

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SPBU TERHADAP
KEPERCAYAAN KONSUMEN DI BOJONEGORO
PASCA TEMUAN KASUS OPLOSAN BBM PERTAMINA**

SKRIPSI



Oleh :

ADITYA RIYANTO

NIM. 21010034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SPBU TERHADAP
KEPERCAYAAN KONSUMEN DI BOJONEGORO
PASCA TEMUAN KASUS OPLOSAN BBM PERTAMINA**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

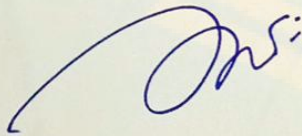
Oleh :

ADITYA RIYANTO

NIM. 21010034

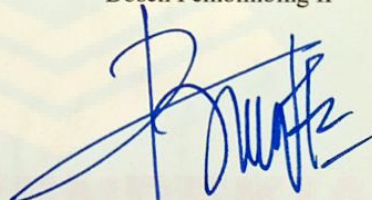
Menyetujui :

Dosen Pembimbing I



Ahmad Saifuriza Effasa, S.H.I., MM.
NUPTK. 2857766667137052

Dosen Pembimbing II



Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM.
NUPTK. 3754753654230072

Dipertahankan di Depan panitia Penguji
Skripsi Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama Mahasiswa : Aditya Riyanto

NIM : 21010034

Disetujui dan diterima pada :

Hari, tanggal : Minggu , 24 Agustus 2025

Tempat : STIE Cendekia Bojonegoro

Dewan Penguji Skripsi :

1. Ketua Penguji : Latifah Anom, SE., MM. (.....)


2. Sekretaris Penguji : Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM (.....)


3. Anggota Penguji : Fatkur Mu'in, Sag.,MM. (.....)

Disahkan Oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua


Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak.
NUPTK.7837753654232242



MOTTO

Satu Halaman Sehari, Seribu halaman babarpisan

(Aditya Riyanto)

Kupersembahkan Untuk :

ALLAH SWT.

Diriku sendiri yang bertahan sampai saat ini,

Keluarga yang telah mendukung,

Dan Seluruh orang yang telah membantu dalam pembuatan.

ABSTRAK

Riyanto, A. 2025. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Spbu Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Bojonegoro Pasca Temuan Kasus Oplosan BBM Pertamina. Skripsi*. Manajemen. STIE Cendekia. Ahmad Saifuriza Effasa, SHI., MM., selaku pembimbing satu dan Dr. Ari Kuntardina, ST., MM., selaku pembimbing dua.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, SPBU, Pertamina, skandal BBM.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) terhadap kepercayaan konsumen di Bojonegoro pasca skandal Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina yang menurunkan kepercayaan publik terhadap layanan SPBU. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, penelitian ini melibatkan 61 responden yang dipilih melalui purposive sampling, yakni konsumen SPBU Pertamina yang melakukan pengisian BBM setelah skandal terjadi. Variabel independen terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 63,1%. Secara parsial, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh signifikan, sedangkan *empathy* menjadi faktor dominan dalam membentuk kepercayaan konsumen. Sementara itu, *tangible* dan *reliability* berpengaruh namun tidak signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa pemulihan kepercayaan pasca-skandal lebih efektif dilakukan melalui peningkatan perhatian personal, komunikasi yang baik, dan kecepatan respons layanan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen SPBU Pertamina untuk memprioritaskan pelatihan soft skill petugas, memperkuat jaminan mutu layanan, serta menjaga fasilitas fisik guna mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan dan tantangan reputasi.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Aditya Riyanto
NIM : 21010034
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 19 Januari 2003
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : SMK Negeri Purwosari
Nama Orangtua/Wali : Kasno
Alamat Rumah : Ds. Gamongan, RT 002 RW 004
Kec. Tambakrejo, Kab. Bojonegoro
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan SPBU Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Bojonegoro Pasca skandal BBM Pertamina.

Bojonegoro, 13 Agustus 2025

Penulis



(Aditya Riyanto)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Riyanto

NIM : 21010034

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan SPBU Terhadap Kepercayaan Konsumen Pasca Penemuan Kasus Oplosan BBM Pertamina", adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar sarjana Manajemen yang saya terima dari STIE CENDEKIA untuk ditinjau kembali.

Bojonegoro, 27 Juli 2025
Yang Menyatakan:



Aditya Riyanto
NIM. 21010034

**KATA
PENGANTAR**

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT dan sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi Sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen. Selain itu bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan juga menambah wawasan bagi pembaca.


Penulis ucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Nurul Mazidah, SE., MSA, Ak, selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Ahmad Saifuriza Effasa, SHI., MM. dan Ibu Dr. Ari Kuntardina, ST., MM., selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan petunjuk yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para Dosen, karyawan, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Orantuku tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya yang sangat berarti bagi penulis.
6. Juga pihak lain yang terkait dalam penulisan skripsi ini.

Kemudian sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kelemahan dan kekurangan. Untuk itu penulis harapan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai pendidikan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Bojonegoro, 13 Agustus 2025

Penulis


(Aditya Riyanto)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

ABSTRAK..... v

BIODATA PENULIS..... vi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... vii

KATA PENGANTAR..... viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi dan Cakupan Masalah 9

C. Rumusan Masalah 10

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori..... 13

B. Kajian Empiris 19

C. Kerangka Berpikir 21

D. Hipotesis 22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 24

A. Metode dan Teknik Penelitian 24

B. Jenis dan Sumber Data	24
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	27
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	29
E. Definisi Operasional.....	31
F. Metode dan Teknik Analisis Data.....	32
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian	39
B. Hasil Penelitian dan Analisa Data.....	41
C. Pembahasan	47
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
 DAFTAR PUSTAKA.....	57
 LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Operasional Variabel.....	31
Tabel 2. Hasil Output Uji Validitas	41
Tabel 3. Hasil Output Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4. Hasil Output Uji Normalitas	42
Tabel 5. Hasil Output Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 6. Hasil Output Uji Heterokedastisitas	44
Tabel 7. Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 8. Hasil Output Uji Parsial.....	46
Tabel 9. Hasil Output Uji Simultan	47
Tabel 10. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi	47


DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir	22



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Tabulasi Data	61
Lampiran 2. Hasil Output Uji SPSS	62



STIE CENDEKIA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini persaingan di dunia perdagangan semakin dinamis. Hal tersebut mendorong banyaknya bermunculan perusahaan, baik itu dibidang jasa atau barang. Para pelaku usaha berlomba-lomba berupaya memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga para produsen dapat memastikan bahwa pelanggan (customer) nya tetap loyal meski terjadi perubahan. Selera konsumen dan perubahan yang terjadi dilingkungan sekitar turut adil di dalamnya. Para pengusaha harus jeli memanfaatkan peluang bisnis yang ada, mengidentifikasi kebutuhan individu untuk mendapatkan dan menggunakan barang maupun jasa di dalam proses keputusan pembelian konsumen. Perusahaan tentu saja ingin mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang diinginkan.

