

Pengaruh Tingkat Pelayanan di SPBU Manggelewa terhadap Kepuasan Konsumen

Beni Irawan¹, Mulyati², Fahrul Mauzu³

^{1,2,3} Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Sep 21, 2026

Revised Oct 03, 2026

Accepted Oct 17, 2026

Keywords:

Service Level
Customer Satisfaction
Gas Station
PLS-SEM

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service level on customer satisfaction at the Manggelewa Gas Station. This research used a quantitative approach with a survey method involving 100 consumers selected through accidental sampling. Data were collected using a questionnaire with a 1–5 Likert scale and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results showed that all indicators of service level and customer satisfaction met the validity and reliability criteria. Hypothesis testing showed that service level had a positive and significant effect on customer satisfaction, with an original sample value of 0.555, a T-statistics value of 8.429, and a P-value of 0.000. The R-square value of 0.308 indicates that service level explains 30.8% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 69.2% is explained by other factors outside the research model. These findings indicate that better service at the Manggelewa Gas Station is associated with higher levels of customer satisfaction.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Beni Irawan,
Prodi Manajemen,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis,
Jl. Syech Muhammad Lingkar Utara Sawete Bali I Dompu, Nusa Tenggara Barat, Indonesia.
Email: benicmc319@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) merupakan salah satu sektor jasa yang berperan dalam memenuhi kebutuhan bahan bakar masyarakat. Meningkatnya aktivitas dan mobilitas masyarakat menjadikan pelayanan SPBU tidak hanya dituntut untuk menyediakan bahan bakar, tetapi juga memberikan pelayanan yang cepat, tepat, aman, nyaman, dan responsif (Lestari & Hutasuht, 2021). Dalam sektor jasa, pelayanan menjadi bagian penting karena konsumen tidak hanya menilai hasil yang diterima, tetapi juga proses pelayanan yang mereka alami. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi salah satu faktor dalam membentuk kepuasan konsumen (Solihin & Kurniawan, 2024). Gumelar et al. (2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen SPBU. Roren et al. (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan Misel et al. (2025) yang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU. Selain itu, Purba et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SPBU di Kota Medan.

Kepuasan konsumen menjadi penting karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen pada dasarnya membandingkan harapan yang dimiliki dengan kinerja atau pelayanan yang diterima untuk

menentukan tingkat kepuasan terhadap suatu layanan (Eleonora et al., 2024). Penelitian Sulistyorini & Gunaningrat (2025) melalui meta-analisis terhadap 150 penelitian dengan 58.597 responden menunjukkan adanya hubungan antara ekspektasi konsumen dan kepuasan, serta menemukan bahwa proses expectancy-disconfirmation memiliki hubungan penting dengan pembentukan kepuasan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, konsumen cenderung mengalami kepuasan, sedangkan ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja pelayanan dapat berkaitan dengan ketidakpuasan (Eleonora et al., 2024). Pada konteks SPBU, kepuasan konsumen dapat berkaitan dengan pengalaman selama memperoleh pelayanan, termasuk kesesuaian pelayanan dengan harapan, perasaan puas, keinginan menggunakan kembali, dan kesediaan memberikan rekomendasi. Marnia dan Katjina (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SPBU 7593741 Baubau. Rantung dan Harianto (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU di Makassar. Selanjutnya, Zuhro (2025) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Gunung Anyar. Aquino dan Alam (2023) juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen SPBU PT Pertamina Terminal Gerem.

Permasalahan dalam pelayanan SPBU menjadi penting untuk diperhatikan karena harapan konsumen terhadap pelayanan dapat berkaitan dengan berbagai aspek yang mereka rasakan secara langsung. Kecepatan pelayanan menjadi penting karena konsumen membutuhkan proses pelayanan yang efisien, sedangkan ketepatan dan responsivitas petugas berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keramahan petugas juga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik selama konsumen memperoleh pelayanan. Albat et al. (2025) menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap layanan SPBU mencakup aspek waktu tunggu, kebersihan, dan ketersediaan fasilitas. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap pelayanan SPBU tidak hanya didasarkan pada proses pengisian bahan bakar, tetapi juga pada berbagai aspek pendukung yang dirasakan selama berada di SPBU.

