



## PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP LAYANAN SPBU DI BOJONEGORO: TANTANGAN DAN PELUANG DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN

**Heru Albat**

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Wijaya Putra

**Edhi Juli Setiawanto**

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Wijaya Putra

**Ajie Rahmawan**

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Wijaya Putra

**Alif Rahmawati**

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Wijaya Putra

**Mei Indrawati**

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Wijaya Putra

**Rena Febrita Sarie**

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Wijaya Putra

Alamat: Jl. Menganti Kramat No.133, Jajar Tunggal, Kec. Wiyung, Surabaya

Korespondensi penulis: [herualbat@gmail.com](mailto:herualbat@gmail.com)

**Abstrak.** *The quality of services provided by Gas Stations (SPBU) in Bojonegoro plays a crucial role in customer satisfaction. This study aims to explore consumers' perceptions of the service quality at SPBUs in Bojonegoro and the challenges and opportunities for improving service quality. Using a qualitative approach, interviews and observations were conducted with 30 consumers and 5 SPBU managers. The findings reveal that consumers generally have a positive perception of the service quality but identify areas for improvement, such as customer waiting time, cleanliness, and the availability of facilities. The study also highlights potential opportunities for SPBUs to enhance service quality through better staff training, infrastructure development, and more effective communication strategies.*

**Keywords:** *customer satisfaction; gas station services; quality improvement; service quality; SPBU.*

**Abstrak.** Kualitas layanan yang diberikan oleh SPBU di Bojonegoro memegang peranan penting dalam kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi konsumen terhadap kualitas layanan di SPBU Bojonegoro serta tantangan dan peluang untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan pendekatan kualitatif, wawancara dan observasi dilakukan terhadap 30 konsumen dan 5 pengelola SPBU. Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsumen umumnya memiliki persepsi positif terhadap kualitas layanan namun mengidentifikasi beberapa area yang perlu perbaikan, seperti waktu tunggu konsumen, kebersihan, dan ketersediaan fasilitas. Penelitian ini juga menyoroti peluang bagi SPBU untuk meningkatkan kualitas layanan melalui pelatihan staf yang lebih baik, pengembangan infrastruktur, dan strategi komunikasi yang lebih efektif.

**Kata Kunci:** *kepuasan konsumen; layanan SPBU; peningkatan kualitas; kualitas layanan; SPBU.*

### PENDAHULUAN

Layanan yang diberikan oleh Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) memegang peranan yang sangat penting dalam menjaga kepuasan konsumen, terutama terkait dengan kenyamanan dan efisiensi pelayanan. SPBU yang memberikan layanan berkualitas dapat meningkatkan loyalitas konsumen, yang berdampak positif terhadap kinerja SPBU itu sendiri. Dalam konteks ini, kepuasan konsumen menjadi kunci utama dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis SPBU di berbagai daerah, termasuk Bojonegoro.

Bojonegoro, sebagai salah satu daerah yang memiliki banyak SPBU, menghadapi tantangan dalam menjaga standar kualitas layanan yang sesuai dengan harapan konsumen. SPBU

yang tersebar di berbagai lokasi di Bojonegoro memiliki karakteristik yang berbeda, baik dari sisi fasilitas, waktu operasional, maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Meskipun jumlah SPBU yang cukup banyak, tidak semua konsumen merasa puas dengan layanan yang ada, sehingga penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi mereka.

Kajian teoritis dalam penelitian ini mencakup teori pelayanan, terutama yang berkaitan dengan model SERVQUAL. Model ini menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Teori ini memberikan dasar untuk menganalisis kualitas layanan yang dihadirkan oleh SPBU dan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi persepsi konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, beberapa studi telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di berbagai daerah di Indonesia. Penelitian Reza et al. (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 44.522.23, Janegara, dengan 62,50% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Selain itu, penelitian Sulistyorini & Gunaningrat (2022) di SPBU 44.575.17 Bulakrejo menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, terutama melalui dimensi keandalan. Penelitian Nirwana et al. (2024) menekankan pentingnya digitalisasi dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, dengan kedua variabel ini menjelaskan 52,9% variasi dalam kepuasan pelanggan. Sementara itu, Maryatna & Lestariningsih (2024) menunjukkan bahwa lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di SPBU Pertamina 54.601.106 Jalan Tidar, Surabaya, dengan kontribusi signifikan dari ketiga variabel tersebut.

