umum, sehingga membuat kepadatan di area SPBU Pertamina yang berdampak akses pintu keluar terjadi antrian yang Panjang untuk kendaraan keluar. Fenomena ketiga yaitu terkait kualitas pelayanan operator dispenser terhadap pelanggan, pelayanan operator dirasa kurang maksimal karena operator sering melakukan tindakan yang tidak disukai pelanggan seperti kurang ramah terhadap pelanggan, kurang cekatan melayani pelanggan, kurang memperhatikan pembicaraan pelanggan, operator sering mengobrol dengan rekan operatornya sehingga sedikit mengacuhkan pelanggan, dan yang terakhir operator kurang teliti dalam pengisian bahan bakar.

TINJAUAN TEORITIS

Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas. Kotler dan Keller (dalam Priansa, 2017). Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa ada indikator dalam kepuasan konsumen antara lain: (a). Membeli lagi. (b). Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya: jumlah pekerjaan yang dihasilkan. (c). Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. (d). Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Lokasi

Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan. Heizer dan Render (2015) Pemilihan lokasi, diperlukan pada saat perusahaan mendirikan usaha baru, melakukan ekspansi usaha yang telah ada maupun memindahkan lokasi perusahaan ke lokasi lainnya. Munawaroh (2013). Adapun indikator menurut Mahmudi (dalam Hidayat, 2018) yaitu diantaranya: (a). Aksesibilitas : kemudahan yaitu pelanggan dapat keluar masuk dari perusahaan atau tempat usaha tersebut. (b). Visibilitas : mengacu kepada kemampuan pelanggan untuk melihat dan memasuki tempat usaha, lokasi yang bisa dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. (c). Lalu lintas : lokasi sebaiknya memiliki daya Tarik seperti arus lalu lintas yang baik (d). Area Parkir : tempat usaha atau perusahaan produk barang dan jasa sebaiknya memiliki tempat parkir yang luas (e). Ekspansi : Tempat usaha atau perusahaan

harus memiliki tempat yang luas untuk perluasan usaha di kemudian hari (f). Lingkungan : Daerah yang baik dan strategis akan mendukung usaha jasa atau barang yang ditawarkan oleh suatu tempat usaha atau perusahaan (g). Kompetisi : persaingan antar usaha lainnya.

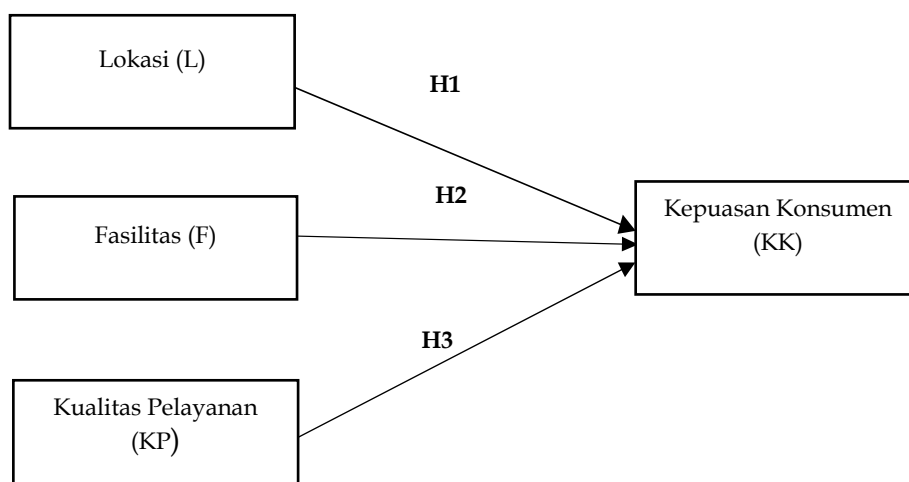
Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu seperti benda, bangunan atau ruangan yang dibuat untuk melayani atau memudahkan melakukan tujuan tertentu atau merupakan sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan tertentu, sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Suryo, S. (2009).. Menurut Smaradhana dan Lutfie, (2017). mengemukakan ada enam indikator fasilitas yang dijabarkan antara lain: (a). Perencanaan spasialnya Aspek: mencakup ukurannya, bentuknya, dan warnanya dipikirkan guna menarik pendapatnya serta perasaannya dari pengguna (b) perencanaan ruang faktor: perencanaan dalam ruangan, mencakup peletakan furnitur serta peralatan didalam ruangan (c) perabotannya: alat penyaluran rasa nyaman bagi penggunanya, serta menjadi hiasan tambahan bagi pengguna jasanya. (d) tata cahaya: sebagai macam modifikasi warnanya yang sesuai. (e) pesan secara grafis: tampilan secara visual, peletakan, memilah bentuk fisik, memilah warna, serta mengatur cahaya (f) unsur pendukung fasilitas: pendukung seperti tempat beribadah, toilet, area parkir dengan fasilitas internet

