

MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI PELAYANAN PRIMA (Studi Kasus Di Spbu 44.581.05 Wirosari – Grobogan)

Henky Irawan

Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pelayanan dan fasilitas terhadap pelayanan prima dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Penggunaan variabel-variabel tersebut dengan alasan survey yang dilakukan Pertamina, SOP Pertamina Way dan penelitian terdahulu, yaitu : SOP Pertamina Way, Assauri (1987), Day dan Wensley (1988), Ferdinand (2002), serta survey Pertamina yang menemukan pengaruh langsung pelayanan dan fasilitas terhadap pelayanan prima dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan SPBU Jalan Raya Wirosari Km.1.

Sampel penelitian ini adalah pembeli SPBU Jalan Raya Wirosari Km1, sejumlah 114 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan prima, sedangkan fasilitas tidak memberikan pengaruh terhadap pelayanan prima. Pelayanan prima sendiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu memperhatikan faktor-faktor pelayanan dan pelayanan prima. Karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan pelanggan. Implikasi teoritis dan saran-saran bagi penelitian mendatang juga diuraikan pada akhir dalam penelitian ini.

Kata kunci : pelayanan, fasilitas, pelayanan prima dan kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

PERTAMINA adalah perusahaan minyak dan gas bumi yang dimiliki Pemerintah Indonesia (National Oil Company), yang berdiri sejak tanggal 10 Desember 1957 dengan nama PT PERMINA. Pada tahun 1961 perusahaan ini berganti nama menjadi PN PERMINA dan setelah merger dengan PN PERTAMIN di tahun 1968 namanya berubah menjadi PN PERTAMINA. Dengan bergulirnya Undang Undang No. 8 Tahun 1971 sebutan perusahaan menjadi PERTAMINA. Sebutan ini tetap dipakai setelah PERTAMINA berubah status hukumnya menjadi PT PERTAMINA (Persero) pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 tahun 2001 pada tanggal 23 November 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

Seiring telah diimplementasikannya Undang – Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 Tahun 2001 serta konsekuensi ratifikasi dari Asean Free Trade Area (AFTA), PT. PERTAMINA (Persero) berubah menjadi suatu badan usaha yang bertujuan pada mengusahakan keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan, perseroan secara efektif dan efisien serta memberikan kontribusi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi untuk kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.(www.pertamina.com)

Berangkat dari perubahan tugas, kewajiban dan status di atas PT. PERTAMINA (Persero) yang semula menjadi pemain tunggal dalam pengelolaan usaha industri migas harus menyesuaikan diri dan berhadapan dengan perusahaan – perusahaan perminyakan asing

yang mulai beroperasi di Indonesia. Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (selanjutnya ditulis SPBU) PERTAMINA yang merupakan salah satu ujung tombak dalam pelayanan kepada konsumen dituntut pula untuk meningkatkan kinerjanya. Hal ini disebabkan telah masuknya SPBU dari perusahaan pesaing di tanah air.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh PT.PERTAMINA (Persero) pada 10 SPBU di Jakarta dengan jumlah sample 645 diperoleh hasil bahwa 60 % responden memilih SPBU karena jaminan takaran dan mutu, 49 % pelayanan dan 37 % kebersihan toilet yang terjaga.

Dari hasil survey ini kemudian PT.PERTAMINA (Persero) memberlakukan standarisasi terhadap SPBU-nya. Baik yang langsung dikelola sendiri maupun yang dimiliki oleh mitra kerjanya. SPBU sebagai sumber daya perusahaan harus dikelola dengan upaya-upaya yang sistematis untuk menghasilkan *superior value* bagi pelanggan (Ferdinand, A.T, 2000, p.4-5). Salah satu bagian yang berhubungan dengan penciptaan *superior value* bagi pelanggan adalah kualitas produk (Menon, Jaworski dan Kohli, 1997, p.187). Baik itu produk dalam bentuk kualitas takaran dan mutu BBM, dari segi jasa pelayanan maupun fasilitas pendukungnya.

Pada kisaran tahun 2007 PT.Pertamina (Persero) mulai menerapkan Program Pertamina Way, dimana program ini menitik beratkan kepada 5 hal :

- Staf yang terlatih dan bermotivasi
- Jaminan Kualitas dan Kuantitas
- Perlatan dan fasilitas yang terawat dengan baik

- Format fisik yang konsisten
- Penawaran produk dan pelayanan tambahan

(Materi training Pertamina Way, 2007)

Diharapkan setelah melaksanakan program Pertamina Way, seluruh SPBU Pertamina akan mampu bertahan dan bersaing dengan SPBU asing. Sehingga menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan SPBU nya, dimana kepuasan itu sendiri adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk / hasil (dalam hal ini pelayanan dan fasilitas serta pelayanan prima) terhadap ekspektasi mereka, Kotler (2009:139).

Sebagai salah satu SPBU mitra Pertamina, SPBU Wirosari telah melaksanakan program Pertamina Way dan telah mendapatkan sertifikasi PastiPas pada bulan Maret 2009 dan pihak manajemennya telah melakukan renovasi untuk menambah fasilitas yang ada di SPBU. Akan tetapi setelah tersertifikasi, ternyata masih terdapat beberapa keluhan terhadap pelayanan dan fasilitas di SPBU. Sebagaimana data berikut :

Keluhan Pelanggan terhadap Pelayanan dan Fasilitas SPBU Wirosari periode Bulan April – Juni 2009

No	Jenis	Keluhan
1	Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Operator kurang menerapkan 3S • Operator memberikan pelayanan dengan ketus
2	Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjaminan kesucian tempat wudlu karena akses jalannya sama dengan menuju kamar mandi. • Toilet kurang bersih disebabkan oleh saluran pembuangan WC yang kurang lancar. • Konsumen yang masuk / keluar area SPBU yang tidak mengikuti marka (tidak diarahkan)

Sumber : Manajemen SPBU Wirosari, 2009, diolah.

