

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SPBU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KABUPATEN BURU***(The Effect of Quality of SPBU Service to Customer Satisfaction in Buru Regency)***Hamdani Kubangun & Muhamad Kalidupa**
Universitas Iqra Buru**Jl. Prof. Dr. Abdurrahman Basalamah, Namlea, Maluku**
hamdanikubangun@gmail.com

(Diterima: 03 Agustus; Direvisi 04 Agustus; Disetujui: Agustus 2020)

Abstract

In Indonesia, one of the companies that produces and supplies fuel is PT Pertamina (Persero). Pertamina continues to develop new service standards to ensure consumers get the best service. SPBU (Public Fuel Filling Station) is a private party working together as a means to distribute products produced by Pertamina. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at local gas stations and to determine the most dominant factor influencing customer satisfaction at local gas stations, using 68 respondents of this study using linear regression methods and t test. Linear regression with equation $Y = 3.263 + 0.192X$. Based on the results of calculations from the statistical t test between service quality variables on customer satisfaction, obtained t value of 1.787 and t table value of 2.00 This means $t_{arithmetik} < t_{table}$ ($1,787 < 2,00$), meaning that there is no influence on service quality to customer satisfaction, which means that H_0 is accepted and H_a is rejected. so, in this case it can be concluded that there is an influence of service quality on customer satisfaction with a significance value of $0.078 > 0.05$, then H_0 is accepted and H_a is rejected, it means there is no influence of Variable X (quality of service) on customer satisfaction (variable Y) so, in this case it can be concluded that there is no significant effect of service quality on consumer satisfaction at the Lala gas station.

Keywords: *Quality, Service, Satisfaction, Gas Station*

Abstrak

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang memproduksi serta menyediakan bahan bakar adalah PT Pertamina (Persero). Pertamina terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerja sama sebagai sarana untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan oleh Pertamina. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU lala dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada SPBU lala, dengan menggunakan 68 responden penelitian ini menggunakan metode regresi linier dan uji t. Regresi linier dengan persamaan $Y = 3.263 + 0.192X$. Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t statistik antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,787 dan nilai t tabel 2,00 Ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.787 < 2,00$), artinya bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. jadi, dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0.078 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak itu berarti tidak ada pengaruh Variabel X (kualitas layanan) terhadap kepuasan pelanggan (variable Y) jadi, dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Lala

Kata-kata kunci: *Kualitas, Pelayanan, Kepuasan, SPBU*

PENDAHULUAN

Dinamika persaingan yang semakin kompetitif ini disikapi oleh Pertamina, dengan melakukan transformasi melalui langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kinerja dan infrastruktur di sektor hilir (pengolahan, pemasaran dan niaga). Pertamina juga meluncurkan program Pertamina Way, yang dirancang untuk melayani pengisian BBM secara cepat, ramah dan nyaman.

Adapun program lainnya disebut Pasti Pas, sertifikat quality & assurance dari lembaga audit independen, yang diberikan SPBU yang memiliki kinerja memuaskan. Transformasi Pertamina khususnya di fungsi Retail Outlet SPBU yang sedang dijalankan melalui Pertamina Way berpedoman pada 4C, yakni: bersih (clean), percaya diri (confident), fokus pada pelanggan (customer focus), dan berdaya saing (competitiveness).

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang memproduksi serta menyediakan bahan bakar adalah PT Pertamina (Persero). Pertamina terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerja sama sebagai sarana untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan oleh Pertamina.

Terkait dengan kualitas layanan, hingga saat ini SPBU lala belum pernah melakukan studi komprehensif yang dapat mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan SPBU lala. Program Pasti Pas, keluhan pelanggan di SPBU lala adalah terkait dengan: pelayanan, kebersihan dan kelengkapan fasilitas, serta ketertiban di area pelayanan SPBU.