Di Indonesia, kebutuhan terhadap bahan bakar minyak (BBM) sangat tinggi dan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor, mobilitas masyarakat, serta perkembangan sektor industri dan logistik. Menurut data Kementerian ESDM, konsumsi BBM nasional rata-rata mencapai lebih dari 1,3 juta barel per hari. Ketersediaan dan distribusi BBM menjadi aspek krusial dalam mendukung keberlangsungan ekonomi nasional. Dalam konteks ini, PT Pertamina (Persero) memegang peranan strategis sebagai penyedia terbesar BBM di Indonesia, mencakup hampir seluruh rantai distribusi mulai dari kilang, terminal, hingga penyaluran di SPBU. Oleh karena

itu, tingkat kepercayaan terhadap kualitas layanan Pertamina sangat menentukan stabilitas pasokan energi nasional dan kepercayaan masyarakat.

Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, kualitas layanan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Sektor bahan bakar minyak (BBM) di Indonesia, yang diwakili oleh Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU), merupakan salah satu industri yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari masyarakat. SPBU tidak hanya berfungsi sebagai tempat pengisian bahan bakar, tetapi juga sebagai titik interaksi antara perusahaan dan konsumen. Oleh karena itu, kualitas layanan yang diberikan oleh SPBU sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Kepercayaan konsumen menurut Mowen (2012:312) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Menurut Mowen (2012:312) indikator kepercayaan dapat diukur dengan indikator: konsisten dalam kualitas, mengerti keinginan konsumen, komposisi informasi dengan kualitas produk, kepercayaan konsumen, produk yang handal. Oleh karena itu, kualitas layanan SPBU menjadi parameter penting dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama pasca berbagai isu dan tantangan yang mendera perusahaan. Pelayanan yang cepat, tepat, aman, serta disertai komunikasi yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dan membantu memulihkan citra perusahaan di mata publik.

Kepercayaan telah mendapat banyak perhatian penelitian dan telah

diidentifikasi sebagai suatu kunci penggerak kesuksesan (Jarvenpaa & Staples, 2000). Konsumen yang telah memiliki kepercayaan terhadap suatu produk/merek, akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk/merek tersebut. Kepercayaan menurut Mayer *et al.* (2007) merupakan kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Indikator kepercayaan terdiri dari kemampuan, niat baik dan integritas pemasar, serta emosi konsumen.

Kualitas layanan merupakan salah satu aspek penting dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen. Dalam konteks industri bahan bakar minyak (BBM) di Indonesia, Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) memiliki peran yang sangat vital. SPBU tidak hanya berfungsi sebagai tempat pengisian bahan bakar, tetapi juga sebagai titik interaksi antara perusahaan dan konsumen. Oleh karena itu, kualitas layanan yang diberikan oleh SPBU dapat memengaruhi kepuasan dan kepercayaan konsumen secara signifikan.

Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir, kepercayaan publik terhadap Pertamina mengalami guncangan serius akibat sejumlah pemberitaan negatif. Salah satu yang paling mencolok adalah kasus pengoplosan BBM Pertamina yang diungkap oleh Kejaksaan Agung pada awal tahun 2025. Dalam kasus ini, diduga terjadi penggantian kualitas bahan bakar jenis Pertamina (RON 92) dengan Peralite (RON 90) oleh sejumlah petinggi Pertamina, yang

menimbulkan potensi kerugian negara hingga Rp 965 triliun dalam periode 2018–2023. Temuan ini bukan berasal dari investigasi media, melainkan dari proses hukum resmi, yang memperparah persepsi publik karena dianggap telah terjadi pembohongan secara sistematis (Arfandi, 2025). Selain itu, LBH Jakarta juga mencatat bahwa dalam empat hari pasca mencuatnya kasus ini, sebanyak 526 pengadu dari masyarakat melaporkan kerusakan kendaraan dan peningkatan biaya akibat dugaan kualitas BBM yang buruk. Masyarakat bahkan menyuarkan gugatan warga negara (*citizen lawsuit*) dan class action karena menurunnya kepercayaan terhadap mekanisme pengawasan dan akuntabilitas Pertamina serta pemerintah (Fadhil, 2025).

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) merupakan bagian integral dari infrastruktur energi nasional yang menjadi penghubung utama antara perusahaan penyedia energi dan konsumen. Dalam konteks Indonesia, PT Pertamina (Persero) memegang peranan sentral sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertanggung jawab dalam distribusi dan pemasaran Bahan Bakar Minyak (BBM) melalui jaringan SPBU yang tersebar di seluruh penjuru tanah air. Kepercayaan konsumen terhadap layanan SPBU Pertamina menjadi krusial mengingat peran vital BBM dalam mendukung mobilitas dan aktivitas ekonomi masyarakat.

Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir, kepercayaan publik terhadap Pertamina sempat mengalami guncangan akibat berbagai temuan kasus dan polemik yang muncul di ranah publik, terutama yang berkaitan dengan distribusi dan transparansi harga BBM.

Temuan kasus Pertamina oplosan mencuat ke publik setelah Kejaksaan Agung mengungkap dugaan manipulasi kualitas BBM oleh sejumlah petinggi Pertamina, termasuk Riva Siahaan, yang diduga mengganti Pertamina (RON 92) dengan Peralite (RON 90), mengakibatkan potensi kerugian negara hingga Rp 965 triliun dalam periode 2018–2023. Informasi ini bukan berasal dari investigasi media, melainkan dari proses hukum resmi, sehingga publik merasa dibohongi secara sistematis. Estimasi awam pun menunjukkan besarnya dampak kerugian yang setara dengan konsumsi Pertamina nasional selama lebih dari delapan tahun, memperkuat rasa frustrasi masyarakat terhadap integritas Pertamina dan pengelolaan sektor migas nasional, (Arfandi, 2025).