Keikutsertaan dalam program Pertamina Way ini, merupakan salah satu strategi yang dilaksanakan oleh pihak manajemen SPBU Wirosari sebagai strategi

membangun pelayanan prima hingga tercapai kepuasan pelanggan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, masih adanya keluhan pelanggan ketika telah diterapkannya Program Pertamina Way di SPBU Wirosari kemudian muncul masalah yaitu **Bagaimana membangun kepuasan pelanggan melalui pelayanan prima.**

Rumusan masalah yang telah diuraikan diatas kemudian mendorong timbulnya **Pertanyaan Penelitian** sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi langsung oleh pelayanan prima?
2. Apakah kepuasan pelanggan yang dicapai melalui pelayanan prima dipengaruhi oleh fasilitas?
3. Apakah kepuasan pelanggan yang dicapai melalui pelayanan prima dipengaruhi oleh pelayanan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis dan menguji pengaruh pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis dan menguji fasilitas dengan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh pelayanan dengan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. **Manfaat Teoritis**
Bagi Akademisi, dapat digunakan sebagai masukan pengembangan ilmu manajemen strategi khususnya berkaitan dengan strategi pelayanan prima. Selain itu penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan masukan atau memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur dan mendorong untuk dilakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi meningkatkan kinerja.
2. **Manfaat Praktis**
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak manajemen pengelola SPBU dalam menerapkan Program Pertamina Way. Selain itu juga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam rangka penambahan fasilitas yang paling dibutuhkan oleh pelanggan.

TELAAH PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Terdapat beberapa definisi mengenai kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Kotler, (2009), secara umum mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Oliver (2007) mendefinisikan kepuasan sebagai tanggapan pelanggan, yaitu penilaian atas fitur-fitur suatu produk atau jasa, bahkan produk atau jasa itu sendiri, yang memberikan tingkat kesenangan dalam mengkonsumsi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk dan layanan SPBU akan berpengaruh kepada pola perilaku selanjutnya. Hal ini dapat ditunjukkan pelanggan sebelumnya, pada saat mengkonsumsi/membeli atau setelah terjadi proses pembelian/mengkonsumsi produk/layanan. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama, dan cenderung akan memberikan referensinya terhadap produk kepada orang lain. Pelanggan yang tidak puas (dissatisfied) dapat melakukan tindakan pengembalian produk, bahkan mengajukan komplain kepada perusahaan. Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan mempunyai konsekuensi berupa komplain atau loyalitas pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tersebut.

Kepuasan atau ketidakpuasan menurut Day (dalam Tse dan Wilton, 1998) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Menurut Engel (1990), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Dari dua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas apabila harapan tentang apa yang akan diterimanya bila mengkonsumsi barang/jasa sesuai dengan kenyataan yang diteimanya.

Dalam teori kepuasan marginal diterangkan bahwa konsumen akan meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk untuk jangka panjang yang lama karena telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama yang telah ia konsumsi. Jadi apabila konsumen merasakan adanya kepuasan dalam mengkonsumsi suatu produk, maka konsumen relatif akan lebih loyal pada produk tersebut.

Sebagai perbandingan, seperti yang dikemukakan oleh Fornell didalam penelitiannya tentang

kepuasan konsumen maka dapat disimpulkan bahwa “cumulative customer satisfaction is an overall evaluation based on the total services, facility and consumption experience with a good aftersales service” (Fornell : 1992) dan Johnson and Fornell (1991). Jadi bagaimanapun pelayanan pada saat terjadi transaksi jasa atau barang serta fasilitas dan pelayanan purna jual sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, bahkan akan selalu menjadi ingatan atau mempengaruhi pengalaman terhadap produk atau jasa tersebut. Semakin baik pelayanan dan fasilitas yang diberikan maka image yang tertanam didalam ingatan konsumen juga tetap baik.

Pelayanan Prima

Didalam perkembangan persaingan di dunia usaha, setiap perusahaan baik produk maupun jasa mulai memperhatikan suatu konsep keunggulan kompetitif. Competitive Advantage tersebut harus dimunculkan oleh setiap perusahaan agar mereka dapat bersaing dan bertahan yang pada akhirnya dapat memperoleh laba yang signifikan dengan usahanya.

Pada perusahaan jasa, keunggulan kompetitif seringkali diupayakan dalam bentuk pelayanan yang terbaik. Seperti sebuah hasil penelitian dimana diungkapkan bahwa pelayanan spesial merupakan faktor kompetitif dan strategi pendukung harus dilaksanakan bagi perusahaan jasa yang menyediakan hubungan dari penjualan (James L., Wahlers, 1994).

Schoeder (1994) menyatakan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan bermutu tinggi yang diberikan pada konsumen, berdasarkan standar kualitas tertentu untuk memenuhi bahkan melebihi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga tercapai kepuasan dan akan menyebabkan kepercayaan konsumen kepada penyedia jasa. Dari uraian tersebut tampak bahwa pelayanan prima ditekankan pada pemenuhan kebutuhan sehingga melebihi harapan konsumen.

Selain itu, Madsen (1993) juga menyatakan bahwa dalam penyampaian pelayanan tidak sekedar kualitas pelayanan yang sesuai dengan standar, namun lebih ditekankan pada pelayanan prima, yaitu pelayanan yang dapat membuat konsumen merasa diperlakukan istimewa yang hanya bisa dicapai dengan memberikan pelayanan melebihi harapan konsumen.