Selain itu, penelitian Praktica & Marsudi (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen, dengan kepuasan pelanggan berfungsi sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan loyalitas. Temuan Rantung & Harianto (2024) di SPBU 7490210 Galangan Kapal Makassar juga menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli ulang, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa manajemen SPBU perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, serta digitalisasi dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas serta minat beli ulang.

Namun, meskipun terdapat banyak penelitian yang membahas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di SPBU, masih ada gap yang signifikan, khususnya dalam penelitian yang lebih terfokus pada wilayah tertentu, seperti Bojonegoro. Penelitian terdahulu umumnya tidak secara spesifik mengkaji tantangan dan peluang yang ada di SPBU daerah tertentu. Misalnya, meskipun penelitian Abdurrahman (2022) dan Aziz (2021) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, mereka belum menyentuh karakteristik lokal seperti kondisi sosial, budaya, dan infrastruktur yang memengaruhi persepsi konsumen di daerah tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan fokus pada persepsi konsumen di Bojonegoro, untuk menggali lebih dalam tantangan serta peluang dalam meningkatkan kualitas layanan SPBU yang sesuai dengan konteks lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan menilai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, tetapi juga akan mengidentifikasi masalah yang spesifik bagi daerah Bojonegoro yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, meskipun telah ada upaya untuk meningkatkan kualitas layanan SPBU di berbagai daerah, penelitian spesifik tentang persepsi konsumen terhadap layanan SPBU di Bojonegoro belum banyak dilakukan. Penelitian yang ada sering kali bersifat umum dan belum mengidentifikasi tantangan serta peluang yang ada di tingkat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan fokus pada Bojonegoro.

Gap analysis yang ditemukan dalam penelitian ini adalah perbedaan antara harapan konsumen (*das sollen*) dan kenyataan yang ada di lapangan (*das sein*) terkait kualitas layanan di SPBU Bojonegoro. Beberapa masalah yang sering dikeluhkan oleh konsumen meliputi lamanya waktu antrian, kualitas fasilitas, serta sikap petugas SPBU yang dianggap kurang ramah. Hal ini menjadi tantangan utama dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman bagaimana persepsi konsumen terhadap layanan SPBU di Bojonegoro, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan yang ada. Dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, penelitian ini akan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki dan bagaimana cara untuk mengoptimalkan pengalaman konsumen di SPBU.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap layanan SPBU di Bojonegoro dan mengidentifikasi tantangan serta peluang dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan memahami persepsi konsumen secara mendalam, diharapkan SPBU di Bojonegoro dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan kinerja SPBU secara keseluruhan.

## **KAJIAN TEORI**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen terhadap layanan yang diterima, yang dipengaruhi oleh perbandingan antara harapan konsumen dan pengalaman mereka selama proses pelayanan. Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2022) mengembangkan pemahaman lebih lanjut tentang model SERVQUAL yang menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kualitas pelayanan tidak hanya bergantung pada karakteristik fisik atau produk, tetapi juga pada interaksi manusiawi yang terjadi antara pelanggan dan petugas layanan.

Kotler dan Keller (2022) menekankan bahwa kualitas pelayanan di sektor jasa, seperti SPBU, sangat dipengaruhi oleh pengalaman langsung konsumen terhadap layanan yang diberikan. Mereka menyarankan penggunaan teknologi dalam memperbaiki kualitas pelayanan, seperti aplikasi atau sistem pemantauan, yang memungkinkan peningkatan efisiensi dan transparansi dalam pelayanan. Hal ini semakin relevan dengan perkembangan digitalisasi yang dapat mengubah standar kualitas pelayanan di sektor seperti SPBU, di mana teknologi dapat mempengaruhi kecepatan layanan dan kenyamanan konsumen.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen yang muncul setelah membandingkan harapan mereka dengan kenyataan yang diterima dalam pelayanan. Solomon (2021) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh proses pelayanan yang melibatkan berbagai elemen seperti waktu tunggu, interaksi dengan petugas, dan fasilitas yang tersedia. Kepuasan akan tercapai jika konsumen merasa bahwa kebutuhan mereka dipenuhi secara baik oleh penyedia layanan, dan hal ini berlaku juga dalam konteks SPBU, di