Meskipun pelayanan merupakan bagian penting dalam kegiatan SPBU, tingkat pelayanan yang diterima konsumen perlu diketahui melalui penilaian secara langsung. Setiap konsumen dapat memiliki penilaian yang berbeda terhadap kecepatan, ketepatan, keramahan, responsivitas, keamanan, maupun kenyamanan fasilitas yang tersedia. Sulistyorini (2025) menunjukkan bahwa beberapa dimensi kualitas pelayanan pada SPBU tidak memberikan pengaruh yang sama terhadap kepuasan konsumen, meskipun secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, Rahmania et al. (2025) menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SPBU. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan perlu dievaluasi untuk mengetahui sejauh mana aspek pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan konsumen.

SPBU Manggelewa sebagai salah satu penyedia layanan bahan bakar di Kabupaten Dompu menjadi objek yang relevan untuk mengkaji pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen. SPBU Manggelewa melayani konsumen dengan berbagai kebutuhan, sehingga aspek pelayanan seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, dan responsivitas menjadi penting dalam memberikan pengalaman pelayanan yang baik. Namun, penilaian terhadap tingkat pelayanan dan kepuasan konsumen perlu dibuktikan secara empiris berdasarkan tanggapan konsumen. Johan (2023) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina di Provinsi Riau, sedangkan Putri dan Egim (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina di Kota Padang. Perbedaan lokasi penelitian tersebut menunjukkan pentingnya pengujian pada objek yang berbeda, termasuk SPBU Manggelewa, untuk memperoleh gambaran empiris mengenai pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Manggelewa penting dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana tingkat pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Manggelewa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan serta menjadi bahan evaluasi bagi pengelola SPBU

Manggelewa dalam mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian mengenai pelayanan dan kepuasan konsumen pada sektor jasa.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tingkat Pelayanan

Tingkat pelayanan merupakan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam sektor jasa, pelayanan menjadi bagian penting karena konsumen tidak hanya menilai hasil pelayanan, tetapi juga proses yang mereka alami selama memperoleh layanan. Pada SPBU, tingkat pelayanan dapat dilihat dari kondisi fasilitas, kemampuan petugas memberikan pelayanan secara tepat, kecepatan dalam merespons kebutuhan konsumen, jaminan keamanan, serta perhatian petugas kepada konsumen. Gumelar (2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen SPBU, sedangkan Maryatna dan Lestariningsih (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU. Selain itu, penelitian Budiyanto dan Nugroho (2025) menunjukkan bahwa konsumen SPBU memperhatikan kualitas pelayanan dan kondisi fasilitas dalam menilai pengalaman pelayanan yang diterima. Pelayanan yang cepat dan ramah serta fasilitas yang terawat, seperti toilet, tempat ibadah, dan area istirahat, menjadi aspek penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan kondisi yang dirasakan konsumen setelah membandingkan harapan dengan pelayanan yang diterima. Konsumen dapat dikatakan puas apabila pelayanan yang diperoleh mampu memenuhi atau melebihi harapan yang dimiliki. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap pelayanan SPBU setelah melakukan pengisian bahan bakar, termasuk kesesuaian pelayanan dengan harapan, perasaan puas terhadap pelayanan, keinginan untuk menggunakan kembali, serta kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Marnia dan Katjina (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SPBU 7593741 Baubau. Selanjutnya, Rantung dan Harianto (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU di Makassar. Sedangkan Zuhro (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Gunung Anyar.

Hubungan Tingkat Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Tingkat pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang membentuk pengalaman konsumen selama menggunakan suatu jasa. Semakin baik pelayanan yang diterima, maka semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas terhadap layanan tersebut. Pada SPBU, pelayanan yang cepat, tepat, ramah, aman, dan didukung fasilitas yang memadai dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen sehingga meningkatkan kepuasan. Penelitian Johan (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina di Provinsi Riau. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Putri dan Egim (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina di Kota Padang, serta Roren (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada SPBU Tanjung Morawa.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran hubungan antara variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, tingkat pelayanan ditempatkan sebagai variabel independen (X), sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y). Tingkat pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif kepada konsumen dan mendorong meningkatnya kepuasan konsumen. Purba et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap

kepuasan konsumen pada SPBU, sedangkan penelitian Ayuning et al. (2026) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Indomobil Mundurejo. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Misel et al. (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diasumsikan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh SPBU Manggelewa, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Hipotesis penelitian menurut Arikunto (2023) dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H₁: Tingkat pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Manggelewa.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4 melalui pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Manggelewa berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner. Analisis dilakukan untuk menguji hubungan antarvariabel yaitu tingkat pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2023), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU Manggelewa selama periode penelitian. Populasi tersebut mencakup konsumen yang melakukan transaksi pengisian berbagai jenis bahan bakar yang tersedia di SPBU Manggelewa.