Kualitas Bahan Bakar Minyak (BBM) merupakan aspek krusial dalam mendukung aktivitas transportasi dan kehidupan masyarakat secara luas. Di tengah meningkatnya perhatian publik terhadap mutu BBM, PT Pertamina (Persero) sebagai penyedia utama energi di Indonesia, menghadapi tantangan dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produknya. Menyadari pentingnya transparansi dan akuntabilitas, Pertamina melalui Direktur Utama Simon Aloysius Mantiri menyampaikan komitmennya untuk melibatkan pihak ketiga atau lembaga independen dalam proses pengujian kualitas BBM di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU). Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa mutu BBM yang disalurkan sesuai dengan standar yang ditetapkan pemerintah serta untuk meningkatkan kepercayaan publik. Sebelumnya, LEMIGAS sebagai lembaga resmi di bawah Kementerian ESDM telah melakukan serangkaian uji laboratorium terhadap

sampel BBM di berbagai wilayah seperti Jakarta, Bogor, Depok, dan Tangerang Selatan, dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh sampel berada dalam batas mutu yang dipersyaratkan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam efektivitas keterlibatan pihak ketiga dalam pengujian kualitas BBM sebagai upaya strategis dalam meningkatkan transparansi, mutu layanan, dan kepercayaan masyarakat terhadap Pertamina, (Simon Aloysius Mantiri, 2025).

LBH Jakarta mengungkapkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap Pertamina menurun drastis akibat dugaan pengoplosan BBM Pertamina. Dalam empat hari, 526 pengadu melaporkan berbagai keluhan, mulai dari kerusakan kendaraan hingga peningkatan biaya akibat kualitas BBM yang diragukan. Masyarakat cenderung skeptis terhadap penyelesaian kasus ini, bahkan ada yang mengusulkan pembubaran Pertamina. LBH menyoroti hilangnya kepercayaan terhadap mekanisme pengawasan pemerintah dan Pertamina, serta tengah mempertimbangkan langkah hukum, baik melalui gugatan warga negara (citizen lawsuit) terhadap negara jika ditemukan kelalaian regulasi, maupun class action jika ditemukan masalah pada implementasi kebijakan. Mereka juga menuntut pemeriksaan independen yang melibatkan publik, bukan hanya klaim sepihak dari Pertamina, (Fadhil, 2025).

Kualitas layanan dalam konteks SPBU mencakup berbagai aspek, mulai dari kecepatan pelayanan, ketepatan takaran BBM, kebersihan area SPBU, keramahan petugas, keamanan transaksi, hingga transparansi harga dan informasi. Dalam situasi pasca-skandal, kualitas layanan menjadi indikator

penting yang mampu memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen dalam memilih SPBU untuk mengisi bahan bakar. Dalam teori pemasaran jasa, kualitas layanan merupakan determinan utama dalam pembentukan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, apabila kualitas layanan dapat dijaga atau bahkan ditingkatkan setelah terjadinya temuan kasus, maka besar kemungkinan kepercayaan konsumen dapat dipulihkan.

Penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana pengaruh kualitas layanan SPBU terhadap kepercayaan konsumen pasca temuan kasus BBM Pertamina, khususnya di daerah Bojonegoro. Wilayah Bojonegoro dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan daerah penyangga ekonomi dengan aktivitas transportasi yang cukup tinggi, baik di jalur antar kota maupun kawasan industri energi yang tumbuh pesat. Bojonegoro juga dikenal sebagai wilayah penghasil migas, sehingga ketergantungan terhadap bahan bakar sangat besar. Selain itu, tingkat keberadaan SPBU Pertamina yang padat di wilayah ini memungkinkan observasi lebih kaya terhadap variasi kualitas pelayanan dan persepsi konsumen secara representatif. Dengan demikian, Bojonegoro dapat mencerminkan dinamika yang relevan dan kontekstual dalam melihat dampak skandal BBM terhadap kepercayaan konsumen.

Dalam penelitian ini, data sekunder juga digunakan untuk memperkuat analisis, di antaranya berupa data jumlah pelanggan yang berpindah ke produk BBM lain (non-Pertamina) pasca skandal, yang diperoleh dari laporan distribusi BBM di wilayah Bojonegoro. Selain itu, data pengaduan masyarakat terkait kerusakan kendaraan akibat dugaan kualitas BBM yang buruk turut

dianalisis, sebagaimana dilaporkan oleh LBH Jakarta yang mencatat sedikitnya 526 aduan hanya dalam empat hari setelah skandal Pertamina mencuat. Penelitian ini juga memperhatikan kebijakan terbaru Pertamina terkait pelibatan pihak ketiga dalam pengambilan dan pengujian sampel BBM di SPBU, sebagai bentuk respon perusahaan terhadap krisis kepercayaan publik. Data tersebut menjadi bagian penting dalam menilai bagaimana kebijakan dan dinamika pasca-skandal memengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan SPBU

Dalam era informasi digital yang serba cepat, persepsi konsumen terhadap suatu institusi sangat mudah terpengaruh oleh pemberitaan, opini publik, serta pengalaman pribadi atau orang lain. Oleh karena itu, penting untuk melihat apakah SPBU-SPBU yang beroperasi di bawah naungan Pertamina berhasil mempertahankan atau bahkan memperbaiki kualitas layanannya guna membangun kembali kepercayaan masyarakat. Temuan dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam kajian perilaku konsumen dan manajemen layanan, tetapi juga menjadi masukan praktis bagi pengelola SPBU dan PT Pertamina dalam menyusun strategi pemulihan citra dan penguatan loyalitas pelanggan.

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti mengenai kualitas pelayanan dan untuk mengetahui betapa pentingnya efek atau keadaan yang terjadi setelah konsumen percaya kepada pihak SPBU, kualitas pelayanan pada SPBU di Bojonegoro dalam upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan maka

perlu dilakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan SPBU terhadap Kepercayaan Konsumen Pasca Temuan Kasus Oplosan BBM Pertamina ”.