Untuk mengetahui sejauh mana kinerja SPBU lala dapat memuaskan pelanggan, serta atribut-atribut apa saja yang menjadi pertimbangan dan dianggap penting oleh para pelanggan terkait layanan SPBU lala perlu dilakukan suatu studi yang

lebih komprehensif dan ilmiah. Temuan studi tersebut diharapkan dapat menambah wawasan manajemen dalam memahami dan memetakan atribut-atribut layanan yang dianggap penting oleh pelanggan dan dapat ditingkatkan oleh manajemen untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Sehingga SPBU dapat menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang lewat di jalur tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis masalah yang diteliti, teknik dan alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan analisa data kuantitatif yang pada umumnya bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti sesuai dengan kenyataan yang ada.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SPBU Lala. Pemilihan lokasi untuk penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive). Penelitian ini dilaksanakan setelah proposal judul.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Data primer tersebut meliputi pengisian kuesioner hasil dari wawancara dengan pelanggan, serta observasi (pengamatan) yang dilakukan terhadap aktivitas pelanggan dan kegiatan operasional SPBU. Kuesioner untuk hasil penelitian dengan pelanggan Data sekunder diperoleh melalui studi literatur, baik yang diperoleh dari data dan dokumen, studi pustaka, internet, dan berbagai sumber lainnya.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer, sedangkan untuk mendapatkan data sekunder berasal dari studi pustaka. Metode pemilihan sampel yang digunakan yaitu metode nonprobability sampling dengan menggunakan teknik convenience sampling. Responden tersebut adalah pelanggan yang bersedia menjadi responden.

Jenis sampling dalam penelitian ini adalah convenience sampling yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen/responden. Sampel terdiri dari orang-orang yang tersedia dan mudah bagi peneliti untuk memulai wawancara. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus berikut

$$n = \frac{Z^2}{4e}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = nilai Z pada derajat kepercayaan, sehingga dalam kepercayaan 90% maka nilai Z = 1,64 (tingkat signifikansi 10%)

e = persentasi kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang masih bisa ditolelir 10 %

Sehingga diperoleh jumlah sample = 68 responden. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah cukup memadai bagi kebanyakan penelitian (Ferdinand, 2011, p.216).

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana, maka dilakukan cara-cara sebagai berikut :

1. Skor jawaban responden dari dua variabel akan diukur hubungannya kemudian dilanjutkan dengan uji regresi sederhana.

Rumus: $Y = a + bX$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

X = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

2. Uji t digunakan untuk mengetahui nilai signifikansi antara 2 variabel yang diteliti.

Dengan hipotesa uji :

$H_0 : b = 0$ Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jika t hitung < t tabel, maka tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

$H_a : b \neq 0$ Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jika t hitung > t tabel, maka ada pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 di terima

$t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a di tolak, dan itu berarti atau nilai p-value > 0,05. Jadi H_0 diterima. dan H_a ditolak.

PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini pembeli SPBU Lala sejumlah 68 konsumen. 68 konsumen yang berpartisipasi dalam penelitian ini selanjutnya dapat diperinci berdasarkan usia, jenis kelamin, asal dan pendidikan terakhir. Keempat aspek demografi tersebut mempunyai peran penting dalam meningkatkan minat beli ulang pelanggan SPBU Lala.

Responden yang di minta untuk berpartisipasi dalam penelitian ini adalah siapa saja yang mengisi bahan bakar pada SPBU lala yang dianggap dapat memberikan data yang representif (mewakili) mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Karakteristik responden yang diteliti disini adalah meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, penghasilan rata-rata per bulan yang menjadi sample

1. Responden Menurut Jenis Kelamin

karakteristik konsumen menurut jenis kelamin di ketahui 56 responden adalah laki-laki (82.4%) dan 12 responden adalah perempuan (17%). Dari data diatas disimpulkan bahwa mayoritas konsumen adalah laki-laki. Karena mayoritas pengguna kendaraan bermotor yang datang adalah laki-laki dan biasanya wanita hanya menjadi penumpang.

2. Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan yang mengisi BBM di SPBU adalah student (mahasiswa/siswa) itu 22 dengan presentasi 32.4%, pegawai 8 dengan presentasi 11.8%, pegawai swasta 8 dengan presentasi 11.8% dan wiraswata paling besar membutuhkan mencapai 30 orang dengan presentasi 44.1% , karena diantara mereka adalah tukang ojek.

3. Responden berdasarkan kunjungan

Jika dilihat tabel 1 lebih banyak konsumen mengisi BBM di SPBU lala mencapai 62 dengan presentasi 91.2%, sisanya satu kali dan dua kali masing-masing 3 dengan presentasi 4.4.%.

Tabel 1. Berkunjung

Berkunjung				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid satu kali	3	4.4	4.4	4.4
dua kali	3	4.4	4.4	8.8
lebih dari dua kali	62	91.2	91.2	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : data diolah

A. Analisis Kualitas Pelayanan

Analisa kualitas dengan 4 pendekatan yang terdiri dari :

1. Kehandalan

a) Untuk pertanyaan pertama responden yang menjawab sangat setuju 28 dengan presentae 41.2 % , setuju 30

dengan presentase 44.1 % dan kurang setuju 10 prsentase 14.7%.

b) Untuk pertanyaan kedua responden yang menjawab sangat setuju36 dengan presentae 52.9 % , setuju 28 dengan presentase 41.2 % dan kurang setuju 4 prsentase 5.9%

c) Untuk pertanyaan ketiga responden yang menjawab sangat setuju 32 dengan presentae 47.2 % , setuju 30 dengan presentase 44.1 % dan kurang setuju 6 prsentase 8.8%

d) Untuk pertanyaan keempat responden yang menjawab sangat setuju 31 dengan presentae 45.6 % , setuju 34 dengan presentase 50 % dan kurang setuju 3 prsentase 4.4%

2. Daya tangga

a) Untuk pertanyaan pertama responden yang menjawab sangat setuju 29 dengan presentae 42.6 % , setuju 31 dengan presentase 45.6 % dan kurang setuju 8 prsentase 11.8%.

b) Untuk pertanyaan kedua responden yang menjawab sangat setuju 30 dengan presentae 44.1 % , setuju 33 dengan presentase 48.5 % dan kurang setuju 5 prsentase 7.4%

c) Untuk pertanyaan ketiga responden yang menjawab sangat setuju 21 dengan presentae 30.9 % , setuju 44 dengan presentase 64.7 % dan kurang setuju 3 prsentase 44.4%

d) Untuk pertanyaan keempat responden yang menjawab sangat setuju 22 dengan presentae 32.4 % , setuju 39 dengan presentase 57.4 % dan kurang setuju 7 prsentase 10.3%

3. Jaminan

a) Untuk pertanyaan pertama responden yang menjawab sangat setuju 21 dengan presentae 30.9 % , setuju 35 dengan presentase 51.3 % dan kurang setuju 12 prsentase 17.6%.

b) Untuk pertanyaan kedua responden yang menjawab sangat setuju 24

dengan presentae 35.3 % , setuju 36 dengan presentase 52.9 % dan kurang setuju 8 prsentase 11.8%

c) Untuk pertanyaan ketiga responden yang menjawab sangat setuju 23 dengan presentae 33.8 % , setuju 38dengan presentase 45.6 % dan kurang setuju 7 prsentase 10.3%

d) Untuk pertanyaan keempat responden yang menjawab sangat setuju 10 dengan presentae 29.4 % , setuju 31 dengan presentase 45.6 % dan kurang setuju 17 prsentase 25%

4. Perhatian

a) Untuk pertanyaan pertama responden yang menjawab sangat setuju 28 dengan presentae 41.2 % , setuju 33 dengan presentase 48.3 % dan kurang setuju 7 prsentase 10.3%.

b) Untuk pertanyaan kedua responden yang menjawab sangat setuju 29 dengan presentae 42.6 % , setuju 33 dengan presentase 48.5 % dan kurang setuju 6 prsentase 8.8%

c) Untuk pertanyaan ketiga responden yang menjawab sangat setuju 25 dengan presentae 42.6 % , setuju 34 dengan presentase 50 % dan kurang setuju 9 prsentase 13.2%

d) Untuk pertanyaan keempat responden yang menjawab sangat setuju 24 dengan presentae 35.3 % , setuju 36 dengan presentase 52.9 % dan kurang setuju 8 prsentase 11.8%