mana pengalaman konsumen selama pengisian bahan bakar, interaksi dengan petugas, dan kecepatan pelayanan sangat menentukan tingkat kepuasan mereka.

Oliver (2021) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen muncul dari perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap hasil yang diterima. Jika pengalaman yang diterima lebih buruk daripada yang diharapkan, konsumen akan merasa kecewa. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan seperti SPBU untuk mengetahui harapan konsumen dan berusaha untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan tersebut. Dalam hal ini, kepuasan konsumen akan mengarah pada loyalitas dan rekomendasi positif terhadap SPBU tersebut, yang menjadi keuntungan bagi penyedia layanan.

### **Persepsi Konsumen**

Persepsi konsumen merupakan pandangan atau evaluasi yang terbentuk berdasarkan pengalaman atau informasi yang diterima mengenai suatu layanan atau produk. Schiffman dan Kanuk (2021) menyatakan bahwa persepsi konsumen terbentuk tidak hanya berdasarkan pengalaman langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, dan budaya. Persepsi ini kemudian akan menentukan sikap konsumen terhadap layanan yang diterima, apakah positif atau negatif. Dalam konteks SPBU, persepsi konsumen bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas bahan bakar, kebersihan, dan sikap petugas.

Lamb, Hair, dan McDaniel (2022) menjelaskan bahwa persepsi konsumen terhadap suatu merek atau layanan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima serta citra yang dibangun oleh penyedia layanan. Mereka menekankan bahwa perusahaan atau penyedia layanan harus berfokus pada membangun persepsi positif konsumen melalui pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan. Dalam hal ini, SPBU harus memahami bahwa persepsi negatif terkait dengan waktu tunggu yang lama atau pelayanan yang tidak ramah dapat merusak citra mereka dan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam persepsi konsumen terhadap kualitas layanan di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan desain studi kasus untuk menggali pengalaman, pandangan, dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh SPBU di daerah tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan konsumen yang memiliki pengalaman langsung menggunakan layanan SPBU serta observasi terhadap interaksi konsumen dengan petugas dan fasilitas SPBU. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi tema-tema yang muncul dari wawancara dan observasi untuk mengungkapkan tantangan serta peluang dalam meningkatkan kualitas layanan di SPBU Bojonegoro.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan di SPBU Bojonegoro**

Berdasarkan hasil survei, mayoritas konsumen di SPBU Bojonegoro mengungkapkan bahwa mereka memiliki harapan tinggi terhadap kualitas layanan, khususnya terkait dengan kecepatan pelayanan dan keramahan petugas. Kecepatan dalam pelayanan menjadi faktor penting, karena konsumen menginginkan pengisian bahan bakar yang cepat dan efisien. Selain itu, keramahan petugas juga diharapkan dapat meningkatkan pengalaman konsumen. Namun, kenyataannya, beberapa konsumen merasa kecewa dengan waktu antrian yang cukup lama dan

beberapa keluhan mengenai sikap petugas yang kurang ramah. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan yang signifikan antara harapan dan kenyataan yang ada di lapangan.

Kualitas pelayanan yang dipersepsikan oleh konsumen sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung dengan petugas dan fasilitas fisik yang tersedia di SPBU. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas di SPBU sudah memadai dalam hal kebersihan dan kenyamanan, waktu tunggu yang lama menjadi masalah yang sering dikeluhkan konsumen. Dalam teori SERVQUAL, dimensi tangibles dan responsiveness sangat berperan dalam menciptakan kesan positif terhadap layanan. Konsumen merasa bahwa waktu tunggu yang terlalu lama mengurangi nilai dari pelayanan yang diberikan, meskipun secara fisik SPBU sudah memiliki fasilitas yang memadai.