Menurut Abdullah (2001), pelayanan prima merupakan totalitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, dilakukan secara sadar, terpadu (harus dilakukan oleh seluruh pegawai) dan konsisten mutu pelayanan setiap unit harus setinggi-tingginya dengan maksud untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Selain itu, Clark (1998) juga menyatakan bahwa dalam menciptakan pelayanan prima tidak hanya dibutuhkan adanya kemampuan untuk memahami kebutuhan konsumen, namun lebih dari pada itu, pihak perusahaan hendaknya memahami apa yang dibutuhkan konsumen dimasa yang akan datang. Sementara itu Edwards (1991) menyatakan bahwa untuk dapat menciptakan suatu pelayanan yang unggul di perusahaan dapat dibangun dari tiga dimensi, yaitu

adanya kecepatan, ketepatan dan jaminan keamanan. Kecepatan layanan sangat penting karena konsumen selalu ingin dilayani dengan cepat, sehingga konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama dalam melakukan transaksi. Ketepatan layanan merupakan hal yang penting pula karena konsumen mengharapkan kebenaran atas transaksi yang dilakukan sehingga tidak ada kesalahan dari pihak perusahaan dalam melayani. Jaminan keamanan yang diberikan pihak penyedia jasa layanan kepada konsumen juga diharapkan, supaya konsumen merasa aman dalam menempatkan dananya di perusahaan tersebut.

Pendapat diatas juga didukung oleh Biere (1997) menyatakan bahwa selain adanya kecepatan dalam pelayanan transaksi keungan konsumen menginginkan pricasi dan keaman terhadap dirinya. Prinsell (1998), juga menyatakan bahwa pelayanan prima dicapai melalui pemenuhan harapan konsumen yang meliputi ketepatan, kecepatan dan keamanan dalam pelayanannya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa suatu keunggulan dalam pelayanan yang diberikan perusahaan dapat ditunjukkan dengan adanya kecepatan pelayananm ketepatan pelayanan dan jaminan keamanan.

Elvyn G. Massasya (dalam Mulja R, 2001) lewat berbagai survey pelayanan yang secara periodik dilaksanakan, secara mendasar menegaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh seluruh unit baik front maupun back office secara integrated / terpadu sehingga harapan nasabah dapat dipuaskan. Hal itu dilakukan dengan mengacu pada :

- Accurate : setiap pelayanan harus akurat dan tepat serta konsisten didalam penerapannya.
- Fast : pelayanan yang dilakukan harus cepat sesuai dengan standart waktu untuk setiap transaksi.
- Informative : setiap pegawai harus mampu memberikan informasi atas setiap pertanyaan nasabah secara baik, konsisten dan mudah dipahami. Setiap pegawai harus mampu dipercayai dan memahami apa yang diinginkan nasabah.
- Simple : setiap pelayanan harus sederhana dan mudah dimengerti oelkh setiap orang baik slip transaksi maupun langka kerjanya.
- Direct : setiap transaksi harus sedapat munfkin front end (selsai pada satu meja), sehingga nasabah tidak perlu mondar-mandir. Hal ini harus didukung oleh keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan.
- Reasonable price : biaya transaksi dan pengelolaan rekening adalah harga yang wajar dan kompetitif.
- Convenience (menyenangkan) : pelayanan harus menyenangkan dengan selalu tersenyum, ramah dan siap melayani setiap permintaan transaksi nasabah.
- Courtesy (sopan) : setiap melayani harus selalu sopan dan menghormati setiap nasabah.

Pelayanan

Pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Kotler, 2000).

Menurut Hayzer dan Render (2004) pelayanan jasa dapat diukur dengan melihat seberapa jauh efektifitas pelayanan jasa dapat mempertipis kesenjangan antara harapan dengan pelayanan jasa yang diberikan. Parasuraman et al.(1998), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan fungsi harapan pelanggan pada pra-pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Pelayanan didefinisikan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap kehandalan (excellence) dalam service counter yang dilakukan oleh pelanggan.

Dalam penelitian lebih lanjut, Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1990), mengidentifikasi dimensi pelayanan yaitu : kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati(emphaty), dan keterwujudan/bukti fisik(tangible).

Parasuraman dalam penelitian Johnson dan Sirikit (2002) menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas merupakan suatu strategi yang profitabel karena hasilnya dapat mendatangkan pelanggan baru, aktifitas perusahaan dapat lebih berkembang dengan pelanggan yang tetap eksis, mengurangi dampak akan hilangnya pelanggan dan mengurangi kesalahan dalam pelayanan. Sehingga penawaran akan kualitas pelayanan yang superior dapat membantu perusahaan menjadi lebih profitabel dan sangat membantu dalam menjaga pelayanan prima dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya akan mampu memenangkan persaingan sehingga mempunyai pertumbuhan pangsa pasar yang lebih tinggi (Nurmianto dkk, 2002).

Pada program Pertamina Way, Pertamina telah menerapkan standarisasi proses pelayanan pada saat melayani konsumen antara lain 3S (Senyum, Salam, Sapa), memandu Pelanggan ke lokasi pengisian, menunjukkan Angka Nol, ucapan Terima Kasih.

Fasilitas

Disamping pelayanan prima, dalam berbagai perusahaan jasa, fasilitas adalah satu keunggulan kompetitif yang juga ditonjolkan. Karena fasilitas erat hubungannya dengan pelayanan yang maksimal. Pada berbagai hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dukungan fasilitas sangat mempengaruhi suatu proses pelayanan prima. Semakin baik fasilitas pendukungnya, semakin baik pula pelayanan yang diberikan. Perbedaan yang terjadi dalam pelayanan dimungkinkan karena fasilitas yang digunakan dalam proses pelayanan, juga dimungkinkan karena perbedaan tingkat kemampuan pegawai yang berbeda-beda.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang mendukung suatu pelayanan baik produk maupun sumber daya manusia (Kottler P, 1994). Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan intisari, bahwa fasilitas merupakan bagian yang penting dalam suatu perusahaan, terutama perusahaan yang memberikan pelayanan langsung kepada konsumen.