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai focus pada memehuni kebutuhan dan pelayanan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang di sediakan perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016). Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang terwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Menurut Singdimedjo dalam (Suwodo:2015) mengemukakan ada empat indikator disiplin kerja yang sangat umum dan relevan yaitu: (a) Keandalan (*Reliability*), (b) Daya Tanggap (*Responsiveness*), (c) Jaminan (*Assurance*) (d) Empati (*Empathy*) (e). Bukti Fisik (*Tangibles*)

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya (Kasmir, 2014). Tjiptono (2015) Lokasi memacu pada beberapa aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Hal ini di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan *et al.*, (2022), dalam penelitiannya yang memiliki hasil penelitian lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan hasil penelitian Izzudin dan Muhsin (2020), yang memiliki hasil penelitian lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

H1: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan, fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2016). Kotler (2015) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2015), dalam penelitian yang memiliki hasil fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan menurut penelitian Rutjuhan dan Ismunandar (2020), fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H2: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan Kualitas Pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, Kualitas Pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila Kualitas Pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negative lainnya pada perusahaan. Tjiptono (2015) menyatakan dengan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi Kualitas Pelayanan yaitu *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat oleh jurnal Suryadharma dan Nurcahya (2015) yang menunjukkan bahwa secara simultan variable Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Bucak (2014) menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hal ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Abidin (2023), dalam penelitiannya yang memiliki hasil penelitian Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun berbeda dengan hasil penelitian Fanriza dan Ismunandar (2014) yang memiliki hasil kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh kebenaran pengetahuan yang bersifat ilmiah dalam menentukan jenis data, sumber data, cara

mengumpulkan data, tujuan penelitian dan teknik analisis, metode penelitian ini pada dasarnya merupakan metode ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif sesuai dengan pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan menggunakan media pengumpulan data berupa kuisisioner demi memperoleh data primer dalam pengelolaan data pada penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan yang sampel digunakan adalah teknik pengambilan *accident sampling (sampling incidental)*, yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai respondennya. Dari perhitungan diatas diperoleh sampel yang dibutuhkan minimal 96 responden dan akan dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini menggunakan rumus *lemeshow* (1997), karena populasi yang dituju sangat besar dan jumlah dapat berubah-ubah

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data subjek (*self - report data*) yaitu jenis data yang berupa opini, sikap, pengalaman dan karakteristik dari konsumen yang telah melakukan pembelian BBM di SPBU Tidar Surabaya yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, jadi subjek penelitian ini adalah konsumen BBM SPBU Tidar Surabaya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari jawaban responden/ kuesioner yang telah dibagikan kepada konsumen SPBU Tidar Surabaya, sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016).

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi variabel operasional dalam penelitian ini adalah:

Lokasi adalah tempat suatu usaha beroperasi atau melakukan kegiatannya untuk menghasilkan barang dan jasa yang penting bagi perekonomian. Tjiptono dan Gregorius (2016). indikator kepuasan konsumen adalah a). Aksesibilitas. (b). Visibilitas. (c). Lalu lintas (d). Tempat Parkir (e). Ekspansi (f): Lingkungan, (g). persaingan, (h). Peraturan pemerintah

Fasilitas merupakan menyediakan perlengkapan berupa nyata, yang mampu memberikan ketenangan kepada pelanggan dalam melakukan aktivitas dan aktivitas, memastikan kebutuhan dan keinginan mereka (pelanggan) terpenuhi selama menggunakan layanan SPBU Tidar Surabaya. Fasilitas merupakan sarana enam indikator fasilitas (Smaradhana dan Lutfie, 2017), indikator Lokasi adalah: Perencanaan spasialnya. (a) Perencanaan ruang. (b). Lengkapnya perabotannya (c). Tata cahaya dan pewarnaan (d)Pesan secara grafis (f) Unsur pendukung

Kualitas Pelayanan merupakan suatu sikap yang memberikan manfaat dengan caramewujudkan apa yang diharapkan konsumen dapat memberikan nilai tambah di SPBU Tidar Surabaya. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono, (2017): (a) Reabilitas (*Reability*) (b) Daya tanggap (*Responsiveness*) (c) Jaminan (*Assurance*) (d) Empati (*Empaty*) (e) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Kepuasan konsumen merupakan situasi emosional pada saat konsumen melakukan konsumsi, dimana suasana hati seseorang akan meningkatkan kepuasan konsumen di SPBU Tidar Surabaya. Adapun indikator kepuasan konsumen Kotler dan Keller (2016): (a). membeli lagi (b) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya (c). Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing (d). Membeli produk lain dari perusahaan yang sama (d). Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan

Teknik analisis data merupakan proses pencarian data data yang akan disusun dan dikembangkan secara sistematis berdasarkan hasil wawancara, segala hasil catatan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori dan menyusun, mengkemas, menjabarkan ke dalam pola yang akan diperelajari dan diteliti lebih lanjut serta membuat kesimpulan yang dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan dapat digunakan mengukur apa yang hendak diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Untuk mengetahui validitas sebuah item, maka perhitungannya dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor item dengan skor total item. Dari hasil perhitungan tersebut akan didapatkan suatu koefisien yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan. Nilai signifikan lebih kecil 0,05 (*level of significance*), artinya pernyataan tersebut menunjukkan bahwa skor tersebut dianggap valid. Untuk menguji validitas menggunakan dasar analisis adalah sebagai berikut yaitu: (a). Jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 maka variable tersebut valid (b). Jika nilai sig (2-tailed) > 0,05 maka variable tersebut tidak valid

Uji reliabilitas meruju pada suatu pengertian bahwa instrument yang digunakan dalam suatu penelitian merupakan instrumen yang andal serta bisa menjadi media pengumpulan data yang nyata dengan informasi yang diperoleh merupakan informasi yang dapat dipercaya dan tidak tergantung pada kondisi apapun (Widiasworo, 2019:86). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa konsisten suatu kuisisioner ketika diuji berulang kali dengan kondisi yang sama. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika setiap pertanyaan mendapat jawaban yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan fitur SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) yang akan menghasilkan *Cronbach Alpha*. Metode pengambilan keputusan, yaitu menggunakan nilai batas 0,60 artinya, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilainya menunjukkan *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis grafik. Analisis grafik yang andal untuk menguji normalitas data adalah dengan melihat histogram dan *probability plot*. Dasar pengambilan keputusan: (a). Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. (b) Jika data menyebar jauh sari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik harus bebas dari

gejala multikoleniaritas. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Ghazali (2016) untuk menguji ada tidaknya multikoleniaritas di dalam model regresi dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dihasilkan melalui pengolahan data dengan bantuan SPSS. *Kriteria Variance Inflation Factor* adalah sebagai berikut: (a) Jika nilai tolerance lebih < dari 0,10 dan nilai VIF lebih >10,0 maka disimpulkan bahwa terjadi multikoleniaritas antar variabel independen dalam model regresi. (b) Jika nilai lebih > dari 0,10 dari nilai VIF lebih < 10,0 maka disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleniaritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu suatu pengamatan ke penamatan yang lain (Ghozali, 2016:134). Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi -Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized* (Ghozali, 2016:134) dengan dasar analisis sebagai berikut:

(a). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (b). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. hal tersebut didefinisikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis hubungan pada beberapa variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui faktor pada variabel yaitu Lokasi (L), Fasilitas (P), dan Kualitas Pelayanan (KP) terhadap kepuasan konsumen (KK), Rumus matematis pada penelitian ini yaitu:

$$KK = \alpha + \beta_1L + \beta_2F + \beta_3KP + e$$

Keterangan :

KK = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

L = Lokasi

F = Fasilitas

KP = Kualitas Pelayanan

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi

e = *Standart Error Estimate*

Uji Kelayakan Modal

Pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas yaitu (L) lokasi, (F) fasilitas, (KP) kualitas pelayanan dan variabel terikat yaitu (KK) kepuasan konsumen, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh (X1) lokasi, (X2) fasilitas dan (X3) kualitas pelayanan terhadap (Y) kepuasan konsumen sebagai variabel terikatnya (Suliyanto, 2011). Kriteria pengujian dilakukan dengan tingkat, signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan ketentuan penerimaan atau penolakan model sebagai berikut: (a). Jika nilai signifikan $F \leq 0,05$ maka model regresi dinyatakan layak digunakan dalam penelitian. (b) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka model regresi dinyatakan tidak layak digunakan dalam penelitian.

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi

(R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independent (Ghozali, 2016:97). Ketentuan kriteria pengujian hipotesis menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: (a). Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. (b) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka variabel lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Lokasi

Sesuai hasil kuesioner dan tanggapan oleh responden atas item-item pernyataan yang diajukan.

Tabel 3
Tanggapan Responden Terhadap Lokasi

No	Indikator	STS	TS	CS	S	SS	N	Mean
1	Akses (L1)	0	6	28	50	16	100	3,76
2	Visibilitas (L2)	0	4	22	54	20	100	3,90
3	Lalu Lintas (L3)	0	6	22	57	17	100	3,85
4	Tempat Parkir (L4)	2	3	22	57	16	100	3,82
5	Ekspansi (L5)	0	6	22	51	21	100	3,87
6	Lingkungan (L6)	3	3	22	51	21	100	3,84
7	Persaingan (L7)	1	6	18	52	23	100	3,90
8	Peraturan Pemerintah (L8)	1	5	20	50	24	100	3,91
Jumlah								3,85

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 3 menunjukkan rata-rata tanggapan responden mengenai pernyataan pada setiap indikator lokasi, mean yang tinggi bernilai 3,91 yang dimana konsumen telah setuju dengan pernyataan sudah menjalankan peraturan pemerintah sehingga layak dan sangat diakui di pemerintahan sekaligus di Konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 memberikan pandangan setuju terhadap seluruh pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel Lokasi.

Analisis Deskriptif Fasilitas

Tanggapan responden tentang pernyataan sesuai indikator pada variabel fasilitas pada konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya berikut:

Tabel 4
Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas

No	Item Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	N	Mean
1	Perencanaan Spasialnya (F1)	0	4	16	62	18	100	3,94
2	Perencanaan Ruang (F2)	1	2	21	55	21	100	3,93
3	Kelengkapan Perabotan (F3)	0	5	22	45	27	100	3,92
4	Tata Cahaya dan Pewarnaan (F4)	0	5	23	54	18	100	3,85
5	Pesan secara grafis (F5)	0	3	22	51	24	100	3,96
6	Unsur Pendukung (F6)	2	2	29	50	17	100	3,78
Jumlah								3,60

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 4 menunjukkan rata-rata tanggapan responden mengenai pernyataan pada setiap indikator Fasilitas diperoleh nilai rata-rata yaitu nilai mean yang terendah 3,78 yang dimana SPBU Tidar memiliki fasilitas pelengkap seperti mushola, area parkir, dan ATM, konsumen sering menggunakan fasilitas yang telah ada pada SPBU Tidar. mean yang tinggi dengan nilai 3,96 yang dimana SPBU Tidar memberikan tata visual ruangan yang mampu menyampaikan pesan secara gratis. Dan nilai tersebut yang artinya bahwa konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya memberikan pandangan setuju terhadap seluruh pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel Fasilitas.

Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

Sesuai hasil kuesioner dan tanggapan oleh responden atas item-item pernyataan yang diajukan, berikut merupakan hasil yang disajikan dalam tabel 5

Tabel 5
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Item Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	N	Mean
1	Reabilitas (KP1)	1	2	14	26	7	100	3,72
2	Daya Tanggap (KP2)	1	2	14	19	14	100	3,86
3	Jaminan (KP3)	0	3	14	27	6	100	3,72
4	Empati (KP4)	0	0	6	28	16	100	4,20
5	Bukti Fisik (KP5)	0	1	16	26	7	100	3,78
Jumlah								3,72

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 5 menunjukan rata-rata tanggapan responden mengenai pernyataan pada setiap indikator Kualitas Pelayanan diperoleh nilai rata-rata yaitu nilai mean yang terendah 3,72 yang dimana SPBU Tidar mampu memberikan rasa percaya terhadap konsumen untuk tetap setia mengisi di SPBU Tidar, mean yang tinggi dengan nilai 4,20 yang dimana SPBU Tidar memberikan pelayanan yang cepat dan tepat saat pengisian BBM yang artinya bahwa konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya memberikan pandangan setuju terhadap seluruh pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel Kualitas Pelayanan.

Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen

Sesuai hasil kuesioner dan tanggapan oleh responden atas item-item pernyataan yang diajukan, berikut merupakan hasil yang disajikan dalam tabel 6

Tabel 6
Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Item Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	N	Mean
1	Membeli Lagi (KK1)	0	9	32	49	10	100	3,60
2	Mengatakan hal baik perusahaan kepada orang dan merekomendasikannya (KK2)	0	7	26	59	8	100	3,68
3	Memperhatikan merk dan iklan produk pesaing (KK3)	1	1	32	55	11	100	3,74
4	Membeli produk lain dari perusahaan yang sama	0	6	19	67	8	100	3,77
5	Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan (KK5)	0	2	23	61	14	100	3,87
Jumlah								3,82

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 6 menunjukkan rata-rata tanggapan responden mengenai pernyataan pada setiap indikator kepuasan konsumen diperoleh nilai rata-rata yaitu nilai mean yang terendah

3,60 yang dimana konsumen merasa pelayanan SPBU yang baik akan membuat konsumen senang dan kembali membeli di SPBU Tidar, mean yang tinggi dengan nilai 3,87 yang dimana konsumen selalu memberikan penawaran ide dan produk kepada SPBU Tidar sehingga mampu menciptakan inovasi terbaru. Dan nilai tersebut termasuk pada kategori tanggapan “setuju” terhadap seluruh pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada setiap indikator variabel, baik dari variabel independen yaitu Lokasi (L), Fasilitas (F), Kualitas Pelayanan (KP) dan Kepuasan Konsumen (KK) yaitu “valid” yang dibuktikan dengan perolehan dari nilai r hitung keseluruhan indikator lebih besar dari nilai r tabel n=100 yaitu 0,195. Bahwa seluruh item dari setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas dapat menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian yang meliputi Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh hasil *Cronbach Alpha* yaitu $\geq 0,60$ yang artinya bahwa seluruh tanggapan responden mengenai indikator yaitu reliabel dalam penelitian.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik harus bebas dari gejala multikoleniaritas. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Ghozali (2016). Hasil uji Moltikolinearitas dengan alat bantu SPSS dapat di peroleh hasil sebagai berikut