Jumlah populasi konsumen SPBU Manggelewa tidak diketahui secara pasti karena jumlah konsumen yang melakukan transaksi dapat berubah setiap hari. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh jumlah kendaraan yang datang, waktu transaksi, kebutuhan bahan bakar, serta kondisi aktivitas masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sebagian konsumen sebagai sampel yang dianggap dapat mewakili karakteristik populasi penelitian.

Menurut Sugiyono (2023), sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi dalam penelitian. Berdasarkan kondisi populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, penelitian ini menetapkan sebanyak 100 orang konsumen sebagai sampel. Responden dipilih berdasarkan kriteria, yaitu konsumen yang telah melakukan pengisian bahan bakar di SPBU Manggelewa dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2023), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada konsumen SPBU Manggelewa yang menjadi responden penelitian untuk memperoleh data mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

Teknik Sampling Data

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Menurut Sugiyono (2023), accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila memenuhi kriteria penelitian. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan berjumlah 100 responden, dengan kriteria yaitu konsumen yang telah melakukan pengisian bahan bakar di SPBU Manggelewa dan bersedia mengisi kuesioner. Penggunaan accidental sampling dipilih karena jumlah konsumen SPBU Manggelewa tidak diketahui secara pasti dan konsumen yang datang untuk melakukan pengisian bahan bakar dapat berbeda setiap harinya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data penelitian guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2022), analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul, yang meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel, penyajian data, serta pengujian hipotesis penelitian.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 4 dengan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara tingkat pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) pada SPBU Manggelewa. Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi outer model dan evaluasi inner model. Evaluasi outer model digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian melalui pengujian convergent validity, discriminant validity, Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha. Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen melalui nilai koefisien determinasi (R^2) serta mengetahui hubungan antarvariabel melalui path coefficient.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS 4. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai T-Statistics > 1,96 dan P-Values < 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Pengujian tersebut digunakan untuk mengetahui apakah tingkat pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Manggelewa.

Uji Keabsahan Data

Convergent Validity

Convergent validity digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Pengujian convergent validity dilakukan dengan melihat nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Suatu indikator dinyatakan memenuhi kriteria validitas apabila memiliki nilai outer loading > 0,70, sedangkan nilai AVE > 0,50 menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.

Discriminant Validity

Discriminant validity digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Pengujian discriminant validity dilakukan dengan melihat Fornell-Larcker Criterion dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Suatu konstruk dinyatakan memiliki discriminant validity yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, serta nilai HTMT < 0,90.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70 dan Composite Reliability > 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator dalam konstruk memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 menunjukkan semakin besar kemampuan tingkat pelayanan (X) dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen (Y).

Path Coefficient

Path coefficient digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh tingkat pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat searah, sedangkan nilai koefisien negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Semakin besar nilai koefisien jalur, semakin besar pula pengaruh variabel tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