Fasilitas merupakan bagian penting dalam pelayanan, karena ada tiga dimensi persepsi kualitas pelayanan, yaitu : material, fasilitas, karyawan (Sasser et all, 1978). Persepsi pelayanan pada dasarnya terdiri dari kualitas fisik (fasilitas), citra dan reputasi(kualitas perusahaan), interaksi antara pembeli dengan penjual (Lehtinen, 1982). Oleh karena itu harapan pelanggan SPBU akan berpengaruh pada persepsi mereka atas pelayanan dalam hal ini pelayanan prima yang diberikannya. Kinerja pelayanan dapat ditentukan oleh faktor internal distributor, faktor manajemen, fasilitas, SDM, berpotensi terjadinya ketidak berhasilan dalam pencapaian pelayanan (Zaithaml, Parasuraman, Barry, 1990)

Menurut Assauri S (1987), didalam suatu perusahaan, fasilitas akan berpengaruh kepada efisiensi dari perusahaan tersebut, pembentukan laba dan kelangsungan hidup perusahaan. Dengan adanya fasilitas, beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu :

- a. Memperlancar frekuensi pekerjaan agar efisien dan efektif
- b. Memungkinkan ruang gerak yang lebih luasa dalam menyelesaikan suatu pekerjaan
- c. Memberikan kenyamanan dan keamanan bagi yang berkepentingan
- d. Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat-sifat emosional mereka

Dalam program Pertamina Way, fasilitas dan peralatan yang terawat dengan baik merupakan salah satu faktor yang digunakan untuk menilai. Adapun yang dinilai antara lain : Kebersihan lingkungan Dispenser (Pompa), Kebersihan Area Dispenser, tempat parkir yang tersedia untuk istirahat, mushola yang bersih dan terawat, toilet yang bersih serta akses keluar masuk kendaraan ke lokasi SPBU.

Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

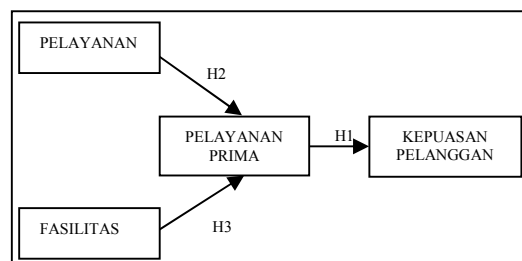
No	Peneliti / Tahun	Topik Penelitian	Keimpulan penelitian
1	Nurmianto, (2002)	Implementasi kualitas pelayanan pada layanan pelanggan	Rekomendasi strategi reformasi bisnis yang mengarah pada prioritas peningkatan/perbaikan kualitas pelayanan
2	Fisher (1991)	Strategi diferensiasi bagi pelayanan	Penerapan strategi diferensiasi pelayanan merupakan

			mekanisme strategi yang bertahan lama untuk mendapatkan pelayanan prima.
3	Woodside et al (1989)	Pengaruh kepuasan konsumen dalam meningkatkan intensi pembelian melalui kualitas layanan prima	Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap intensi pembelian
4	Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1994)	Peran dimensi SERVQUAL dalam meningkatkan kepuasan konsumen	5 <i>Reliability</i> yang paling penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Kemudian diikuti dimensi <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>empathy</i> , dan <i>tangibles</i>
5	Elvyn G. Massasya (1990)	Pengaruh pelayanan prima dan ketersediaan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.	Pelayanan prima dan ketersediaan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Sumber : dari Berbagai Jurnal

Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasar uraian pada telaah pustaka maka kerangka pemikiran teoritis dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : dikembangkan untuk penelitian ini.

Perumusan Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan awal / kesimpulan sementara hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

sebelum dilakukan penelitian dan harus dibuktikan melalui penelitian. Dimana dugaan tersebut diperkuat melalui teori / jurnal yang mendasari dan hasil dari penelitian terdahulu. Dari kerangka pemikiran teoritis diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Pelayanan akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Pelayanan Prima.

H2 : Fasilitas akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Pelayanan Prima.

H3 : Pelayanan Prima akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dimensi Variabel

Proses indikator atau dimensi pada masing-masing variabel pada bagian ini merupakan upaya pembentukan indikator dari sebuah variabel yang telah dipaparkan sebelumnya. Pembentukan indikator variabel perlu dilakukan guna membantu teknis pengukuran dan memberi kemudahan pengamatan dalam pengumpulan data di lapangan.

Pelayanan

Variabel Pelayanan dibentuk oleh enam indikator, yaitu senyum, memandu pelanggan, salam, sapa, menunjukkan angka nol dan ucapan terimakasih. Dimana indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

- X1 : Senyum
- X2 : Memandu Pelanggan
- X3 : Salam
- X4 : Sapa
- X5 : Menunjukkan Angka Nol
- X6 : Ucapan Terima Kasih

Sumber : SOP Pertamina Way

Fasilitas

Variabel fasilitas dibentuk oleh lima indikator meliputi kebersihan area dispenser, tempat parkir, mushola, toilet dan akses keluar masuk kendaraan. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

- X7 : Kebersihan Area Dispenser
- X8 : Tempat Parkir
- X9 : Mushola
- X10 : Toilet
- X11 : Akses Keluar Masuk Kendaraan

Sumber : SOP Pertamina Way, Assauri (1987)

Pelayanan Prima

Variabel pelayanan prima menunjukkan kemampuan mengembangkan teknologi layanan, keunggulan dalam pelayanan dan kemampuan memenuhi harapan pelanggan sebagai indikatornya.

Indikator-indikator yang dikembangkan untuk menjelaskan variabel pelayanan prima adalah sebagai berikut :

- X12 : Kemampuan mengembangkan teknologi layanan
- X13 : Keunggulan dalam pelayanan

X14 : Kemampuan memenuhi harapan pelanggan

Sumber : Edwards (1991)

Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan dibentuk oleh tiga indikator meliputi kepuasan terhadap semuanya, kepuasan terhadap jaminan layanan dan kepuasan terhadap jaminan kualitas. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

- X15 : Kepuasan Terhadap Semuanya
- X16 : Kepuasan Terhadap Jaminan Layanan
- X17 : Kepuasan Terhadap Jaminan Kualitas

Sumber : Survey Pertamina,

METODE PENELITIAN

Pada bab ini, metodologi penelitian akan diuraikan garis – garis besar kegiatannya. Diawali dari penentuan obyek penelitian dan sumber data hingga teknis analisis yang akan digunakan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari pihak yang bersangkutan dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan pelayanan, fasilitas, pelayanan prima dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sumber data untuk penelitian ini adalah pelanggan di SPBU 44.581.05 yang diambil secara acak diambil dalam waktu 2 minggu pada tanggal 6 sampai dengan 19 Juli 2009.