B. Identifikasi dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

- a. Terjadinya temuan kasus mengenai oplosan BBM Pertamina mengakibatkan turunnya Tingkat kepercayaan konsumen terhadap SPBU Pertamina, khususnya dalam hal kejujuran dan transparansi dalam pengisian bahan bakar.
- b. Munculnya keraguan dari konsumen terhadap pelayanan SPBU, terutama menyangkut takaran pengisian BBM dan kualitas layanan yang diterima.
- c. Kualitas pelayanan SPBU dipertanyakan konsumen pasca terjadinya kasus oplosan, dan hal ini berpotensi memengaruhi keputusan pembelian serta loyalitas terhadap merek Pertamina.

2. Cakupan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas ke luar fokus utama, maka cakupan masalah dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

- a. Penelitian hanya difokuskan pada konsumen SPBU Pertamina di wilayah Bojonegoro yang melakukan pengisian bahan bakar pasca skandal BBM Pertamina.

- b. Variabel independen yang diteliti terbatas pada lima dimensi kualitas pelayanan berdasarkan model SERVQUAL, yaitu: tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.
- c. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepercayaan konsumen terhadap SPBU Pertamina setelah munculnya temuan kasus BBM.
- d. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen SPBU di Bojonegoro, sedangkan data sekunder berasal dari laporan resmi, berita, serta publikasi terkait temuan kasus BBM Pertamina.
- e. Penelitian ini tidak membahas faktor eksternal lain di luar variabel penelitian, seperti harga BBM, kebijakan pemerintah, atau persaingan dengan SPBU non-Pertamina

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas layanan SPBU Pertamina pasca terjadinya kasus oplosan BBM ?
2. Sejauh mana pengaruh kualitas layanan SPBU terhadap kepercayaan konsumen pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina di Bojonegoro ?
3. Aspek pelayanan apa saja yang paling berpengaruh dalam membentuk kembali kepercayaan konsumen terhadap SPBU Pertamina ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan SPBU, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepercayaan konsumen secara parsial.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan SPBU secara simultan melalui kelima dimensi SERVQUAL terhadap tingkat kepercayaan konsumen.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoretis

1. Bagi Pembaca

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan mengenai penelitian pemasaran. Terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap.

2. Bagi Peneliti

a. Sebagai penerapan praktikum dari teori-teori yang telah didapat peneliti di bangku kuliah serta menambah wawasan tentang kegiatan pemasaran khususnya tentang kepuasan pasien.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan dalam

studi lebih lanjut bagi penulis lainnya dan memberikan tambahan wawasan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan konsumen.

3. Bagi Lembaga Akademik

Membantu perkembangan ilmu pengetahuan tentang meningkatkan mutu kualitas pelayanan konsumen dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama di kemudian hari.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi manajemen PT Pertamina dan pengelola SPBU, penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merumuskan kebijakan peningkatan layanan, strategi komunikasi, serta pelatihan karyawan untuk memulihkan kepercayaan masyarakat.
- 2) Bagi pengusaha SPBU swasta, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan daya saing bisnis di tengah persaingan dan tekanan publik.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi baik itu organisasi masa atau negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun dari karya orang lain (Daulay, 2014).

Sementara itu kualitas pelayanan menurut Edyansyah (2016) adalah merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para manajer perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan menurut Krisnawati (2016) kualitas pelayanan adalah merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat

layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Marlius, 2017).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan membuat konsumen atau pelanggan menjadi lebih loyal terhadap jasa yang diberikan, gunanya untuk lebih mendapatkan hasil yang diharapkan oleh perusahaan dalam jangka waktu yang lama.

b. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Arianty (2016) menyatakan ada 3 faktor yang mempengaruhi pelayanan, yaitu:

- 1) Faktor Sumber Daya Manusia (SDM), artinya peranan manusia (karyawan) yang melayani pelanggan dapat berkomunikasi merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka.
- 2) Faktor tersedianya sarana dan prasarana (fisik) yang dimiliki perusahaan, sarana dan prasarana yang digunakan juga harus dapat menunjang apa yang sudah dilakukan oleh manusia.
- 3) Kualitas produk yang disajikan perusahaan, demikian pula dengan kualitas produk yang ditawarkan harus memiliki kelebihan dibanding produk pesaing serta faktor penunjang lainnya.

c. Manfaat dan Tujuan Kualitas Pelayanan

(Kusumasitta, 2014) salah satu faktor yang sangat penting dalam

keberhasilan suatu bisnis maka tentu saja kualitas layanan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya sebagai berikut:

- 1) Layanan yang istimewa (nilai yang benar-benar dialami melebihi harapan konsumen) atau sangat memuaskan merupakan suatu basis untuk menetapkan harga premium.
- 2) Layanan istimewa membuka peluang untuk diversifikasi produk dan harga.
- 3) Menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan loyal tidak hanya potensial untuk penjualan produk yang sudah ada tetapi juga untuk produk produk baru dari perusahaan.
- 4) Pelanggan yang terpuaskan merupakan sumber informasi positif dari perusahaan dan produk-produk bagi pihak luar bahkan mereka dapat menjadi pembela bagi perusahaan khususnya dalam menangkal isu-isu negatif.
- 5) Pelanggan merupakan sumber informasi bagi perusahaan dalam hal intelegensi pemasaran dan pengembangan pelayanan atau produk perusahaan pada umumnya.
- 6) Kualitas yang baik berarti menghemat biaya-biaya seperti biaya untuk memperoleh pelanggan baru, untuk memperbaiki kesalahan, membangun kembali citra karean wanprestasi, dan sebagainya.
- 7) Kualitas pelayanan yang didesain dan implementasikan secara memadai bukan hanya memuaskan pelanggan tetapi juga memberikan kepuasan kerja bagi karyawannya.

Tujuan dari kualitas pelayanan adalah semata-mata untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan membangun relasi serta mendapat aliran laba masa depan yang diharapkan sepanjang pembelian seumur hidup pelanggan (Kotler dan Keller, 2009)

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1988) kinerja kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima hal yakni tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy, yang dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Tangible (berwujud), meliputi fasilitas, peralatan dan perlengkapan yang mendukung pelayanan, serta jumlah tenaga kerja.
- 2) Reliability (keandalan), meliputi kemampuan pekerja lini depan dalam memenuhi janji secara konsisten, serta dapat diandalkan.
- 3) Responsiveness (cepat tanggap), meliputi pelayanan pekerja yang cepat dan tanggap, kemauan yang tinggi dalam membantu.
- 4) Assurance (kepastian), meliputi pengetahuan dan keramah tamahan para pekerja dan kemampuan mereka dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- 5) Emphaty (empati) meliputi, pekerja lini depan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, melakukan komunikasi yang baik serta memahami kebutuhan pelanggan.

