

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASANKONSUMEN SPBU 44.575.17 BULAKREJO

Retno Indah Sulistyorini, Rayhan Gunaningrat

Progam Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis
Universitas Duta Bangsa (UDB) Surakarta
Jl. Pinang Raya No 47, Jati, Cemani, Kec. Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552
Telepon (0271) 7470050
Email : indahre958@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian yang dapat dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif pada konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan SOP yang terkandung dalam dimensi *tangible, reability, dan assucance*. 2) Menganalisis faktor yang menjadi pemicu operator tidak sesuai SOP sehingga timbul permasalahan di SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo. Populasi pada penelitian ini konsumen/pelanggan dari SPBU 44.575.17 dan untuk sampel yang diteliti berjumlah 40 pelanggan . Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu analisis regresi sederhana, uji asumsi klasik, uji f, dan uji t. Adapun untuk hasil penelitian dan hasil analisis datanya yaitu : 1) Secara parsial variable bukti fisik, daya tanggap dan jaminan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan, namun keandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo. 2) Secara simultan, kualitas pelayanan (yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, dan jaminan) berpengaruh nyataterhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

This research is a research that can be categorized as quantitative research on gas station consumers 44,575.17 Bulakrejo. This study aims to: 1) determine the effect of service quality on customer satisfaction at SPBU 44,575.17 Bulakrejo Sukoharjo, the quality of services provided by the company is in accordance with the SOPs contained in the dimensions of tangible, reliability, and assurance. 2) Analyze the factors that trigger the operator not to comply with the SOP so that problems arise at the 44,575.17 Bulakrejo Sukoharjo gas station. The population in this study were consumers/customers from gas stations 44,575.17 and for the sample studied, there were 40 customers. This research used a simple random sampling technique in taking samples. The data analysis methods in this study are simple regression analysis, classical assumption test, f test, and t test. As for the results of the research and the results of data analysis, namely: 1) Partially the variables of physical evidence, responsiveness and assurance have no significant effect on customer satisfaction, but reliability has an effect on consumer satisfaction at SPBU 44,575.17 Bulakrejo. 2) Simultaneously, service quality (which consists of physical evidence, responsiveness, and assurance) has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era perdagangan bebas seperti ini, masing-masing bisnis berhadapan dengan persaingan yang amat ketat. Jumlah persaingan dan semakin banyaknya para pesaing memaksa tiap usaha untuk sering memperhatikan keinginan dari setiap konsumen serta kebutuhan konsumen tersebut, berupaya untuk memuaskan para konsumen dengan diberikannya layanan yang membuat para konsumen tersebut merasa puas pesaing harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan mendorong konsumen untuk mengeratkan hubungan solid pada antarperusahaan. Oleh karena itu, suatu perusahaan dapat membuat kepuasan konsumen meningkat dengan adanya pengalaman konsumen yang menyenangkan secara maksimal dan meminimalisir pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono 1996). Adapun salah satu penentu kepuasan pelanggan yaitu pandangan pelanggan terhadap kualitas layanan, yang menitikberatkan pada 5 aspek kualitas layanan diantaranya : faktor berwujud, kecakapan, daya serap, jaminan serta empati. Indonesia sendiri merupakan negara berkembang. Di Indonesia total dari kendaraan bermotor ini meningkat pesat dari tahun sebelumnya. Pesatnya jumlah kendaraan bermotor meningkatkan kebutuhan bahan bakar kendaraan yang diimbangi dengan bertambahnya jumlah stasiun pelayanan umum (SPBU). Perusahaan yang terkenal di Indonesia yang bergerak pada sector sumber daya alam serta energy ini yaitu PT Pertamina. PT. Pertamina sebagai BUMN pemasok energy dalam negeri yang menyediakan berbagai infrastruktur public yang dikenal sebagai stasiun layanan atau yang dikenal dengan (stasiun pengisian bahan bakar untuk umum). Umumnya SPBU ini menjual berbagai bahan bakar seperti premium, solar, pertamax, pertamax turbo, pertalite, pertamina dex dan dextrite. SPBU sedang menggalakkan komersialisasi jaringan distribusi BBM kepada masyarakat, dimana pemerintah sebagai pemilik usaha berusaha memenuhi kebutuhan BBM kepada masyarakat melalui SPBU. intinya menjaga kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia layanan, setidaknya selalu menjaga apa yang tersedia atau bahkan lebih meningkatkan kualitas layanan untuk akhirnya menciptakan layanan yang lebih unggul. Jumlah kendaraan bermotor yang saat ini meminta Bahan Bakar Minyak (BBM). Hal ini mengakibatkan munculnya lokasi SPBU. Alhasil, Pertamina telah mengeluarkan standar pelayanan baru untuk SPBU yaitu dengan SPBU "Pasti Pas!".