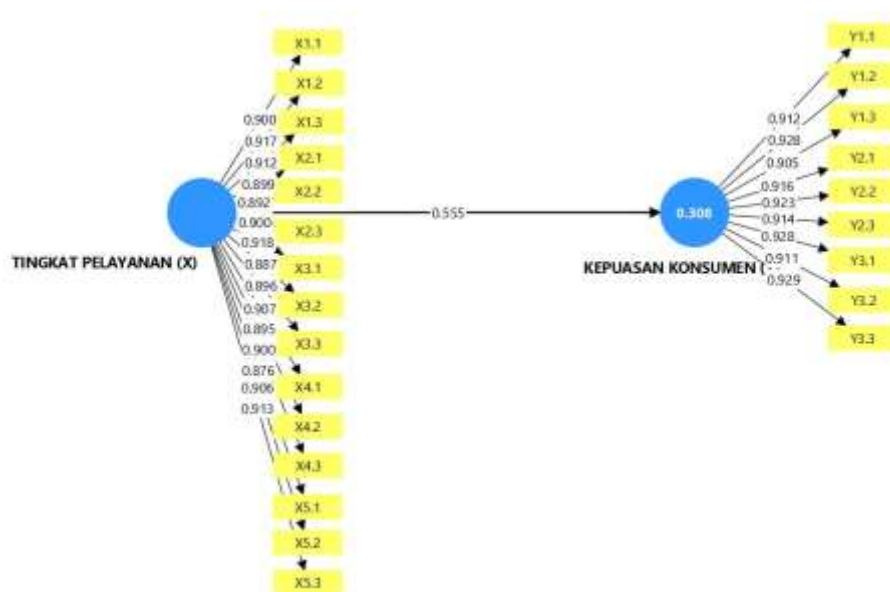
Bootstrapping

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS 4. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai T-Statistics > 1,96 dan nilai P-Values < 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Sebaliknya, apabila nilai T-Statistics $\leq$ 1,96 dan P-Values $\geq$ 0,05, maka hipotesis dinyatakan ditolak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Penelitian

Model penelitian dalam penelitian ini dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 4 dengan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Sebelum dilakukan pengujian model struktural, terlebih dahulu dilakukan evaluasi outer model untuk menguji validitas konvergen setiap indikator. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam model telah memenuhi kriteria validitas konvergen, dengan nilai outer loading masing-masing indikator berada di atas 0,70. Oleh karena itu, model penelitian yang telah memenuhi kriteria tersebut selanjutnya digunakan untuk melakukan pengujian model struktural (inner model) dan pengujian hipotesis.



Gambar

2.

Model Penelitian

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa variabel Tingkat Pelayanan (X) memiliki hubungan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang ditunjukkan oleh nilai path coefficient sebesar 0,555, yang berarti semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh SPBU Manggelewa, maka kepuasan konsumen cenderung meningkat. Nilai 0,308 pada konstruk Kepuasan Konsumen (Y) merupakan nilai R-square (R^2), yang menunjukkan bahwa Tingkat Pelayanan (X) mampu menjelaskan sebesar 30,8% variasi Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan 69,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai outer loading seluruh indikator yang ditampilkan pada model berada di atas 0,70, sehingga telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Tabel 1. Hasil Uji Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Tingkat Pelayanan (X)	X1.1	0,900	Valid
	X1.2	0,917	Valid
	X1.3	0,912	Valid
	X2.1	0,899	Valid
	X2.2	0,892	Valid
	X2.3	0,900	Valid
	X3.1	0,918	Valid
	X3.2	0,887	Valid
	X3.3	0,896	Valid
	X4.1	0,907	Valid
	X4.2	0,895	Valid
	X4.3	0,900	Valid
	X5.1	0,876	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	X5.2	0,906	Valid
	X5.3	0,913	Valid
	Y1.1	0,912	Valid
	Y1.2	0,928	Valid
	Y1.3	0,905	Valid
	Y2.1	0,916	Valid
	Y2.2	0,923	Valid

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
	Y2.3	0,914	Valid
	Y3.1	0,928	Valid
	Y3.2	0,911	Valid
	Y3.3	0,929	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji outer loading, seluruh indikator pada variabel Tingkat Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Nilai outer loading pada variabel Tingkat Pelayanan berkisar antara 0,876–0,918, sedangkan pada variabel Kepuasan Konsumen berkisar antara 0,905–0,929. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan telah memenuhi kriteria convergent validity. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dengan baik, sehingga seluruh indikator dapat dipertahankan dan digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji AVE

Variabel	AVE	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,843	Valid
Tingkat Pelayanan (X)	0,812	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji Average Variance Extracted (AVE), nilai AVE pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,843 dan variabel Tingkat Pelayanan (X) sebesar 0,812. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,50, sehingga masing-masing konstruk dinyatakan memenuhi kriteria convergent validity. Dengan demikian, variabel Tingkat Pelayanan dan Kepuasan Konsumen telah mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat Pelayanan (X)
Kepuasan Konsumen (Y)	0,918	
Tingkat Pelayanan (X)	0,555	0,901

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji discriminant validity menggunakan Fornell-Larcker Criterion, nilai akar kuadrat AVE pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,918 dan Tingkat Pelayanan (X) sebesar 0,901, sedangkan nilai korelasi antar kedua konstruk sebesar 0,555. Nilai akar kuadrat AVE pada masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasinya, yaitu $0,918 > 0,555$ dan $0,901 > 0,555$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan Tingkat Pelayanan (X) telah memenuhi kriteria discriminant validity berdasarkan Fornell-Larcker Criterion.