2. Kepercayaan Konsumen

a. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen menurut Sangadji (2013) adalah kekuatan

bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Kepercayaan itu sering disebut perkaitan objek-atribut (object-attribute linkage), yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan.

Adapun menurut Jayanti (2015) kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka terhadap tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan konsumen adalah keyakinan yang dimiliki oleh konsumen terhadap atribut tertentu dari suatu produk, yang mencerminkan hubungan antara objek (produk) dan atributnya. Selain itu, kepercayaan juga mencakup kemauan konsumen untuk mempercayai tindakan atau keputusan yang diambil oleh pihak yang dianggap dapat dipercaya, berdasarkan rasa tanggung jawab dan kepercayaan yang ada.

Secara keseluruhan, kepercayaan konsumen mencakup aspek kognitif (keyakinan terhadap atribut produk) dan aspek afektif (rasa percaya terhadap pihak yang terlibat dalam transaksi).

b. Indikator Kepercayaan Konsumen

Gefen dalam Primayanti (2010) menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari 3 komponen, yaitu:

- 1) Integritas (Integrity) Merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti

menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur. Integritas perusahaan tergantung dari konsisten perusahaan dimasa lalu, komunikasi kredibel atau komunikasi tidak kredibel suatu perusahaan pada kelompok lain, dan apakah tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan janji atau kata-kata yang diucapkan perusahaan.

- 2) Kebaikan (Benevolence) Yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang terjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.
- 3) Kompetensi (Competence) Kompetensi merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala keperluannya. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh yang dominan.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen

Adapun menurut Maliyah (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen sebagai berikut.

- 1) Nilai (Value)
- 2) Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan.
- 3) Komunikasi yang terbuka dan teratur.

Sedangkan menurut Molden (2014) terdapat 2 faktor yang membentuk kepercayaan terhadap yang lain yaitu:

- 1) Penilaian terhadap kompetensi atau keandalan perusahaan (perceived competence).
- 2) Penilaian terhadap keadilan dan kejujuran (perceived fairness).

B. Kajian Empiris

Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan, khususnya pada SPBU Pertamina:

1. Pohan (2020) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan SPBU Pertamina di Jakarta” menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan dan kepuasan. Penelitian ini menekankan keterkaitan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan, sementara penelitian yang dilakukan penulis lebih berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina, tanpa menambahkan variabel loyalitas maupun persepsi harga.
2. Ramadhan (2019) dalam skripsinya di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina di Kota Medan” menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel

dependen yang digunakan, yaitu kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian penulis menggunakan kepercayaan konsumen sebagai variabel dependen utama, sehingga lebih menitikberatkan pada aspek pemulihan kepercayaan setelah adanya isu terjadinya kasus oplosan.

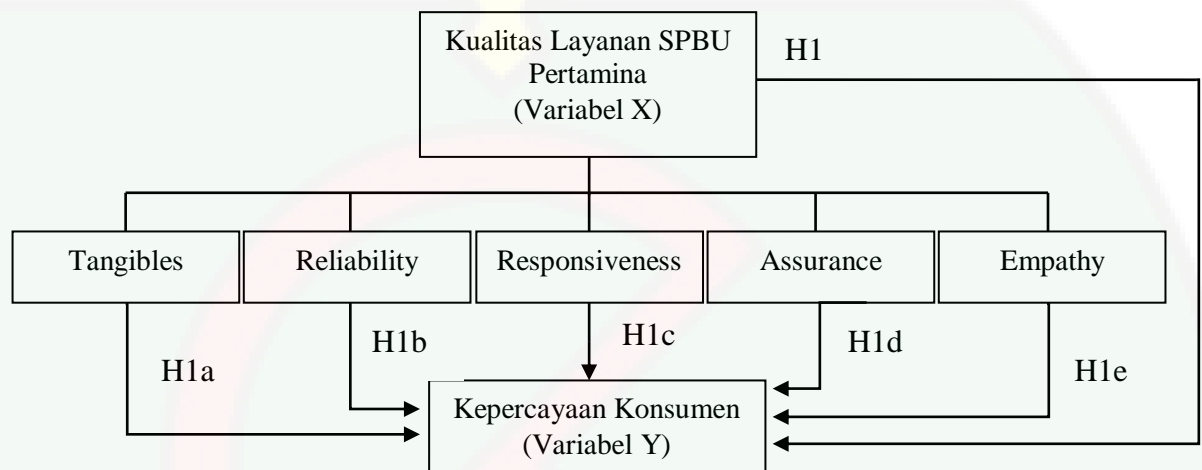
3. Edyansyah (2016) melalui artikelnya “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Panton Labu Aceh Utara” menyebutkan bahwa dimensi responsiveness dan empathy memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen, yang erat kaitannya dengan kepercayaan terhadap penyedia layanan. Penelitian Edyansyah masih terbatas pada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sementara itu, penelitian penulis memperluas analisis dengan menekankan pada kepercayaan konsumen sebagai outcome utama di tengah situasi krisis reputasi.
4. Azura (2012) dalam penelitiannya “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pertamina di Yogyakarta” menemukan bahwa konsistensi pelayanan Pertamina berdampak positif pada kepercayaan dan persepsi pelanggan terhadap kejujuran layanan SPBU. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian Azura dilakukan dalam kondisi normal tanpa adanya isu publik, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada situasi pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina, sehingga konteks permasalahan dan urgensi penelitian lebih menekankan pada aspek pemulihan kepercayaan.
5. Nugroho (2019) dalam penelitiannya “Pengaruh Kualitas Barang dan

Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU COCO 31-164.01” menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan sekaligus kepercayaan pelanggan dalam memilih SPBU. Penelitian Nugroho masih mencampurkan variabel kualitas barang dengan kualitas pelayanan, sedangkan penelitian penulis hanya berfokus pada kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, sehingga lebih spesifik dalam melihat kontribusi tiap dimensi terhadap kepercayaan konsumen.