Selain itu, meskipun kebersihan dan kenyamanan fasilitas cukup diperhatikan, ada beberapa keluhan terkait dengan sikap petugas yang dianggap kurang ramah dan kurang responsif terhadap kebutuhan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi empathy dan assurance dalam kualitas layanan perlu lebih ditingkatkan. Persepsi konsumen terhadap layanan di SPBU Bojonegoro mengungkapkan adanya ruang yang besar untuk perbaikan dalam hal interaksi antara petugas dan konsumen. Dengan memperbaiki sikap petugas dalam memberikan pelayanan, diharapkan bisa mengurangi kesenjangan persepsi yang ada di antara konsumen dan harapan mereka terhadap kualitas layanan.

## **2. Tantangan dan Peluang dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SPBU di Bojonegoro**

Dari hasil analisis gap yang dilakukan, tantangan terbesar yang dihadapi oleh SPBU di Bojonegoro adalah lamanya waktu antrian yang dirasakan oleh konsumen. Waktu antrian yang lama dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen karena mereka merasa tidak efisien dan terbuang sia-sia. Selain itu, meskipun fasilitas fisik di SPBU Bojonegoro sudah cukup baik, terdapat keluhan terkait dengan kebersihan dan kenyamanan tempat yang tidak selalu terjaga dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan fasilitas SPBU masih perlu diperhatikan lebih lanjut, terutama dalam hal kebersihan dan perawatan yang berkala.

Namun, penelitian ini juga menemukan peluang untuk perbaikan yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola SPBU di Bojonegoro. Salah satu peluang terbesar adalah dengan mengimplementasikan teknologi untuk meningkatkan efisiensi pelayanan, seperti penggunaan sistem antrian berbasis digital atau self-service kiosk untuk mempercepat proses transaksi. Dengan sistem yang lebih terintegrasi, waktu tunggu bisa dipangkas secara signifikan, sehingga konsumen tidak merasa kecewa. Selain itu, penggunaan teknologi juga bisa mempermudah petugas dalam memberikan informasi lebih cepat dan akurat kepada konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas interaksi antara petugas dan konsumen.

Peluang lain yang dapat dimanfaatkan adalah pelatihan berkala bagi petugas SPBU mengenai komunikasi efektif dan pelayanan yang ramah. Sebagian besar keluhan yang disampaikan oleh konsumen terkait dengan sikap petugas yang kurang ramah atau tidak responsif. Oleh karena itu, pelatihan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi petugas dan mengajarkan mereka cara menghadapi konsumen dengan lebih sabar dan ramah sangat penting. Dengan adanya pelatihan yang berkelanjutan, petugas dapat lebih memahami pentingnya menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang pada akhirnya akan memperbaiki citra SPBU di mata masyarakat dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

## **3. Usulan Perbaikan untuk Meningkatkan Kualitas Layanan**

Berdasarkan temuan-temuan yang ada, penelitian ini mengusulkan agar manajemen SPBU Bojonegoro dapat lebih fokus pada aspek interaksi petugas dengan konsumen. Pengelolaan sumber daya manusia di SPBU, khususnya dalam hal peningkatan keterampilan komunikasi dan pelayanan, perlu mendapat perhatian lebih. Peningkatan pelatihan dalam hal komunikasi yang

ramah dan efektif dapat membantu mengurangi keluhan terkait sikap petugas. Dalam hal ini, petugas yang lebih terlatih dapat berperan besar dalam menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas mereka.

Selain itu, penggunaan teknologi untuk mempercepat proses transaksi dan mempermudah layanan juga sangat dianjurkan. Penerapan sistem antrian berbasis digital yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pemesanan atau pembayaran lebih awal dapat membantu mengurangi waktu tunggu. Teknologi ini juga memungkinkan pengelola SPBU untuk lebih mengatur dan memonitor antrian dengan lebih efisien, serta mengurangi beban kerja petugas dalam melayani konsumen. Dengan langkah-langkah seperti ini, diharapkan konsumen dapat merasa lebih dihargai dan proses pelayanan menjadi lebih cepat dan efisien.