Dalam operasional bisnis, SOP diperlukan dalam sebuah bisnis, tujuannya adalah untuk memberikan pelayanan yang baik. Yang pertama yaitu 3S (senyum,salam,sapa), , kemudian monitor pompa akan menampilkan angka "ZERO" sebelum mengisi dan setelah mengisinya operator akan mengucapkan terima kasih. Standar layanan PT Pertamina perlu adanya pengembangan secara rutin untuk memeriksa konsumen memperoleh layanan yang maksimal, khususnya layanan "Pertamina Way" diantaranya yaitu : 1) sumber daya staff yang terlatih dan termotivasi : cakupan penampilan, layanan konsumen dan penyelesaian adanya pengaduan. 2) Tanggungan kuantitas serta kualitas, 3) Pengetahuan akan suatu produk : menyediakan produk dan layanan pelengkap yang sejalan sesuai strategi PT Pertamina , 4) Format fisik yang tidak berubah-ubah : menampilkan visual yang tepat dengan strategi standar PT Pertamina, 5) Terpeliharanya perlengkapan dengan baik : pemeliharaan, pemeliharaan preventif, pemeliharaan jika terjadi kerusakan. Dalam standar pelayanan , konsumen memiliki peran penting. Standar Layanan ini memiliki lima elemen, di antaranyadilayani oleh karyawan Yang terlatih dan memiliki motivasi, jaminan kuantitas serta kualitas, terpeliharanya peralatan secara baik, sistem format material manajemen yang tetap (tidak berubah-ubah), barang dan layanan yang mempunyai nilai tambah. Untuk memastikan penerapan yang konsisten dari standar layanan auditor internasional independen akan terus melakukan audit pengawasan setelah disertifikasi oleh auditor.

Dengan adanya pelayanan secara baik, cepat, lengkap, serta tepat maka dapat menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas konsumen, , yang terakhir konsumen akan setia pada SPBU. Sedangkan kualitas layanan adalah strategi bisnis inti atau spesifikasi menghasilkan barang dan jasa yang memudahkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan atau

kepentingannya .ditandai dengan keluhan berkurang (complaints) pelanggan atau konsumen. Namun dalam layanan yangdiberikan, sering kali ada kesenjangan antara tingkat layanan yang diberikan oleh bisnis danapa yang diharapkan konsumen. Beberapa layanan tidak sesuai dengan SOP. Hal ini biasanya terjadi karena elemen SDM yang aktif tidak mengikuti aturan standar pelayanan yang telah diberikan. Seperti yang terjadi di SPBU 44.575.17 Bulakrejo, Sukoharjo khususnya operator pelayanan konsumen yang kurang ramah, kejadian ini terjadi pada tanggal 26 September 2012 dan tidak adanya pengembalian dana pembelian dari operator dan operator yang tidak menggunakan SOP mengakibatkan keluhan konsumen.

Dibawah ini perolehan data tentang laporan laba rugi pada 1 tahun terakhir SPBU 44.575.17Sukoharjo.

Tabel 1. Laporan Laba rugi

| Bulan | 2020 |
|--------------|-------------------------|
| Januari | Rp 193.841.410 |
| Februari | Rp 174.792.268 |
| Maret | Rp 167.452.093 |
| April | Rp 146.541.029 |
| Mei | Rp 130.164.631 |
| Juni | Rp 128.546.233 |
| Juli | Rp 122.546.112 |
| Agustus | Rp 119.130.717 |
| September | Rp 106.351.908 |
| Oktober | Rp 93.131.841 |
| November | Rp 82.278.216 |
| Desember | Rp 68.283.686 |
| Total | Rp 1.533.150.144 |

Sumber : SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo

Pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya suatu penurunan dari rata-rata penjualan, upaya untuk konsumen agar dapat bertahan maka yang harus dilakukan oleh pihak SPBU yaitu menjalankan pengevaluasian terhadap kualitas pelayanan untuk diserahkan kepada konsumen supaya selanjutnya dapat melakukan persaingan dan konsisten untuk dapat lolos dalam audit “Pasti Pas” yang dilakukan oleh Pertamina pada waktu selanjutnya. Dari penjelasan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang menganalisis sejauh apa kualitas pelayanan memberikan pengaruh kepuasan pelanggan SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo. Hal itulah yang melatar belakangi dalam melakukan penelitian ini yang dengan judul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo”.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo.
2. Untuk menganalisis faktor yang menjadi pemicu operator tidak sesuai dengan SOPsehingga menyebabkan permasalahan di SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo.

