

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi Peluang bisnis di Indonesia sangat bagus. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan perusahaan, baik itu bergerak di bidang jasa ataupun barang. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan tersebut juga sangat beragam. Salah satunya yaitu bahan bakar. Bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat diperlukan manusia dalam menunjang berbagai aktivitas kehidupannya. Pada zaman sekarang ini BBM (Bahan Bakar Minyak) seakan menjadi kebutuhan pokok bagi kehidupan manusia seiring berkembangnya moda transportasi dunia (Toriq, 2014).

Penggunaan bahan bakar diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari seperti transportasi pada umumnya. Transportasi di Indonesia sudah sangat berkembang seperti transportasi darat, laut dan udara. Di Indonesia perusahaan yang memproduksi serta menyediakan kebutuhan bahan bakar adalah Pertamina yang merupakan perusahaan BUMN terbesar milik Indonesia (Krisnawati, 2016).

Untuk memastikan penerapan standar pelayanan secara konsisten, auditor internasional independen akan secara terus menerus melakukan audit pengawasan setelah sertifikasi. Dalam hal ini SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerjasama sebagai

saran untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan. Produk BBM yang dijual di SPBU selain perlu dijamin kualitasnya juga perlu dijamin ketersediaan stoknya di SPBU yang selalu disesuaikan dengan kebutuhan kendaraan konsumen dan berada dibawah pengawasan Pertamina yang selalu berusaha meminimalisir keterlambatan pengiriman Bahan Bakar Minyak (Toriq, 2014).

Proses peningkatan kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas SPBU Pertamina secara menyeluruh sangat tidak mudah, mengingat jumlah SPBU yang sangat banyak. SPBU selalu memberikan inovasi *Brand image*. Salah satu inovasinya adalah SPBU Pertamina PASTI PAS. SPBU Pertamina PASTI PAS adalah SPBU yang telah tersertifikasi yang dapat memberikan pelayanan terbaik karena memenuhi standar pelayanan yang diberlakukan oleh Pertamina, senyum sapa dan salam akan selalu kita dapat dari karyawan SPBU (Krisnawati, 2016)

Konsumen dapat mengharapkan kualitas dan kuantitas BBM yang terjamin, pelayanan yang ramah, Lokasi yang strategis, dan fasilitas yang nyaman untuk mencapai kepuasannya. Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen semakin tinggi. Konsumen mempunyai makna yaitu kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap harapan mereka. Pelanggan yang puas akan terus melakukan

pembelian BBM pada SPBU tersebut dan SPBU Kalisalak di Kecamatan Tonjong sudah memberikan kualitas dan kuantitas yang terjamin (Toriq, 2014).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apakah konsumen merasa benar-benar puas mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, semakin berkualitasnya pelayanan yang diberikan maka konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian secara berulang-ulang (Kristanto dan Yuniati, 2014).

SPBU 44.522.08 Kali salak yang terletak di Jalan Raya Bumiayu-Tonjong Dukuh Barupring Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes, JawaTengah. Memiliki berbagai fasilitas seperti: Rumah makan, Mini market, Mushola, Kamar mandi dan toilet yang bersih, Rest area yang cukup luas, ATM, dan tempat pengisian angin dan air radiator, menjadikan SPBU Kalisalak sebagai pilihan masyarakat yang ingin mengisi bahan bakar kendaraannya maupun ingin sekedar beristirahat setelah perjalanan jauhnya.

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan Produk bahan bakar untuk kendaraannya. maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk membuat pelanggan semakin puas. Dengan memahami apa yang

diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan. Kotler dalam Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Panjaitan, 2016).

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi (Panjaitan, 2016).

Lokasi merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran menurut Kotler dan Armstrong, 2012 dalam Ahror (2017) Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia yang mendatangi pelanggan. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang

sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang *responsive* terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan dimasa mendatang. *Competitive positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan para pesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar.

Tjiptono dan Chandra (2011: 81) dalam Ahror (2017), pemilih lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah di jangkau secara transportasi umum
2. Vasilibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu:
 - a. Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *implus buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalulintas bisa juga menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.

6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
8. Peraturan pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

Menurut Paul (2011:125) dalam Saradissa dan Sitohang (2015) bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. Menurut Tjiptono (2009:65) dalam Saradissa dan Sitohang (2015) mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa

Fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Menurut Sulastiyono (2006) dalam Yunus (2014) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Dengan adanya fasilitas di SPBU Kalisalak yang bagus menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk mengisi bahan bakar kendaraannya ataupun untuk sekedar beristirahat, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak SPBU, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih

SPBU tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahror dan Soekotjo (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Yunus dan Budiyo (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu penelitian yang dilakukan Januar dan Yulianti (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan melakukan penelitian pada jurnal sebelumnya yang dilakukan oleh Ahror dan Soekotjo (2017) tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Café Milkmo. dalam hal ini, peneliti memilih variabel kualitas pelayanan dan lokasi karena selalu berpengaruh signifikan pada perusahaan. Selain itu peneliti menambahkan variabel fasilitas dari penelitian yang dilakukan oleh Yunus dan Budiyo (2014) karena fasilitas bagian yang sangat penting dari perusahaan demi terciptanya kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari Ahror dan Soekotjo (2017), dalam penelitian tersebut saya mengambil variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh

Yunus dan Budiyanto (2014), saya mengambil Fasilitas sebagai variabel independen (X3).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik mengambil lokasi penelitian di SPBU 44.522.08 Kalisalak di Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes. Penelitian ini hanya saya lakukan pada pelanggan SPBU 44.522.08 Kalisalak di Kecamatan Tonjong yang sudah pernah melakukan pembelian atau pengisian bahan bakar kendaraannya lebih dari 2 (dua) kali pengisian bahan bakar kendaraannya. Alasan mengapa tertarik meneliti, karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan di SPBU 44.522.08 Kalisalak di Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam untuk dijadikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU 44.522.08 Kalisalak Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes ?
2. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes ?

3. Apakah fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes?
4. Apakah kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas berpengaruh Signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di Kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes.
- b) Untuk menguji pengaruh lokasi secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes.
- c) Untuk menguji pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes.
- d) Untuk menguji kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas secara Simultan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 44.522.08 Kalisalak di kecamatan Tonjong Kabupaten Brebes.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Bagi Perusahaan (SPBU Kalisalak Kecamatan Tonjong)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b) Pihak Lain atau pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pihak lain atau pembaca yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan serta dapat memberikan manfaat bagi pihak lain atau pembaca dalam melakukan penelitian lanjutan.

c) Bagi peneliti

Hasil penelitian ini menjadi bukti dari penerapan teori yang diperoleh selama proses perkuliahan, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana S1 Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.