Manajemen SPBU juga disarankan untuk memperhatikan secara serius kebersihan dan kenyamanan fasilitas, dengan melakukan pemeliharaan yang rutin dan memastikan kebersihan di area publik seperti ruang tunggu dan toilet. Kebersihan yang terjaga dengan baik dapat meningkatkan citra SPBU dan memberikan rasa nyaman bagi konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan. Selain itu, pengelolaan fasilitas yang lebih baik akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, dan ini dapat meningkatkan tingkat kepuasan serta loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Dengan langkah-langkah perbaikan tersebut, diharapkan kualitas layanan di SPBU Bojonegoro dapat meningkat, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penyempurnaan dalam aspek teknologi, pelayanan, serta fasilitas fisik dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen dan membawa dampak positif bagi pengelola SPBU.

#### **4. Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan di SPBU Bojonegoro secara keseluruhan masih dapat ditingkatkan, terutama dalam hal kecepatan pelayanan dan sikap petugas. Sebagian besar konsumen mengeluhkan waktu tunggu yang lama dan kurangnya keramahan petugas. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa waktu tunggu dan interaksi dengan petugas merupakan faktor penting dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan (Reza et al., 2023). Dengan demikian, penelitian ini mendukung temuan-temuan sebelumnya yang menekankan pentingnya efisiensi dan keterampilan interpersonal petugas dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Kebersihan dan kenyamanan fasilitas juga menjadi perhatian utama dalam penelitian ini, meskipun mayoritas konsumen menilai fasilitas sudah memadai. Beberapa konsumen mengeluhkan kebersihan fasilitas yang tidak selalu terjaga dengan baik, terutama di area-area tertentu. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sulistyorini & Gunaningrat (2022) yang menekankan bahwa elemen fisik seperti kebersihan dan kenyamanan fasilitas berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Dalam hal ini, pengelolaan fasilitas yang baik dan rutin sangat diperlukan untuk menjaga kepuasan konsumen di SPBU Bojonegoro. Selain itu, penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi pelayanan menjadi salah satu peluang yang ditemukan dalam penelitian ini. Penerapan sistem pembayaran digital dan antrian berbasis online dapat membantu mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan pengalaman konsumen. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nirwana et al. (2024), yang menemukan bahwa teknologi dapat meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional dalam industri layanan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan tambahan yang mendukung perkembangan strategi pelayanan yang lebih berbasis teknologi di SPBU.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan di SPBU Bojonegoro masih perlu perbaikan, terutama dalam hal kecepatan pelayanan, keramahan petugas, serta kebersihan fasilitas. Meskipun sebagian besar konsumen merasa puas dengan fasilitas yang ada, waktu tunggu yang lama dan interaksi yang kurang ramah dengan petugas menjadi tantangan utama yang mempengaruhi persepsi konsumen. Penelitian ini juga menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan kualitas layanan melalui penerapan teknologi yang dapat mempercepat proses pelayanan dan mengurangi antrian. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen di SPBU Bojonegoro, dan memberikan kontribusi terhadap pemahaman lebih lanjut tentang kualitas layanan di sektor ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2022). *MKTG: Principles of Marketing* (14th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- 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 (JIRM)*, 13(9).
- Nirwana, I., Yeni, A., & Hijrah, T. A. (2024). Pengaruh Kepuasan Konsumen SPBU melalui Digitalisasi dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(2), 405–414.
- Oliver, R. L. (2021). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Prastica, S. B., & Marsudi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di SPBU Lemah Bang Sragen. *MUARA: Jurnal Manajemen Pelayanan Nasional*, 6(1).
- 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), 1406–1423.
- Reza, A. N., Syaifulloh, M., & Iskandar, K. (2023). Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada SPBU 44.522. 23 Janegara. *Journal of Law, Education and Business*, 1(2), 463–474.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Consumer Behavior* (12th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- 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.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2022). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.