Tabel 4. Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Variabel	Kepuasan Konsumen (Y)
Kepuasan Konsumen (Y)	
Tingkat Pelayanan (X)	0,563

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji discriminant validity menggunakan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) menunjukkan nilai sebesar 0,563 antara variabel Tingkat Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y). Nilai tersebut lebih kecil dari batas 0,90, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) telah memenuhi kriteria

discriminant validity berdasarkan metode HTMT. Dengan demikian, kedua konstruk memiliki perbedaan yang memadai dan dapat dibedakan satu sama lain dalam model penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_c)	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,977	0,980	Reliabel
Tingkat Pelayanan (X)	0,983	0,985	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan Tabel 5, nilai Cronbach's Alpha variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,977 dan Tingkat Pelayanan (X) sebesar 0,983, sedangkan nilai Composite Reliability (rho_c) masing-masing sebesar 0,980 dan 0,985. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan Tingkat Pelayanan (X) dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur konstruk penelitian

Tabel 6. Hasil Uji R-Square (R²)

Variabel	R-Square (R ²)	R-Square Adjusted	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,308	0,301	Lemah

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan Tabel 6, nilai R-Square (R²) pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,308, yang berarti bahwa variabel Tingkat Pelayanan (X) mampu menjelaskan sebesar 30,8% variasi Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan sebesar 69,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai R-Square Adjusted sebesar 0,301 menunjukkan nilai R² yang telah disesuaikan dengan model penelitian. Dengan demikian, kemampuan Tingkat Pelayanan dalam menjelaskan Kepuasan Konsumen berada pada kategori lemah, tetapi hasil tersebut tetap dapat digunakan untuk analisis selanjutnya dan tidak menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis.

Tabel 7. Hasil Uji Path Coefficients

Variabel	Kepuasan Konsumen (Y)
Kepuasan Konsumen (Y)	
Tingkat Pelayanan (X)	0,555

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan Tabel 7, nilai path coefficient variabel Tingkat Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,555. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara Tingkat Pelayanan dan Kepuasan Konsumen memiliki arah positif, yang berarti semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh SPBU Manggelewa, maka kepuasan konsumen cenderung meningkat. Nilai path coefficient ini selanjutnya akan diuji tingkat signifikansinya melalui Bootstrapping dengan melihat nilai T-Statistics dan P-Values untuk menentukan apakah pengaruh tersebut signifikan dan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji Bootstrapping

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values	Keterangan
Tingkat Pelayanan (X) → Kepuasan Konsumen (Y)	0,555	8,429	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Smart-PLS, (2026)

Berdasarkan Tabel 8, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Tingkat Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai Original Sample sebesar 0,555, nilai T-Statistics sebesar $8,429 > 1,96$, dan nilai P-Values sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Tingkat Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Pembahasan

Tingkat Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SmartPLS 4, seluruh indikator pada variabel Tingkat Pelayanan (X) memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan mampu merefleksikan konstruk Tingkat Pelayanan pada SPBU Manggelewa. Tingkat pelayanan dalam penelitian ini berkaitan dengan kemampuan SPBU dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, responsif, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada variabel Kepuasan Konsumen (Y), seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70, yaitu berkisar antara 0,905 sampai 0,929. Nilai AVE sebesar 0,843, Cronbach's Alpha sebesar 0,977, dan Composite Reliability sebesar 0,980 menunjukkan bahwa konstruk Kepuasan Konsumen telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan mampu merefleksikan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterima di SPBU Manggelewa. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini berkaitan dengan terpenuhinya harapan konsumen, keinginan untuk menggunakan kembali layanan, serta kesediaan memberikan rekomendasi.