Data sekunder adalah informasi yang ada dan dimiliki oleh pihak lain, peneliti hanya bersifat sebagai pengguna data. Data sekunder dalam penelitian ini berupa informasi data peraturan perusahaan yang ada di SPBU 44.581.05.

Populasi dan Sample

Populasi

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standart tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai kelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper dan Emery, 1998). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan SPBU 44.581.05 dengan jumlah 145 responden, sedangkan data yang digunakan adalah 114 orang dikarenakan adanya kesalahan saat pengisian data.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik relatif sama dan bisa dianggap mewakili populasi, dengan tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995). Pada penelitian ini yang digunakan untuk sampel adalah pelanggan pada SPBU yang diambil secara acak.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel independen (konstruk eksogen) dalam penelitian ini adalah pelayanan, fasilitas dan pelayanan prima sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan.

Metode Pengumpulan Data

Untuk data primer, metode pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner secara personal. Kuisioner dibagikan kepada masing-masing pelanggan SPBU.

Kuisioner digunakan dalam penelitian ini berisi dua bagian utama. Bagian yang pertama adalah profil sosial responden, berisi data responden yang berhubungan dengan identitas responden dan keadaan sosial seperti : usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan jenis kendaraan. Sedangkan pada bagian kedua berisi pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diteliti. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner dibuat dengan menggunakan skala Likert 1-5 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor.

Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas penting untuk menguji distribusi normal, karena distribusi normal membuat garis diagonal yang lurus, variabel bebas dan variabel tak bebas terpisah dari distribusi normal.

Pengujian normalitas dapat dilakukan melalui program *SPSS for Windows* dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Cara lain untuk menguji normalitasnya adalah dengan melihat hasil *output normalitas* menggunakan program AMOS. Data dikategorikan tidak normal apabila skewness atau kurtosis diatas 8 (Rex B. Kline, 2004).

Penyimpangan terhadap asumsi normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *bootstrapping* untuk melakukan *resampling*. Jika hasil estimasi parameternya konsisten dengan hasil estimasi tanpa *bootstrapping*, maka model penelitian tanpa

bootstrapping masih layak untuk digunakan. *Bootstrapping* dapat dilakukan dengan program AMOS.

Analisa Data

Tahapan analisis berjenjang digambarkan dalam path diagram untuk menganalisis logika keterkaitan dan urutan kejadian (event) diantara variabel-variabel penelitian. Tujuan lain dari *path analysis* adalah untuk menentukan variabel mana yang paling berperan sebagai *antecedent* dan mana yang berperan sebagai *consequent* serta untuk menentukan efek langsung dan tidak langsung dari variabel penelitian. Tujuan utama dari penelitian kausalitas adalah untuk menentukan mengidentifikasi hubungan sebab akibat dari suatu relationship berjenjang. Berdasarkan hubungan tersebut akan diperoleh suatu keterkaitan teori dalam domain penelitian orientasi kewirausahaan. Analisis yang digunakan adalah analisis *multigroup sequential equation model*.

Pengujian *goodness of fit* dilakukan sebelum pengujian hipotesis penelitian. Hal ini dilakukan dengan melihat beberapa indeks *goodness of fit*, seperti *absolute goodness of fit*, *incremental goodness of fit* dan *parsimony goodness of fit*. *Absolute goodness of fit* merupakan indeks kelayakan yang paling berperan dalam model kausalitas berjenjang. Dalam pengujian kelayakan *absolute statistic* ini, dilihat besarnya *Chi Square* (χ^2) untuk menentukan kesamaan distribusi matrik *variance-covariance* populasi atau yang diharapkan. Disamping itu, karena penelitian ini menggunakan jumlah kasus penelitian yang termasuk dalam kategori sedang, maka uji kelayakan absolute χ^2 tersebut perlu diikuti dengan indeks pengujian yang lain, seperti *incremental fit index* dan *parsimony fit index*.

Metode survey dilakukan untuk memperoleh data persepsi, perilaku dan sikap responden yang mewakili konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah konsumen di SPBU 44.581.05 Wirosari Grobogan.

ANALISIS DATA

Gambaran Umum Objek Penelitian

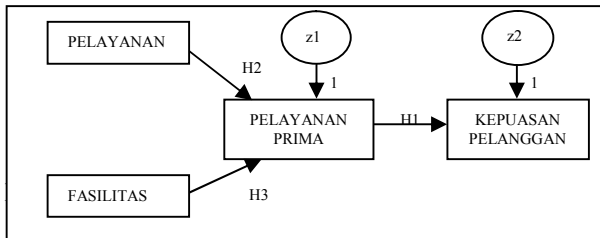
Pada penelitian ini pelanggan SPBU 44.581.05 sebagai responden. Konsumen terdiri dari seluruh pengguna jenis kendaraan, mulai dari sepeda motor, mobil pribadi hingga kendaraan angkutan umum. Dari kuesioner yang disebarkan kepada 145 responden, yang mengisi dan mengembalikan kuesioner serta layak untuk diolah dalam penelitian ini sebanyak 114 responden.

Pengujian Model Penelitian Dengan Path Analysis

Data yang diolah dalam pengujian hipotesis sebanyak 114 data pelanggan. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan multiple indikator yang

diperlakukan sebagai single indikator. Model ini banyak dipakai oleh peneliti-peneliti, antara lain Frone dan Russel (1992), Bacharac et. Al (1991), Farkas dan Tetrick (1989) dalam Sugiarto (2008). Pengujian hipotesis dilakukan dengan *paht analysis*. Berikut adalah model empiris yang akan diuji dalam penelitian ini :

Diagram Alur Penelitian



Penilaian Normalitas Data

Secara univariat, variabel-variabel dalam penelitian ini cukup memenuhi indeks normalitas jika dipandang dari besarnya *skewness* maupun jika dipandang dari *kurtosis*. Beberapa pengarang SEM mengemukakan indeks skewness yang lebih besar dari 3 menunjukkan kemencengan yang ekstrim. Secara multivariat, normalitas memang sukar untuk diteliti. Pedoman kasar dalam menilai normalitas adalah jika indeks kurtosis lebih besar dari 8, maka data yang dipakai dalam penelitian menghadapi masalah normalitas yang serius (Rex B Kline, 2004 dalam Sugiarto, 2008).