Ruang Lingkup Penelitian

Di SPBU 44.575.17 Bulakrejo Sukoharjo merupakan objek perusahaan jasa yang akan diteliti. Adapun untuk fasilitasnya meliputi mushola, mini market, penjualan LPG 3 kg dan 12 kg, toilet umum, pompa pengisian angin dan oli. Selain itu SPBU ini memiliki 6 pulau pengisian

untuk bahan bakar.

TINJAUAN PUSTAKA TEORI PEMASARAN

Assauri (2010:5), menjelaskan bahwa pemasaran merupakan aktivitas pada setiap manusia yang mengarah pada pemenuhan dan kepuasan kebutuhan dan keinginan dengan adanya proses pertukaran. Menurut Kotler (2005) definisi dari pemasaran yaitu proses sosial dan manajerial yang mana per individu dan kelompok menerima apa yang dibutuhkan oleh mereka dan suatu keinginan dengan penciptaan, adanya pertukaran, dan menawarkan suatu produk yang mempunyai nilai untuk pihak lainnya.

TEORI PERILAKU KONSUMEN

Duncan (2005) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu proses serta kegiatan seseorang dalam berkaitan dengan mencari, memilih, membeli dan menggunakan, dan mengevaluasi produk serta jasa guna terpenuhinya keinginan serta kebutuhan.

TEORI KUALITAS PELAYANAN

Kotler (2002:83) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh satu ke pihak ke pihak yang lain, tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan pada dasarnya. Produksinya akan dihubungkan atau tidak dihubungkan dengan satu pada produk yang fisik. Fandy Tjiptono (2006) menjelaskan bahwa kualitas mempunyai focus sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan, dan ketepatan yang menyampaikan untuk mengimbangi harapan dari pelanggan. Adapun dimensi pada kualitas pelayanan ada 5 aspek yaitu : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

TEORI KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Engel (2005) kepuasan pelanggan ialah suatu evaluasi setelah mengkonsumsi untuk pemilihan berbagai alternative dalam rangka pemenuhan harapan. Ditegaskan oleh Kotler (2004) memaparkan kepuasan pelanggan ialah suatu tingkatan yang mana pendapat tentang kinerja produk sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Apabila kinerja produk rendah dari pada harapan dari pelanggan, maka yang akan terjadi yaitu pelanggan akan merasa puas. Begitu pun sebaliknya apabila kinerja sesuai dengan yang diharapkan maka pelanggan akan puas dan senang dengan produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif. Sugiyono (2015:14) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, yang mana peneliti kuantitatif ini dalam teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, untuk mengumpulkan data menggunakan alat bantu untuk penelitian, dan mempunyai tujuan untuk uji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di SPBU 44.575.17 Bulakrejo, Sukoharjo. JL Raya Solo-Wonogiri km 7. Adapun subjek pada penelitian ini yaitu konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo.

Populasi dan Sampel

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan SPBU 44.575.17 Bulakrejo, Sukoharjo. Adapun sampel pada penelitian ini yaitu sejumlah 40 pelanggan.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data sekunder merupakan data yang cara memperolehnya secara tidak langsung Jenis data yang diperoleh pada penelitian ini yaitu ada 2 sumber data diantaranya :

Data primer yang diambil secara langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data primer ini yaitu kuesioner yang dikumpulkan oleh responden. Data yang diperoleh dapat berupa identitas serta pendapat konsumen tentang kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan diantaranya dokumen serta informasi yang saling ada kaitannya dengan penelitian ini. Data sekunder tersebut berupa data laporan keuangan SPBU 44.575.17.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu diperoleh dengan wawancara, dokumentasi, dan teknik angket/kuesioner. Untuk mengumpulkan data penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini digunakan rumus regresi linear sederhana, adapun analisis regresi linier sederhana yang diolah menggunakan program SPSS 26 for Windows diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Analisis Regresi Sederhana

| 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

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan analisis regresi linier sederhana di tabel Coefficients, persamaanya yaitu :

$$Y = 3.263 + 0.192X$$

Keterangan :

$$Y = \text{Kepuasan Konsumen } X = \text{Kualitas Pelayanan}$$

Artinya : Konstanta = 3.263 menunjukkan bahwa apabila variable X atau kualitas pelayanan konstan maka rata-rata nilai variabel Y atau kepuasan konsumen adalah sebesar 3.263. Koefisien regresi = 0.192 menunjukkan bahwa apabila variabel X atau kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel Y atau kepuasan pelayanan sebesar 0.192.

Pengujian Hipotesis

Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Tabel 3. Uji f ANOVA^a

| Model | | Sum Squares | of df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|-------------|-------|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 41,134 | 4 | 10,284 | 28,029 | ,000 ^b |
| | Residual | 12,841 | 35 | ,367 | | |
| | Total | 53,975 | 39 | | | |

a. Dependent Variable: JML (Y)

b. Predictors: (Constant), JML (X4), JML (X1), JML (X2), JML (X3)

Nilai F = 28,029 (Sig. 0,000) -> secara simultan variabel independen JML (X1), JML (X2), JML (X3), JML (X4) yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel (Y), karena hasil dari nilai signifikan seperti pada tabel di atas < 0,05.