Hasil pengujian validitas diskriminan menunjukkan nilai HTMT sebesar 0,563. Nilai tersebut berada di bawah batas 0,90 sehingga menunjukkan bahwa konstruk Tingkat Pelayanan dan Kepuasan Konsumen memiliki discriminant validity yang terpenuhi. Selanjutnya, nilai koefisien jalur Tingkat Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,555 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Nilai R-square sebesar 0,308 menunjukkan bahwa Tingkat Pelayanan mampu menjelaskan sebesar 30,8% variasi Kepuasan Konsumen, sedangkan 69,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Hasil uji bootstrapping menunjukkan bahwa Tingkat Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai Original Sample sebesar 0,555, T-statistics sebesar 8,429, dan P-values sebesar 0,000. Karena nilai T-statistics lebih besar dari 1,96 dan P-values lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis penelitian diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh SPBU Manggelewa, semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Pengaruh positif tersebut dapat dijelaskan bahwa pelayanan yang cepat dapat mengurangi waktu tunggu konsumen, pelayanan yang tepat dapat memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan sikap yang ramah dan responsif dapat menciptakan kenyamanan selama proses pelayanan. Pelayanan yang mampu memenuhi atau mendekati harapan konsumen akan menghasilkan pengalaman yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Harahap (2022), Lubis et al. (2022), Zain (2020), Cantika (2023), Johan (2023), Selly et al. (2023), serta Putri dan Egim (2024) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara pelayanan dengan kepuasan konsumen. Penelitian-penelitian tersebut memperkuat hasil penelitian di SPBU Manggelewa bahwa pelayanan merupakan salah satu aspek yang berperan dalam membentuk kepuasan konsumen. Hasil penelitian Tiyas et al. (2026) juga menunjukkan temuan yang sejalan mengenai pelayanan dan kepuasan konsumen.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa Tingkat Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di SPBU Manggelewa. Meskipun demikian, nilai R-square sebesar 0,308 menunjukkan bahwa Tingkat Pelayanan hanya menjelaskan 30,8% variasi Kepuasan Konsumen, sedangkan 69,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya

pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, namun kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Tingkat Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Manggelewa, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Tingkat Pelayanan pada SPBU Manggelewa telah memenuhi kriteria validitas berdasarkan hasil pengujian outer loading. Seluruh indikator Tingkat Pelayanan memiliki nilai outer loading di atas 0,70, sehingga indikator yang digunakan dinyatakan valid dalam mengukur variabel Tingkat Pelayanan.
- 2) Kepuasan Konsumen pada SPBU Manggelewa menunjukkan hasil yang baik berdasarkan indikator yang digunakan. Seluruh indikator Kepuasan Konsumen memiliki nilai outer loading sebesar 0,905–0,929, nilai AVE sebesar 0,843, Cronbach's Alpha sebesar 0,977, dan Composite Reliability sebesar 0,980, sehingga variabel Kepuasan Konsumen dinyatakan valid dan reliabel.
- 3) Tingkat Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Manggelewa. Hal ini dibuktikan dengan nilai Original Sample (O) sebesar 0,555, T-Statistics sebesar 8,429, dan P-Values sebesar 0,000. Karena nilai T-Statistics > 1,96 dan P-Values < 0,05, maka hipotesis penelitian diterima. Artinya, semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh SPBU Manggelewa, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Tingkat Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Manggelewa, maka saran yang dapat diberikan adalah:

- 1) Bagi SPBU Manggelewa, diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan tingkat pelayanan kepada konsumen, terutama dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan responsif. Peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen.
- 2) Bagi konsumen, diharapkan dapat memberikan masukan atau menyampaikan keluhan secara konstruktif kepada pihak SPBU Manggelewa apabila terdapat pelayanan yang belum sesuai dengan harapan. Masukan dari konsumen dapat menjadi bahan evaluasi bagi SPBU dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, fasilitas, lokasi, kenyamanan, atau loyalitas konsumen. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan objek dan jumlah responden yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih beragam mengenai kepuasan konsumen pada SPBU.

REFERENSI

- Albat, H., Setiawanto, E. J., Rahmawan, A., Rahmawati, A., Indrawati, M., & Sarie, R. F. (2025). Persepsi konsumen terhadap layanan SPBU di Bojonegoro: Tantangan dan peluang dalam meningkatkan kualitas pelayanan. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(3).
- Aquino, R., & Alam, W. D. K. (2023). Efek mediasi nilai konsumen terhadap kepuasan konsumen (Studi empirik SPBU konsumen PT. Pertamina (Persero) Terminal Gerem, Marketing Operation Region III di Cilegon Banten). *FLURALIS: Faletehan Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 32–44. <https://doi.org/10.61252/fjeb.v2i2.94>
- Arikunto, S. (2023). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Ayuning, T., Hapsari, Y. T., & Wardhani, R. A. N. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Indomobil Mundurejo. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*. <https://doi.org/10.31539/5m9m8n63>
- Budiyanto, D., & Nugroho, A. D. (2025). Analisis fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 53.612.67. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 44–49. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i1.4419>