Hasil Analisa

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
fasilitas	3,00 0	5,00 0	- 1,178	- 5,133	,844	1,840
pelayanan	2,50 0	4,66 7	-,399	1,741	-1,192	2,598
pel prima	2,75 0	4,00 0	-,197	-,859	-1,912	4,166
kepuasan	2,66 7	4,33 3	-,604	2,632	-1,451	3,162
Multivaria te					8,664	6,676

Sumber : Hasil Analisis (2009)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, terlihat besarnya indeks kurtosis dan skewness lebih kecil atau mendekati angka yang disarankan peneliti sebagai patokan (indeks kurtosis ≤ 8) (Rex B Kline, 2004 dalam Sugiarto,2008).

Pengujian Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cornbach Alpha > 0,6 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali,2006). Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas dari penelitian ini :

Hasil Pengujian Reliabilitas Penelitian

VARIABEL	CRONBACH ALPHA	RELIABEL/TIDAK
Fasilitas	0,933	Ya
Pelayanan	0,957	Ya

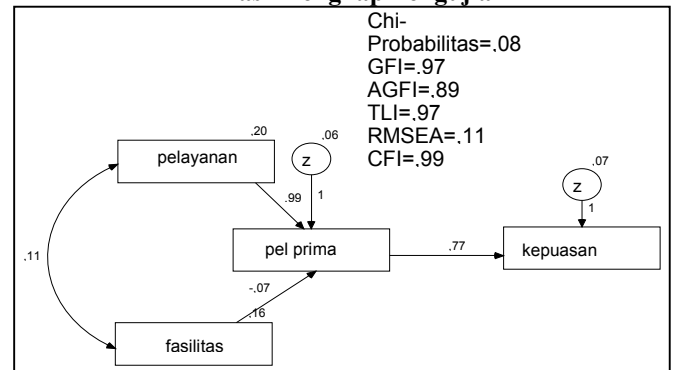
Pelayanan Prima	0,978	Ya
Kepuasan Pelanggan	0,925	Ya

Sumber : Hasil Analisis (2009)

Hasil Analisis Path Diagram

Setelah seluruh variabel dinyatakan lolos uji reliabilitas, maka dilakukan pengujian dengan path diagram. Dalam perhitungan analisis dengan path diagram, untuk bobot masing-masing variabel digunakan metode rata-rata tertimbang. Skor indikator dari tiap-tiap dimensi dan variabel dijumlahkan kemudian dibagi dengan jumlah indikator dari dimensi / variabel tersebut. Berikut adalah hasil lengkap pengujian path diagram :

Hasil Lengkap Pengujian



Berdasarkan gambar 4.2. dapat dilihat bahwa besarnya indeks kelayakan statistik (absolute goodness of fit index) yang terdiri dari Chi Square, Probability, GFI, AGFI, TLI, RMSEA dan CFI berada dalam rentan nilai yang disyaratkan dalam analisis SEM. Untuk lebih jelasnya hasil pengujian kelayakan model dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Hasil Pengujian Kelayakan Model

Goodness of fit index	Cut off value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi Square	< 46,2	5,006	Baik
Significancy Probability	≥ 0,05	0,082	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,115	Marjinal
GFI	≥ 0,90	0,979	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,894	Marjinal
TLI	≥ 0,95	0,973	Baik
CFI	≥ 0,95	0,991	Baik

Sumber : Hasil analisa (2009)

Berdasarkan kriteria kelayakan model yang terdiri dari tujuh alat uji yaitu Chi-Square, Probability, RMSEA, GFI, AGFI, CFI dan Tucker-Lewis Indeks menunjukkan bahwa dari tujuh alat uji, lima menunjukkan pada posisi baik dan dua ada pada posisi marjinal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini sudah cukup layak untuk menguji hipotesis.

Pengujian Hipotesis

Setelah uji kelayakan model maka langkah berikutnya adalah melakukan uji hipotesis dan hasil ujinya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Hasil Uji Hipotesis

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
keunggulan	<--- pelayanan	,986	,067	14,736	***	par_2
pel prima	<--- fasilitas	-,067	,075	-,898	,369	par_3
kepuasan	<--- pel prima	,773	,051	15,298	***	par_4

Pengujian Hipotesis 1

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai CR sebesar 15,298 dengan probabilitas kurang dari 0,001. Nilai tersebut memenuhi persyaratan penerimaan hipotesis 1 yaitu nilai CR lebih besar dari 1,96 dan probabilitasnya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa hipotesis 1 diterima.

Pengujian Hipotesis 2

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh pelayanan terhadap pelayanan prima menunjukkan nilai CR sebesar 14,736 dengan probabilitas kurang dari 0,001. Nilai tersebut memenuhi persyaratan penerimaan hipotesis 2 yaitu nilai CR lebih besar dari 1,96 dan probabilitasnya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap pelayanan prima. Hal ini berarti bahwa hipotesis 2 diterima.

Pengujian Hipotesis 3

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh fasilitas terhadap pelayanan prima menunjukkan nilai CR sebesar -0,898 dengan probabilitas kurang dari 0,369. Nilai tersebut tidak memenuhi persyaratan penerimaan hipotesis 3 yaitu nilai CR kurang dari 1,96 dan probabilitasnya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap pelayanan prima. Hal ini berarti bahwa hipotesis 3 ditolak.

KESIMPULAN

Kesimpulan Atas Masalah Penelitian

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui pelayanan prima. Sedangkan fasilitas kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui pelayanan prima. Hasil tersebut telah menjawab agenda penelitian yang akan dicapai. Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh manajemen SPBU Wirosari dalam rangka membangun kepuasan pelanggan dengan meningkatkan pelayanan dan fasilitas melalui pelayanan prima.

Analisis Good of Fit Index

Berdasarkan tabel berikut dapat dilihat bahwa besarnya indeks kelayakan statistic (absolute goodness of fit

index) yang terdiri dari Chi-Square, Probability, GFI, AGFI, TLI, RMSEA dan CFI berada dalam rentang nilai yang disyaratkan dalam analisis SEM.

Kesimpulan Atas pengujian Setiap Hipotesis

Kesimpulan Hipotesis 1

Hipotesis 1 : “Pelayanan Prima akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Hasil pengujian terhadap hipotesis 1 seperti yang telah dilakukan pada Bab IV menunjukkan bahwa pelayanan prima sebagai variabel bebas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil analisis yang menunjukkan nilai diatas 1,96 untuk CR dan dibawah 0,05 untuk P.

Kesimpulan Hipotesis 2

Hipotesis 2 : “Pelayanan akan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Pelayanan Prima”.

Hasil pengujian terhadap hipotesis 2 seperti yang telah dilakukan pada Bab IV menunjukkan bahwa pelayanan sebagai variabel bebas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pelayanan prima sebagai variabel terikat. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil analisis yang menunjukkan nilai diatas 1,96 untuk CR dan dibawah 0,05 untuk P. Hal ini juga menguatkan penelitian oleh Nurmianto (2002) dan Fisher (1991)

Kesimpulan Hipotesis 3

Hipotesis 3 : “Fasilitas akan berpengaruh negatif terhadap Pelayanan Prima”.

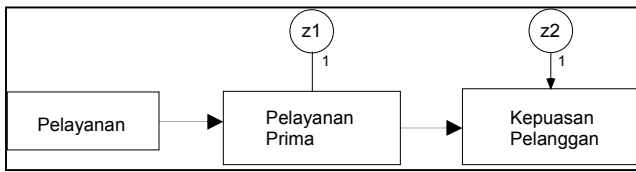
Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 seperti yang telah dilakukan pada Bab IV menunjukkan bahwa fasilitas sebagai variabel bebas memiliki pengaruh negatif / kurang berpengaruh terhadap pelayanan prima sebagai variabel terikat. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil analisis yang menunjukkan nilai dibawah 1,96 untuk CR dan diatas 0,05 untuk P. Hal ini disebabkan karena pelanggan tidak pernah memperhatikan masalah penyediaan fasilitas yang ada di spbu karena mereka lebih mementingkan kepada proses pengisian yang cepat dan takaran. Hal ini terbukti dari tempat yang disediakan untuk menyampaikan keluhan pelanggan tidak pernah isi.

Selama ini yang sering berkunjung ke spbu sepeda motor dan mobil kecil (bukan kendaraan besar. Misal : truk, bus, dll). Sehingga sarana fasilitas tempat parkir tidak mendapatkan perhatian dari responden.

Kesimpulan atas Masalah Penelitian

Membangun Pelayanan melalui Pelayanan Prima guna meningkatkan Kepuasan Pelanggan

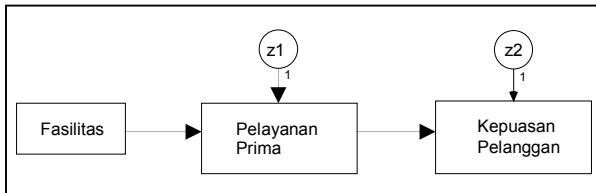
Kesimpulan 1



Pelaksanaan prosedur pelayanan yang sesuai dengan Program Pertamina Way pada SPBU terbukti telah meningkatkan pelayanan prima. Dimana pelanggan merasa lebih puas terhadap SPBU dengan pelayanan yang baik.

Membangun Fasilitas melalui Pelayanan Prima guna meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Kesimpulan 2



Pada penelitian ini, SPBU dengan fasilitas yang sesuai standar Program Pertamina Way ternyata tidak mempengaruhi pelayanan prima. Sehingga tingkat kepuasan pelanggan tidak dapat dicapai melalui fasilitas. Hal ini terbukti dari tempat yang disediakan untuk menyampaikan keluhan pelanggan tidak pernah isi, artinya mereka tidak pernah memperhatikan masalah penyediaan fasilitas yang ada di spbu karena mereka lebih mementingkan kepada proses pengisian yang cepat dan takaran.

Selama ini yang sering berkunjung ke spbu sepeda motor dan mobil kecil (bukan kendaraan besar. Misal : truk,bus,dll). Sehingga sarana fasilitas tempat parkir tidak mendapatkan perhatian dari responden.

Implikasi Teoritis

Berdasarkan model penelitian teoritis dalam penelitian ini dan telah di uji kesesuaian model-nya melalui alat analisis *Struktural Equation Model* , maka hasil penelitian ini dapat memperkuat konsep teoritis tentang pengaruh pelayanan terhadap pelayanan prima dan kepuasan pelanggan . Sedangkan fasilitas ternyata belum tentu mempengaruhi pelayanan prima dan kepuasan pelanggan.

Implikasi Teoritis

No	Temuan	Implikasi Teoritis dan Temuan Penelitian
1	Pelayanan berpengaruh positif terhadap pelayanan prima	Hal ini memperkuat penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurmianto (2002) dan Fisher (1991),

		bahwa Pelayanan berpengaruh positif terhadap pelayanan prima
2	Pelayanan prima berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	Hal ini menguatkan penelitian yang telah dilakukan oleh Elvyn G. Massasya (1990), bahwa Pelayanan Prima berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3	Fasilitas berpengaruh negatif terhadap pelayanan prima	Hal ini lebih dikarenakan responden belum begitu merasakan manfaat dari beberapa fasilitas SPBU yang ditanyakan dalam penelitian ini dikarenakan kebanyakan dari responden adalah pembeli dengan kendaraan sepeda motor dan mobil pribadi. Sehingga fasilitas parkir yang tersedia belum begitu dirasakan manfaatnya.