C. Kerangka Berpikir

Dalam hal pelayanan publik seperti SPBU, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen. Apalagi setelah terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina, persepsi masyarakat terhadap pelayanan menjadi lebih sensitif. Kualitas pelayanan yang baik dapat membentuk kembali kepercayaan konsumen yang sempat terganggu akibat kejadian tersebut. Dalam hal ini, kualitas pelayanan berdasarkan model SERVQUAL yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* menjadi landasan utama dalam mengukur persepsi konsumen terhadap layanan SPBU. Setiap hal tersebut memiliki kontribusi masing-masing dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif. *Tangible* mencerminkan fasilitas fisik SPBU, seperti kebersihan dan kerapian area pengisian. *Reliability* menunjukkan kemampuan SPBU dalam memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan. *Responsiveness* berkaitan dengan kesigapan petugas dalam melayani

konsumen. *Assurance* menunjukkan rasa aman dan kepercayaan yang diberikan petugas kepada konsumen, sedangkan *empathy* mencerminkan perhatian petugas terhadap kebutuhan dan kondisi konsumen secara individual. Berikut merupakan kerangka pemikiran yang dapat digambarkan dari penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Dengan memperhatikan lima dimensi tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Simultan:

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) terhadap kepercayaan konsumen pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina di SPBU Bojonegoro.

2. Hipotesis Parsial:

H1a: Dimensi tangible berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

H1b: Dimensi reliability berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan

konsumen.

H1c: Dimensi responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

H1d: Dimensi assurance berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

H1e: Dimensi empathy berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Hipotesis-hipotesis tersebut akan diuji melalui pendekatan kuantitatif menggunakan metode regresi linier berganda, guna mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepercayaan konsumen di SPBU Pertamina wilayah Bojonegoro

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, karena bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel, yaitu kualitas pelayanan SPBU (X) terhadap kepercayaan konsumen (Y) pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina.

Metode ini dipilih karena sesuai untuk menguji hipotesis secara statistik dan menggambarkan seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial berupa uji regresi linier sederhana.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti konsumen yang pernah mengisi bahan bakar di SPBU pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina serta bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pedoman Roscoe (1975), yang menyarankan ukuran sampel antara 30–500 responden untuk penelitian kuantitatif. Berdasarkan pedoman tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

B. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur dan dinyatakan dalam bentuk angka. Data kuantitatif tersebut diperoleh melalui

penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan SPBU dan kepercayaan konsumen pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina yang terjadi belakangan ini. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2019) yang menyatakan bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan melalui responden dengan menggunakan kuesioner, dokumentasi, maupun observasi.
2. Data sekunder dalam penelitian ini dibutuhkan untuk memperkuat analisis latar belakang dan mendukung kerangka teoritis serta pembahasan hasil penelitian. Ketiga jenis data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini memiliki fungsi spesifik, yaitu untuk menjelaskan persepsi konsumen, menilai tindakan pemulihan yang dilakukan oleh pihak Pertamina, serta mengidentifikasi indikator penurunan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan SPBU pasca-skandal BBM. Menurut Sugiyono (2019), data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara seperti dokumen, laporan, atau publikasi resmi, yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Hal ini sejalan dengan Indriantoro dan Supomo (2018) yang menyatakan bahwa data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis, menghubungkan dengan kerangka teoritis, serta

memperkaya pembahasan hasil penelitian.. Penjabaran perannya adalah sebagai berikut:

- c. Informasi migrasi pelanggan ke perusahaan swasta (sumber: Detiknews, Arfandi, 2025)

Informasi ini digunakan untuk menggambarkan dampak konkret dari menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap Pertamina. Perpindahan pelanggan ke SPBU milik swasta menunjukkan adanya perubahan preferensi konsumen akibat rendahnya persepsi kualitas layanan dan produk. Informasi ini relevan dalam analisis perubahan perilaku konsumen dan menjadi indikator tidak langsung dari penurunan kepercayaan.

- d. Kebijakan pelibatan pihak ketiga dalam pengambilan sampel BBM (sumber: KumparanBISNIS, 2025)

Informasi ini dibutuhkan untuk menjelaskan upaya pemulihan kepercayaan konsumen oleh pihak Pertamina. Pelibatan lembaga independen menunjukkan adanya strategi perusahaan dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas layanan. Informasi ini akan digunakan dalam bagian pembahasan strategi layanan dan persepsi konsumen terhadap perbaikan mutu layanan SPBU.

- e. Jumlah pengaduan masyarakat yang dihimpun oleh LBH Jakarta (sumber: Muhammad Fadhil Alfathan, Direktur LBH, 2025)

Data ini penting sebagai indikator kuantitatif dari krisis

kepercayaan terhadap Pertamina. Jumlah 526 pengadu dalam waktu 4 hari mencerminkan tingkat keresahan dan ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas BBM dan layanan SPBU. Informasi ini mendukung urgensi penelitian serta digunakan dalam bab pembahasan untuk mengontraskan kondisi kepercayaan sebelum dan sesudah skandal.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan SPBU terhadap kepercayaan konsumen pasca terjadinya kasus oplosan BBM Pertamina. Oleh karena itu, data dikumpulkan dari konsumen yang pernah menggunakan layanan SPBU Pertamina setelah terjadinya kasus oplosan tersebut.

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen SPBU Pertamina yang pernah melakukan pengisian bahan bakar pasca skandal BBM Pertamina. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (tidak terdata secara spesifik), maka penentuan sampel dilakukan menggunakan pendekatan non-probability sampling.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2019). Dalam penelitian ini, sampel ditentukan berdasarkan pedoman Roscoe (1975), yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 responden untuk penelitian korelasional. Berdasarkan pertimbangan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sejumlah minimal 50 responden, dengan mempertimbangkan tingkat representasi dan kelayakan statistik untuk analisis regresi. Jumlah responden yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 61 dengan kendala yang dihadapi yakni penggunaan email sebagai pengenal responden, sehingga terdapat beberapa responden yang kesulitan untuk langsung mengisi kuisioner yang dibagikan.

Penelitian ini difokuskan pada SPBU di wilayah Kabupaten Bojonegoro, yang berdasarkan data dari Pertamina dan Dinas Perdagangan setempat memiliki lebih dari 20 SPBU. Namun, untuk menjaga fokus dan relevansi penelitian, lokasi pengambilan data dibatasi pada SPBU yang berada di jalur perlintasan strategis dari wilayah Cepu (Blora, Jawa Tengah) menuju pusat Kota Bojonegoro. Jalur ini dipilih karena merupakan jalur padat kendaraan antar kota dan antar kabupaten, serta mencerminkan tingkat mobilitas tinggi yang sangat relevan dalam menganalisis persepsi terhadap layanan SPBU. SPBU yang dipilih dalam jalur ini meliputi:

- a. SPBU 54.621.08 (Padangan)

- b. SPBU 54.621.17 (Kalitidu)
- c. SPBU 54.621.12 (Jetak)
- d. SPBU 54.621.09 (Sumberrejo)

Pemilihan dilakukan secara *purposive sampling*, dengan mempertimbangkan lokasi strategis, intensitas pelayanan, memiliki tingkat kunjungan konsumen cukup ramai sehingga memungkinkan peneliti mendapatkan responden, serta keterkaitannya dengan mobilitas konsumen di sekitarnya.

3. Teknik Sampling

Sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai macam teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2019).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data (Sugiyono 2019). Teknik ini dipilih karena peneliti ingin mendapatkan data yang benar-benar relevan dengan permasalahan yang diteliti.

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif melalui observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) untuk melihat secara nyata bagaimana kualitas pelayanan diberikan oleh petugas kepada konsumen, kondisi fasilitas yang tersedia, serta respon konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran faktual mengenai situasi pelayanan di SPBU tanpa adanya rekayasa.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.”

Menurut Riduwan (2013), “Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan peneliti.”

Sedangkan menurut Arikunto (2010), “Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai laporan pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.”

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, kuesioner dapat diartikan sebagai metode pengumpulan data melalui daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disusun sesuai dengan variabel penelitian, yang

ditujukan kepada responden untuk memperoleh informasi faktual, sikap, persepsi, maupun pendapat yang kemudian dapat diolah dan dianalisis dalam penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2019). Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data melalui dokumen tertulis maupun non tertulis yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti catatan laporan pelayanan SPBU, foto kegiatan, arsip, serta dokumen standar operasional. Dengan metode ini peneliti dapat melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan kuesioner.

E. Definisi Operasional

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan(X)	Persepsi konsumen terhadap mutu pelayanan SPBU, berdasarkan SERVQUAL menurut Parasuraman (1988).	1. Tangible; Fasilitas fisik, kebersihan, kerapian, kelengkapan sarana. 2. Reliability; Ketepatan takaran BBM, Keandalan Pelayanan. 3. Responsiveness; Kecepatan dan kesigapan petugas 4. Assurance; Rasa aman, kemampuan, dan sopan santun petugas. 5. Empathy; Perhatian individual, komunikasi, kepedulian terhadap	Skala Likert (1-5) Keterangan: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju

		konsumen.	
Kepercayaan Konsumen (Y)	Tingkat keyakinan konsumen terhadap keandalan, integritas, kompetensi SPBU dalam memberikan layanan yang jujur, profesional, dan konsisten. (Sugiyono 2019)	1.Keandalan; SPBU memberikan layanan sesuai janji dan tidak berubah-ubah. 2. Intergritas; Kejujuran, etikan, konsisttnsi janji pelayanan. 3. Kompetensi; kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang profesional dan tepat.	Skala Likert (1-5) Keterangan: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju

F. Metode dan Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen (kuesioner) mampu mengungkap data sesuai dengan yang dimaksudkan. Uji ini dilakukan dengan menggunakan *teknik Corrected Item-Total Correlation*, yaitu korelasi antara skor setiap item dengan total skor (tanpa menyertakan item tersebut). Item dianggap valid jika nilai korelasi > 0,30 (Ghozali, 2018). Rumus korelasi Pearson Product Moment yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi item terhadap total

X = Skor item

Y = Skor total

n = Jumlah responden (Sugiyono, 2019)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang lebih memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau konsisten dalam mengukur suatu konsep yang sama pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang merupakan teknik paling umum digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen dengan skala Likert.

Menurut Sugiyono (2019), kriteria reliabilitas instrumen berdasarkan nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

Nilai $\alpha \geq 0,80$ menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas sangat tinggi.

Nilai $0,60 \leq \alpha < 0,80$ menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas cukup.

Nilai $\alpha < 0,60$ menunjukkan bahwa instrumen kurang reliabel.

Dengan demikian, suatu instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang dapat diterima jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier agar model regresi yang digunakan valid secara statistik dan dapat diinterpretasikan dengan baik. Adapun jenis-jenis uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dari model regresi berdistribusi normal. Uji ini dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka data terdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal

Uji normalitas penting dilakukan karena analisis regresi linier berganda mengasumsikan bahwa data residual harus berdistribusi normal agar hasil uji valid (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang kuat antar variabel independen dalam model. Multikolinearitas dapat menyebabkan kesalahan dalam penarikan

kesimpulan analisis regresi.

Uji dilakukan dengan melihat nilai:

- 1) Tolerance (harus $> 0,10$)
- 2) Variance Inflation Factor (VIF) (harus < 10)

Jika kedua syarat tersebut terpenuhi, maka model dinyatakan bebas dari multikolinearitas (Ghozali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada setiap nilai prediktor. Uji ini dilakukan dengan Uji Park atau dengan memeriksa pola pada scatterplot.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

Tidak adanya heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi memenuhi syarat asumsi klasik (Ghozali, 2018).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness

(X_3), assurance (X_4), dan empathy (X_5). Sedangkan variabel dependennya adalah kepercayaan konsumen (Y). Persamaan umum model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepercayaan Konsumen (variabel dependen)

X_1 = Tangible

X_2 = Reliability

X_3 = Responsiveness

X_4 = Assurance

X_5 = Empathy

Analisis ini dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Output dari regresi akan digunakan untuk mengetahui nilai koefisien masing-masing variabel, yang kemudian digunakan untuk pengujian hipotesis secara simultan dan parsial.