- Cantika, N. B. (2023). *Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pembelian (Studi pelanggan Peralite di SPBU Bakalan Polokarto)* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Eleonora, D. E. J. C. J., Tanuwijaya, H., & Suhandiah, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap pembelian ulang di Outlook Barbershop. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(2). <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i2.3673>
- Gumelar, A. Y., Rianto, T., & Sobar, A. (2023). Pengaruh digitalisasi SPBU dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Baashima: Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen*, 1(1), 49–61. <https://doi.org/10.61492/baashima.v1i1.6>
- Harahap, S. M. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Sinar Riau Abadi 14.2826.61 (Di Pekanbaru)* [Skripsi, Universitas Lancang Kuning].
- Johan, J. (2023a). Pengaruh kualitas pelayanan dan marketing mix terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina di Provinsi Riau.
- Johan, J. (2023b). The service quality and marketing mix influence to customer satisfaction of Pertamina petrol station. *Applied Quantitative Analysis*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.31098/quant.1745>
- Lestari, A., & Hutasuhut, J. (2021). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus di SPBU No. 14.205.156 Desa Bengkel Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 331–344.
- Lubis, M. R., Rukmini, & Hidayat, T. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 14-202141 Medan Tenggara. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JIMK)*, 3(2).
- Marnia, & Katjina, H. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada SPBU 7593741 Baubau. *VALUE Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2).
- Maryatna, R. A., & Lestariningsih, M. (2024). Pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(9).
- Misel, M. P., Bakary, M. K., & Rasjid, E. (2025). Analysis of service quality on customer satisfaction at SPBU Pasti Pas (Case Study: Politeknik Gas Station). *Jurnal Mahasiswa Manajemen, Administrasi & Kewirausahaan*, 1(1).
- Nirwana, I., Yeni, A., & Hijrah, T. (2024). Pengaruh kepuasan konsumen SPBU melalui digitalisasi dan kualitas pelayanan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(2).
- Purba, I. A., Surjasa, D., & Safitri, D. M. (2024). The influence of service quality on customer satisfaction in maintaining loyalty at Coco SPBU in Medan City. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 16(2), 123–134. <https://doi.org/10.22441/oe.2024.v16.i2.115>
- Putri, S. Y., & Egim, A. S. (2024). The effect of tangibles and responsiveness on customer satisfaction at Pertamina gas stations in Padang City. *Cakrawala: Management Science Journal*, 1(1), 64–75. <https://doi.org/10.63541/tn0ncb42>
- Rahmania, R., Tusri, Y., & Herina. (2025). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Karangan Kota Prabumulih. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 215–222. <https://doi.org/10.62017/jemb.v3i1.5740>
- Rantung, E., & Harianto, E. (2024). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada SPBU di Makassar. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(3), 1406–1418. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i3.274>
- Roren, Y., Tambunan, K., & Naser Daulay, A. (2025). Dampak kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada SPBU Tanjung Morawa. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(3), 1469–1483. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i03.48460>
- Selly, M. F., Nauw, M., & Bulan, R. R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SPBU Klaligi Kota Sorong. *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis*, 1(3), 275–287. <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i3.298>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi 2, Cetakan ke-29). Alfabeta.
- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 129–141. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyorini, R. I. (2025). Kepuasan konsumen pada SPBU 4457517 Sukoharjo. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 46–55. <https://doi.org/10.47701/bismak.v5i01.3096>
- Sulistiyorini, R. I., & Gunaningrat, R. (2025). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 2(1), 128.

- Tiyas, A., Hapsari, Y. T., & Wardhani, R. A. N. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU Indomobil Mundurejo. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 9(1), 638–649. <https://doi.org/10.31539/5m9m8n63>
- Zain, Z. P. (2020). Analisis karakteristik kualitas layanan dan kepuasan pelanggan SPBU 74.921.05 dan SPBU 74.921.08 yang berada di Kota Sungguminasa. *Study of Scientific and Behavioral Management*, 1(1). <https://doi.org/10.24252/ssbm.v1i1.14381>
- Zain, Z. P., Efendi, A., & Satrianti, A. (2020). Peran wujud, jaminan & empati terhadap pelanggan pada SPBU di Sungguminasa. *Study of Scientific and Behavioral Management*, 1(3).
- Zuhro, L. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan SPBU Pertamina Gunung Anyar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 2(6), 115–124. <https://doi.org/10.69714/5mseq23>