Implikasi Manajerial

Hasil penelitian di atas, kemudian dapat dikembangkan menjadi sebuah strategi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada SPBU 44.581.05 di Grobogan. Pihak manajemen hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti pelayanan dan pelayanan prima.

Secara ringkas implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh SPBU 44.581.05 di Grobogan dalam upayanya untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Skenario satu, dimana pelayanan berpengaruh positif terhadap pelayanan prima hingga terwujudnya kepuasan pelanggan maka manajemen SPBU perlu lebih menjaga dan meningkatkan konsistensi dalam hal penerapan SOP Pelayanan yang ada pada program Pertamina Way. **Skenario dua**, dimana fasilitas ternyata kurang berpengaruh terhadap pelayanan prima guna terwujudnya kepuasan pelanggan hal ini disebabkan dari responden yang sekaligus merupakan konsumen SPBU Wirosari kebanyakan sepeda motor dan mobil pribadi. Sehingga fasilitas yang ada kurang dirasakan maksimal oleh konsumen. Maka manajemen SPBU perlu mencermati kedepan terhadap fasilitas yang perlu ditambahkan harus lebih sesuai dengan keinginan konsumen.

Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi :

1. Adanya dua dari tujuh alat uji kriteria kelayakan model pada posisi marjinal yang menjadi salah satu keterbatasan dalam model penelitian kali ini.
2. Kesadaran responden akan pentingnya menjawab kuesioner masih kurang, hal ini ditunjukkan masih terdapatnya pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang kosong atau tidak dijawab.
3. Penelitian ini dilakukan di SPBU 44.581.05 di Grobogan yang telah melaksanakan Program Pertamina Way dan bersertifikasi Pasti Pas! Dengan demikian hasil penelitian ini tak dapat digunakan untuk seluruh SPBU.

Agenda Penelitian Mendatang

Untuk mengatasi keterbatasan dalam penelitian ini maka pada penelitian mendatang agar :

1. Peneliti menjelaskan terlebih dahulu mengenai latar belakang diadakannya penelitian tersebut serta menguraikan pentingnya / manfaat hasil survei bagi SPBU.
2. Peneliti perlu memperluas jumlah populasi penelitian dan menambah variabel lain yang bersifat lebih operasional.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, 2001, **Service Excellence : Pelatihan Dasar-dasar Perbankan**, Bank DKI, Jakarta.
- Assauri, Sofya (1987), **Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga)**. Liberty, Yogyakarta.
- Biere, Ann, 1997, The Command Denominator of Commitment, **Bank Marketing**, Vol : 25, Iss :5 , May.
- Clark, M., 1998, Service Excellence Company of The Year Winner Financial Services Category First Direct, **Management Today**.
- Day, George. S and Robin, Wensley, 1988, "Assesing Advantage : A Framework for Diagnosing Competitive Superiority", **Journal of Marketing**, Vol. 52, April.
- Edwards, Sandra L., 1991, Winning With Service, **Mortgage Banking**, Vol : 52, Iss : 2, November.
- Ferdinand, Augusty, 200, **Manajemen Pemasaran : sebuah Pendekatan Strategik**, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Fisher, Robert J. 1991. "Durable Differentiation Strategies For Services". **The Journal of Services Marketing Vol. 5 No.1**. pp.19-28.
- Hayzer, J and Render, B, 2004, **Operation Management, 7th edition**, Prentice Hall International, Inc, New Jersey.
- Johnson, William C dan Anuchit Sirikit. 2002. "Serve Quality in the Thai Telecommunication Industry : A Tool for Achieving a Sustainable Competitive Advantage". **Management Decision Vol. 40 No.7**. pp. 693-701.
- Kotler,P dan Keller,KL (2009), **Manajemen Pemasaran Jilid 1**, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Madsen, Gregory E., 1993, Service Excellence : A Step beyond quality, **Bank Marketing**, Vol : 25, Iss : 10, Oct.
- Menon, Ajay, Bernard J. Jaworski, and Ajay K. Kohli, 1997, "Product Quality: Impact of Interdepartmental Interactions", **Journal of the Academy of Marketing Science** 25 (3) : 187 – 200
- Novel, 2006, **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pembeli Dan Loyalitas Pembeli Dalam Meningkatkan Minat Membeli Ulang**, Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan).
- Nurmianto, Eko. Hari Supriyanto dan Kris Yulianto. 2000. "Organisational Design For Changing Business Environmental : Implementasi Servqual pada Kualitas Layanan Pelanggan". **Jurnal Bisnis Strategi Vol. 5/Tahun III**. pp. 12-22.
- Prinsell, 1998, Service Excellence Awards Winner Consumers Service Category Pizza Hut (UK), **Management Today**.
- Sasser, W. Earl, Jr., R. Paul Olsen, and D. Daryl Wyckoff (1978), **Management of Service Operations: Text and Cases**. Boston: Allyn & Bacon
- Schoeder, P., 1994, **Improving Quality dan Performance : Concept, Programes and Techniques**, Mosby-year book. Inc. Misoury.
- Sugiarto PH. J (2008), **Peran Orientasi Kewiraswastaan Dalam Mengatasi Konflik Fungsional Untuk Mendciptakan Strategi Yang Berorientasi Pada Kinerja Bisnis UKM**, Disertasi Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan)
- Suhari, 2007, **Pengaruh Penerapan Pertamina Way Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas**, Thesis Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan).
- Tse, David K. And Eilton, Peter C., 1998, Models of Customer Service Formation : An Extension, **Journal of Marketing Research**, Vol. 25, May.
- Woodside, Arch G., Lisa L. Frey, and Robert Timothy (1989), "Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and behavioral Intention," **Journal of Health Care Marketing**, 9 (December), 5-17.