Uji t (Uji Signifikansi Individu)

Uji t hitung digunakan pada penelitian ini untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen atau tidak.

Tabel 4 hasil uji t

| 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

Menurut hasil perhitungan dari uji t tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, perolehan nilainya yaitu t hitung dengan total 1.787 sedangkan untuk nilai t tabel dengan total 2,00. Artinya t hitung < t tabel (1.787 < 2.00), maka kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Jadi Ho diterima dan Ha ditolak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisiendeterminasi (R^2) merupakan suatu alat analisis yang digunakan sebagai pengukur kemampuan model regresi yang digunakan dalam menjelaskan variasi variable dependen (Ghozali, 2016:95).

Tabel 5. Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted Square | R | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-----------------|---|----------------------------|
| 1 | ,873 ^a | ,762 | ,735 | | ,60571 |

a. Predictors: (Constant), JML (X4), JML (X1), JML (X2), JML(X3)

b. Dependent Variable: JML (Y)

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi di atas dapat diketahui koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,873 (87,3%). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di SPBU 44.575.17 Bulakrejo secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel kualitaslayanan.

Pembahasan

Pada hasil dari pengujian uji t menjelaskan bahwa keseluruhan variabel tidak mempunyai signifikansi yang kurang dari 0,05. Pada masing-masing variabel independen untuk penelitian ini, pengaruh yang dominan terhadap variabel dependen ialah bukti fisik, yangartinya variabel ini merupakan variabel yang paling penting ketika menentukan kepuasan konsumen pada SPBU 44.575.17 Bulakrejo. Hal ini namapak terlihat pada hasil tanggapan dari masing-masing responden terhadap variabel bukti fisik yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat baik (skor 5) terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel bukti fisik. Dimana skor berada pada tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan kesan bahwa SPBU 44.575.17 Bulakrejo dipersepsikan responden mempunyai bukti fisik yangbaik. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa SPBU 44.575.17 Bulakrejo memiliki bukti fisik yang bermanfaat bagi pelanggan yang dirasakan responden.

Hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan konsumen pada SPBU 44.575.17 BULAKREJO menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dari besarnya nilai Nilai F = 28,029 (Sig. 0,000) artinya secara simultan variabel independen JML (X1), JML (X2), JML (X3), JML (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel (Y), karena hasil dari nilai signifikan seperti pada tabel di atas < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa

penelitian ini relevan dengan teori yang menyatakan bahwa pencapaian kepuasan konsumendapat diciptakan melalui peningkatan kualitas pelayanan dengan beberapa pendekatan.

KESIMPULAN

- a. Secara parsial, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo pada penelitian ini diuji dengan variabel bukti fisik, keandalan, dayatanggap dan jaminan. Dari keempat variabel tersebut berdasarkan hasil pengujian parsialhipotesis (Uji-t) dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, daya tanggap dan jaminan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan keandalan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Secara simultan, berdasarkan hasil uji F, kualitas pelayanan (yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan jaminan) berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen SPBU 44.575.17 Bulakrejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran dasar, konsep dan strategi*, Cetakan ke-10. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Tjiptono. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta :PenerbitAndi.
- Parasuramandkk. DalamTjiptonodan Chandra (2007:132), Zeithaml (2003), SPBU 44.575.17, SOP Pertamina
- Kubangun, Hamdani, and Muhamad Kalidupa. "PengaruhKualitasPelayanan SPBU Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kabupaten Buru (StudiPada SPBU Lala):(the Effect of Quality of SPBU Service to Customer Satisfaction in Buru Regency)." *Uniqbu Journal of ExactSciences* 1.2 (2020): 10-17.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Alih Bahasa: A.B.Susanto. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Dhita, Maya, Ibnu WIDIYANTO, and Ahyar Yuniawan. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja SPBU Ngabenrejo Grobogan*. Diss. Diponegoro University, 2012.
- Pamungkas, Ginda, and Dion Dewa Barata. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada SPBU 34.151. 37." *Kalbi Socio* 3.1 (2016): 42-48.
- Zheng, R., &Pramudana, C. (2021). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar pada SPBU Singapore Station Katamsa Medan. *Journal of Sustainable Business Hub*, 2(1), 18-51.
- Tjiptono, Fandy,. 2007. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Yogyakarta: PenerbitAndi
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/2640/5/BAB%20IV.pdf>
- Ghozali, Imam. (2009). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset.