

**PENGARUH PENERAPAN PERTAMINA WAY  
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DALAM RANGKA MENINGKATKAN LOYALITAS**

**(STUDI KASUS PADA SPBU 44.591.14 PATI)**

**Oleh:  
Suhari  
J. Sugiarto PH  
Sugiono  
Mustafa Kamal**

**Abstraksi**

Pada saat SPBU 44.591.14 Pati belum melaksanakan Pertamina Way, kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, terbukti banyaknya keluhan dari pelanggan yang masuk dalam hal takaran BBM, mutu/kualitas BBM, pelayanan karyawan (terutama operator) kepada pelanggan dan kebersihan serta kelengkapan fasilitas. Hal tersebut mencerminkan rasa tidak puas sebagian pelanggan dan tentu saja memberikan kemungkinan pelanggan berpindah ke SPBU lain (tidak loyal). Penelitian ini menganalisis dan menguji variabel-variabel yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *emphaty*, *relationship*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Proses analisis dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif menghasilkan indeks persepsi dan interpretasi pelanggan sedangkan statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Dalam statistik inferensial, untuk menguji model digunakan pengujian *Goodness of Fit Test* dan Uji Pengaruh (*Regression Weight*) dengan alat analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dijalankan dengan *software* AMOS (*Analysis of Moment Structures*) rilis 16.. Hasil indeks *goodnes of fit* menunjukkan bahwa model penelitian dapat diterima. Hasil pengujian terhadap 7 (tujuh) hipotesis membuktikan bahwa : Semakin tinggi kualitas wujud pelayanan (*tangible*), keandalan (*reliability*), kepastian (*assurance*), cepat tanggap (*responsiveness*), *emphaty* (*emphaty*) maka semakin tinggi kepuasan pelanggan ; Semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan ; Semakin tinggi kualitas *relationship* maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, kepuasan pelanggan, *relationship*, loyalitas pelanggan.