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas

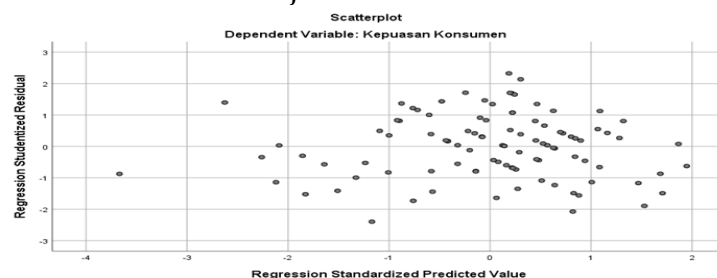
Variabel	VIF	Kesimpulan
L	1,287	Tidak terjadinya Multikolinearitas
F	1,216	Tidak terjadinya Multikolinearitas
KP	1,171	Tidak terjadinya Multikolinearitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 7 telah diketahui bahwa lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan telah memiliki nilai tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Sesuai hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 2, grafik *scatterplot* bahwa data tersebut tersebar diatas dan dibawah koordinat 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat pola yang terbentuk secara jelas pada penyebarannya. Pada data tersebut menunjukkan bahwa sampel tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada gambar 2 juga menunjukkan bahwa model persamaan regresi linier pada penelitian ini bebas dari asumsi klasik tersebut. Sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t yang akan digunakan dalam penelitian ini tidak akan bias atau sesuai dengan tujuan penelitian.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis Linear Berganda digunakan dalam sebuah penelitian untuk meneliti bagaimana keadaan naik dan turunnya variabel terikat jika dua variabel bebas atau lebih sebagai variabel prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Sugiyono (2014:260). Pengujian analisis regresi linier berganda dilakukan dalam mengetahui hubungan pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Berikut ini merupakan hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh dari bantuan program SPSS yaitu sebagai berikut :

Analisis regresi linier berganda telah digunakan dalam menganalisis pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dalam analisis regresi ini peneliti telah mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.899	1.468			.606	.546
Lokasi	.183	.035	.367		5.278	.000
Fasilitas	.405	.054	.508		7.516	.000
Kualitas Pelayanan	.135	.062	.144		2.173	.032

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 8 persamaan regresi yang telah di dapat adalah sebagai berikut :

$$KK = 0,899 + 0,183L + 0,405F + 0,135KP + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa : (a). Konstanta menunjukkan bahwa angka sebesar 0.899 hal ini telah menyatakan bahwa, jika variabel Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen = 0 atau tidak ada, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,899 (b). Koefisien regresi Lokasi yang menunjukkan angka sebesar 0,183 . nilai yang telah menunjukkan positif bahwa variabel lokasi telah memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Artinya apabila lokasi meningkat, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen. (c) Koefisien regresi fasilitas yang menunjukkan angka sebesar 0,405. Nilai positif yang telah menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Artinya apabila fasilitas meningkat, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen (d). Koefisien regresi kualitas pelayanan yang menunjukkan angka sebesar 0,135. Nilai positif yang telah menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.639	.628	1.721

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 9 telah diketahui bahwa R square (R^2) sebesar 0,639 yang menunjukkan sumbangan atau kontribusi dari variabel Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen Pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya sebesar 63,9% sedangkan sisanya $100\% - 63,9\% = 36,1\%$ di kontribusi oleh faktor lainnya. Koefisien korelasi berganda telah digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen Pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya

Uji Statistik F

Pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas yaitu lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. (Suliyanto, 2011). Uji F dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.013	3	168.004	56.705	.000 ^b
	Residual	284.427	96	2.963		
	Total	788.440	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 10 yang diperoleh Fhitung sebesar 58.851 dengan tingkat signifikan yang berada pada $0,000 \leq 0,05$ maka pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga layak digunakan dan dapat dijadikan untuk penelitian ini.

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independent (Ghozali, 2016:97). Uji statistik t digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Pengukuran uji t menggunakan angka signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan menggunakan alat bantu program SPSS. Berikut uji t yang disajikan pada tabel 11 berikut:

Tabel 11
Hasil Uji Hipotesis (uji t)
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.889	1.468		.606	.546
	Lokasi	.183	.035	.367	5.278	.000
	Fasilitas	.405	.054	.508	7.516	.000
	Kualitas Pelayanan	.135	.062	.144	2.173	.032

Sumber Data Primer Diolah, 2023

Tabel 11 telah dijelaskan masing-masing pengaruh dari model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (a). Hasil uji t untuk variabel L telah mendapatkan nilai 0,000 nilai tersebut dibawah 0,05 yang berarti variabel Lokasi (L) telah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (b). Hasil uji t untuk variabel F telah mendapatkan nilai 0,000 nilai tersebut dibawah 0,05 yang berarti variabel Fasilitas (F) telah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (c). Hasil uji t untuk variabel M telah mendapatkan nilai 0,032 nilai tersebut dibawah 0,05 yang berarti variabel Kualitas Pelayanan (KP) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan

Lokasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya berpengaruh signifikan, sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya telah berusaha dalam meningkatkan kepuasannya. Hal ini dapat dilihat pada Tabel tanggapan responden terhadap lokasi yaitu nilai tertinggi sebesar 3,91 berdasarkan indikator Peraturan Pemerintah (L8) yaitu konsumen telah setuju dengan pernyataan sudah menjalankan peraturan pemerintah sehingga sangat layak dan diakui di pemerintahan, konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya memberikan pandangan setuju terhadap seluruh pernyataan variabel Lokasi. Dengan lokasi yang strategis, lingkungan yang bersih, dan memiliki arus lintas yang sangat tertib, tentunya konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya mempunyai nilai dan rasa kepuasan. Jika variabel Lokasi meningkat maka akan selalu memberikan hal yang positif guna mendukung tercapainya tujuan SPBU Tidar. Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa Lokasi pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya telah berjalan maksimal. Hasil ini juga didukung oleh teori yang menyatakan bahwa lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis. Heizer dan Render (2015:23). Hasil ini telah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Soliha (2022), yang telah menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebaliknya Izzuddin dan Muhsin (2020), yang telah menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya berpengaruh signifikan, sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa Fasilitas pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya telah bekerja secara maksimal. Hal ini telah membuktikan bahwa dalam pencapaian Kepuasan Konsumen secara maksimal dan harus dengan fasilitas yang baik dan mendukung. Pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya memiliki fasilitas yang sangat cukup dan mampu membuat konsumen SPBU Tidar aman, nyaman hingga puas. Hal ini bisa dilihat pada Tanggapan responden pada indikator fasilitas yang memiliki nilai paling tinggi yaitu Pesan secara grafis (F5) dengan nilai 3,96. visual ruangan yang mampu menyampaikan pesan pesan secara gratis, SPBU Tidar juga memberikan fasilitas yang layak pakai dan kelengkapan fasilitas yang mendukung seperti mushola, area parkir yang luas, dan ATM setiap indikator Fasilitas yaitu unsur pendukung (F6) dengan diperoleh nilai rata-rata yaitu nilai mean yang terendah 3,78 yaitu SPBU Tidar memiliki fasilitas pelengkap seperti mushola, area parkir, dan ATM. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. oleh sebab itu fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Suryo, S. (2009:36). Hasil penelitian ini telah sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusuma (2015) yang telah menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebaliknya Rutjuhan dan Ismunandar (2020), yang telah menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,032 yang artinya berpengaruh signifikan, sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan, bahwa SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya telah memiliki kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumennya. kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi. Dan juga bisa dilihat dari tanggapan responden yang bernilai paling tinggi yaitu indikator Daya tanggap (KP4) dengan nilai 4,20. SPBU Tidar memberikan pelayanan yang cepat dan tepat saat pengisian BBM. Sedangkan nilai mean yang terendah yaitu indikator Jaminan (KP3) dan Reabilitas (KP1) dengan nilai 3,72 yang dinyatakan SPBU Tidar mampu memberikan rasa percaya terhadap konsumen untuk tetap setia mengisi di SPBU Tidar jika SPBU Tidar mempunyai kualitas pelayanan yang tinggi seperti SPBU Tidar mampu memberikan rasa percaya terhadap konsumen untuk tetap setia mengisi kembali di SPBU dan Terpenuhinya aspek pelayanan dalam memberikan pelayanan jasa pada SPBU Tidar. Dalam hal ini semakin tinggi tingkatan Kualitas Pelayanan maka dapat meningkatkan kepuasan dari konsumennya. Hal tersebut tentu secara langsung dapat memberikan pengaruhnya terhadap keberhasilan serta keberlangsungan SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya Hasil ini juga didukung oleh teori yang telah menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan pelayanan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang di sediakan perusahaan saat klien berada di perusahaan. Arianto (2018:138). Hasil ini telah sejalan dengan