5. Bukti pisik

a) Untuk pertanyaan pertama responden yang menjawab sangat setuju 24 dengan presentae 35.3 % , setuju 36 dengan presentase 52.9 % dan kurang setuju 8 prsentase 11.8%.

b) Untuk pertanyaan kedua responden yang menjawab sangat setuju 22 dengan presentae 32.4 % , setuju 38dengan presentase 55.9 % dan kurang setuju 8 prsentase 11.8%

c) Untuk pertanyaan ketiga responden yang menjawab sangat setuju 24 dengan presentae 35.3 % , setuju 37 dengan presentase 54.4 % dan kurang setuju 7 prsentase 10.3%

d) Untuk pertanyaan keempat responden yang menjawab sangat setuju 25 dengan presentae 35.3 % , setuju 36.8 dengan presentase 57.4 % dan kurang setuju 4 prsentase 5.9%

Analisis Kepuasan Konsumen

1. Tanggapan responden terhadap kepuasan pelayanan jasa yang diberikan SPBU Lala dan akan menggunakannya kembali

Tanggapan responden terhadap kepuasan pelayanan jasa yang diberikan SPBU Lala dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2

Saya merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan SPBU Lala dan akan menggunakannya kembali

Kepuasan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	8	11.8	11.8	11.8
	Setuju	47	69.1	69.1	80.9
	Sangat Setuju	13	19.1	19.1	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Hasil kuesener diolah

Analisis Hasil Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsemen

Analisa data hasil kuesioner tersebut dengan program SPSS 22 (Statistical Program for Social Science) dengan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut :

1. Data variabel yang masuk dan keluar dalam model (Variabel Entered/Removed dari hasil pengolahan dengan SPSS menampilkan):

Tabel 3 Out put variable Masuk

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan_Konsumen ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kualitas_Layanan

b. All requested variables entered.

Sumber : Hasil Kuesener (diolah)

Tabel tersebut menunjukkan tidak ada variable yang dikeluarkan atau dengan kata lain kedua variabel bebas dimasukkan ke dalam perhitungan regresi.

2. Data Summary

Pada model summary terdapat angka R adalah 0,215 yang merupakan nilai dari korelasi antara variabel Y dengan variabel X. Angka R Square adalah 0.46 (adalah pengkuadratan dari koefisien atau $0,215 \times 0,215 = 0,46$). R Square bisa disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 46 % kepuasan konsumen (Dependent Variabel) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Independent Variabel). Sedangkan sisanya ($100\% - 46\% = 54\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. R Square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R Square, semakin lemah hubungan kedua variabel. Dengan nilai adjusted R Square sebesar 0,32 dan Standard Error of the Estimate sebesar 0.507 terlihat pada tabel 4.

Tabel 4. Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.215 ^a	.046	.032	.46428	.046	3.195	1	66	.078

a. Predictors: (Constant), Kualitas

Data Koefisien

Analisis regresi pada tabel Coefficients menggambarkan persamaan regresi yaitu : $Y = 3.263 + 0.192X$
Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

X = Kualitas Pelayanan

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 1.787 dan angka ini dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,00 yang diperoleh berdasarkan tingkat kepercayaan sebesar 95% dengan nilai $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dan (signifikansi = 0,025) jadi diperoleh t tabel (0,025 = 66 = 2,00) dengan demikian nilai t hitung $1.787 < t$ tabel 2,00 atau t hitung $< t$ tabel sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.263	.473		6.892	.000
	Kualitas	.192	.108	.215	1.787	.078

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Hasil Kuesener diolah

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t statistik antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,787 dan nilai t tabel 2,00 Ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.787 < 2,00$), artinya bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. jadi, dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0.078 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak itu berarti tidak ada pengaruh Variabel X (kualitas layanan) terhadapkepuasan pelanggan (variable Y) Sehingga hipotesanya ditulis menjadi :
 $H_0 : \beta = 0$, artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen .
 $H_a : \beta \neq 0$, artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen .

Karena t_{hitung} memiliki nilai $<$ dari t_{tabel} ($1.787 < 2,00$) dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen,

karena kosumen sangat membutuhkan BBM setiap hari walaupun kualitas pelayanan tiledak memuaskan, yang penting kebutuhan dalam mengisi BBM terpenuhi dan juga SPBU yang ada di Namlea hanya 2 SPBU.

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t statistik antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai t hitung sebesar 1.787 dan nilai t tabel 2,00 Ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.787 > 2,00$), artinya bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. jadi, dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap responden dengan penyebaran kuesioner dan mengumpulkan data-data tertulis dari berbagai aspek sumber dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji t statistik antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai t hitung sebesar 1.787 dan nilai t tabel 2,00 Ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.787 < 2,00$), artinya bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. jadi, dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Lala.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis mencoba memberikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perkembangan perusahaan yaitu SPBU Lala tetapkan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, walaupun

konsumen tidak berpengaruh terhadap kualita pelayanan

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Sudarman, Sjaid S. Fais Assagaf, Irmawati Mukadar. (2020). EVALUASI DAN PERKEMBANGAN KEBUTUHAN AIR BERSIH DI KECAMATAN LILIALY-KABUPATEN BURU: Evaluation and Development of Clean Water Needs in Lilialy-Buru Regency. *Uniqbu Journal of Exact Sciences*, 1(1), 46-54. Retrieved from <http://ejournal-uniqbu.ac.id/index.php/ujes/article/view/16>
- Edvardsson, Thommason Bertie & Ovretveit John, (1994), Quality of Service: Making It Really Work, Cambridge: Mc. Graw-Hill International (UK) limited.
- Erwin Syaiful Wagola, Eddy Agus Muharyanto & Muhammad Tharik Kemal. (2020). ANALISIS KUAT TEKAN BETON SELF COMPACTING CONCRETE (SCC) YANG MENGGUNAKAN LIMBAH PECAHAN BETON SEBAGAI AGREGAT KASAR: Analysis of Strong Press Concrete (SCC) Using Concrete Solid Waste as a Cough Aggregate. *Uniqbu Journal of Exact Sciences*, 1(1), 22-31. Retrieved from <http://ejournal-uniqbu.ac.id/index.php/ujes/article/view/13>
- Ferdinand, Augusty Prof., 2011, Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen, Semarang: BP Undip.
- Gasperz, V. (1997), Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Gronroos, Chri.

- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid Satu. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pengendalian prentice hal, edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba empat.
- Kotler, Philip, & Kevin Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip, & Kevin Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Marketing Management. Edisi 13. Terjemahan oleh Bob Sabran. 2009. Dengan judul Manajemen Pemasaran Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Alih Bahasa: A.B.Susanto. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta. 2002. Marketing
- Lovelock, Christopher. H, Lauren K. Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. PT Indeks. Jakarta.
- Umar, Husein. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mentari Rasyid, Risman Galela. (2020). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN LISTRIK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PT PLN (Persero) UNIT LAYANAN PENGADAAN (ULP) NAMLEA: Analysis of Electrical Quality Service Satisfaction of PT PLSN (Persero) Namlea. *Uniqbu Journal of Exact Sciences*, 1(1), 32-40. Retrieved from <http://ejournal-uniqbu.ac.id/index.php/ujes/article/view/14>
- Tjiptono, 2002, Manajemen Jasa, Yogyakarta : Penerbit Andi 2002, prinsipprinsip total Quality Service. Yogyakarta : Penerbit Andy
- Tjiptono, Fandi, Manajemen Jasa, 1996, Andi Offset, Yogyakarta.
- www. Pertamina. Com
- Yazid. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Cetakan Pertama, Ekononisia, Yogyakarta