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abidin (2023), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebaliknya Fanriza dan Iskandar (2014), yang telah menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang sudah dianalisis dan berdasarkan pada beberapa teori dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: (a) Lokasi dengan indikator L1 (Aksesibilitas), L2 (Visibilitas), L3 (Lalu lintas), L4 (Area parkir), L5 (Ekspansi), L6 (Lingkungan), L7 (Kompetisi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. (b). Fasilitas dengan indikator F1 (Perencanaan special aspek), F2 (Perencanaan ruang), F3 (Lengkapnya perabotan), F4 (Tata Cahaya dan Pewarnaan Cahaya), F5 (Pesan grafis), F6 (Unsur pendukung) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (c). Kualitas Pelayanan dengan indikator KP1 (Keandalan), KP2 (Daya tanggap), KP3 (Jaminan), KP4 (Empati), KP5 (Bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya, maka peneliti dapat memberikan saran guna meningkatkan kepuasan konsumen sebagai berikut: (a) Bagi SPBU Pertamina 54.601.106 Jl Tidar Surabaya selalu meningkatkan dengan kebersihan, lingkungan yang bersih, lokasi yang strategis, dan memiliki arus lintas yang sangat tertib, tentunya konsumen SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya. (b). Bagi SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya diharapkan memperluas area pertamina agar memperlancar akses keluar roda 2 pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya (c). Bagi SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya diharapkan fokus mengembangkan pelayanan yang terbaik dan mengurangi mengobrol sesama rekan kerja agar masyarakat merasa puas dan sangat bangga pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jl. Tidar Surabaya. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi penelitian berikutnya dengan memperhatikan keterbatasan yang ada didalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keamanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Java Logistics Internasional Surabaya.
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Skripsi. Universitas Pamulang. Banten.
- Basu, S., dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty Offez. Yogyakarta.
- Bowen, J., dan S. L. Chen. 2001. *The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction*. International Journal of Contemporary Hospitality Management
- Echdar, S. 2015. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market. Jurnal Manajemen dan Bisnis (9)3.
- Fanriza, M., dan D. Iskandar. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galery Smartfren Soekarno Hatta Bandung.

- Heizer, J., dan Render. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi Sebelas. Salemba Empat. Jakarta.
- Izzuddin, A., dan M. Muhsin. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*
- Kadir, R. A. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Pendekatan Integratif Antara Teori dan Implementasi*. IPB Press. Bogor.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2017. *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik Edisi Pertama*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, P. K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-13. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2018. *Principles Of Marketing*. Eighteenth edition. Pearson Education. New York.
- Kotler, P., K. L. Keller, dan B. Molan. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Cetakan 2. Indeks. Jakarta.
- Kurniawan, D. D., dan E. Soliha. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang.
- Kusuma, R. W. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* (4)12.
- Lemeshow, S., dan J. David. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Mohsan, F. M. 2011. *Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan*.
- Munawaroh, M. 2013. *Manajemen Operasi*. LP3M UMY. Yogyakarta.
- Pantilu, D., R. Koleangan, dan F. Roring. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado.
- Priansa, D. J. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Cetakan ke 1. Alfabeta. Bandung.
- Rutjuhan, A., dan Ismunandar. 2020. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Jurnal PAMATOR : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo* (13)1: 105-109.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta
- Smaradhana, N. S., dan H. Lutfie. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan di The 101 Hotel Bandung Dago. *e-Proceeding of Applied Science* (3)2: 473-479.
- Subagyo, P. 2000. *Manajemen Operasi Edisi 1*. BPFE. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi Mix Methods*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. 2013. *Perilaku Konsumen*. CAPS Center of Academy Publishing Service. Yogyakarta
- Sunyoto, D. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- Suryosubroto, B. 2009. *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2017. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., dan C. Gregorius. 2016. *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- Wahyuningrum. 2004. *Buku Ajar Manajemen Fasilitas Pendidikan*. Fip Uny. Yogyakarta.