Menurut Ghozali (2018), regresi linier berganda digunakan ketika terdapat lebih dari satu variabel independen yang diprediksi berpengaruh terhadap variabel dependen, dan bertujuan untuk menguji hubungan kausal secara kuantitatif.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (dimensi kualitas pelayanan)

terhadap variabel dependen (kepercayaan konsumen), baik secara parsial maupun simultan. Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Kriteria pengambilan keputusan (Ghozali, 2018):

- 1) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai Sig. $\geq 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial.

Uji t dilakukan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara seluruh variabel independen terhadap kepercayaan konsumen.
- 2) Jika nilai Sig. $\geq 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1:

Semakin mendekati 1, maka model semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika mendekati 0, maka variabel independen hanya menjelaskan sebagian kecil dari variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Arfandi. (2025). Skandal Pertamina Oplosan dan Ancaman terhadap Kepercayaan Publik. Kompas.id, 20 Februari 2025.
- Arianty, N. (2016). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Perbankan pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Medan. Kumpulan Jurnal Dosen UMSU, 4(2), 1-9.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azura, W. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pertamina di Yogyakarta (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Daulay, R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1), 1-15.
- Edyansyah, T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU Pantan Labu Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2), 95-103.
- Fadhil Alfathan (2025) Sudah 526 Orang yang Mengadu ke Posko Konsumen Pertamina, LBH Jakarta: Kepercayaan Masyarakat Runtuh. (TEMPO)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz arfandi. (2025). Mengelola Krisis Kepercayaan Terhadap Pertamina. (detiknews).

- J. P. Meyer and Allen, N. J., (1997),” Commitment in The Workplace Theory Research and Application. Califotnia: Sage Publications.
- Jarvenpaa & Staples, 2000). The use of collaborative electronic media for information sharing: an exploratory study of determinants, The Journal of Strategic Infor- mation Systems 9 (2), 129-154.
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15Samarinda.eJournal Administrasi Bisnis, 4(1), 222-236.
- KumparanBISNIS. (2025). Kembalikan Kepercayaan Publik, Pertamina Libatkan Pihak Ketiga Cek Kualitas BBM.
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 7(1), 153-176.
- Maliyah, S. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Henan Puthirai Asset Manajement. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 1(1), 1-13
- Marlius, D. (2017). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas pelayanan. Jurnal Pundi, 1(3), 237-250.
- Molden Elrado H, S. K. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas. Jurnal Administrasi Bisnis, 15(2), 1-9.
- Mowen, John, C & Minor, Michael. (2012). Comsumer Behavior. 11st Edition Boston: Prentice Hall.
- Nugroho, E. B. (2019). Pengaruh Kualitas Barang dan Pelayanan terhadap

Kepuasan Pelanggan SPBU COCO 31-164.01 (Skripsi, STIE IPWIJA).

Parasuraman, A., Zeithaml, Berry L., 1988, SERVQUAL, A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perseptions Of Service Quality, Journal Of Retailing, Vol. 64.

Pohan, G. R. U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan SPBU Pertamina di Jakarta (Skripsi, Universitas Tarumanagara).

Ramadhan, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina di Kota Medan (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).

Riduwan. (2013). Dasar-Dasar Statistika. Bandung: Alfabeta.

Roscoe, J. T. (1975). Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.). United Kingdom: Wiley.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.


DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data.....

Lampiran 2 Hasil Uji SPSS

Lampiran 3 Foto Copy Kartu Kartu Peserta Seminar Skripsi

Lampiran 4 Foto Kartu Bimbingan Skripsi.....



STIE CENDEKIA

Lampiran 1. Tabulasi Data

Variabel X : Kualitas Pelayanan						
Tangible			Reliability	Responsiveness	Assurance	Emphaty
1. Terdapat fasilitas bagi konsumen di SPBU Pertamina	2. Peralatan yang digunakan SPBU memenuhi syarat.	3. Jumlah pegawai spbu mencukupi dalam melayani konsumen sehingga tidak terjadi antrian	4. Petugas SPBU cekatan dalam melayani pembeli	5. Respon petugas spbu cepat tanggap dalam melayani konsumen	6. Petugas spbu melayani konsumen dengan ramah tamah	7. Petugas spbu berkomunikasi dengan baik pada saat melayani konsumen
4	4	5	4	4	4	5
3	4	2	3	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5
5	5	3	4	5	5	5
4	4	5	4	4	3	5
3	5	4	4	4	2	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	2	4	2
4	3	5	3	5	4	3
4	4	4	2	3	1	4
3	4	5	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4
4	3	4	4	4	3	3
3	3	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	5	4
3	2	3	2	3	2	3
4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3
1	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3
4	4	5	4	5	4	5
3	4	4	4	4	4	4

4	3	3	3	4	3	4
4	3	5	2	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3
4	3	5	4	4	3	4
3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	5	3	3
4	4	5	4	3	5	4
3	3	5	3	4	2	5
4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	5	4
4	4	3	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	5
4	3	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3
4	5	4	5	5	4	4
5	5	3	5	5	3	4
4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5
4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	1	5	5	5
3	4	5	2	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	5	5	5
4	5	2	4	4	5	5
4	5	2	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4

STIE CENDEKIA

Variabel Y : Kepercayaan Konsumen			
Integritas	Behavolence	Competence	
8. Ukuran pengisian jumlah BBM sesuai dengan uang dibeli konsumen	9. Saya percaya pertamina memberikan yang terbaik kepada konsumen	10. PT. Pertamina mampu memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen	11. PT. Pertamina mampu memenuhi segala keperluan konsumen
4	4	4	3
5	3	3	3
4	5	4	4
5	5	4	3
4	5	4	5
3	4	3	5
5	5	5	5
5	4	5	5
4	4	3	3
4	4	4	4
2	3	2	1
3	5	2	4
1	2	3	3
4	2	3	3
4	4	4	4
4	5	5	4
4	3	3	3
4	4	5	4
4	3	3	3
3	4	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	5
2	2	3	1
4	4	3	3
4	5	4	5
3	3	3	3
3	5	4	5
3	3	3	3
4	5	4	5
3	5	3	4
4	2	3	4
4	3	4	5
3	3	3	3
4	4	3	3

3	4	3	3
4	4	4	4
2	4	5	3
4	4	5	5
3	3	5	3
5	5	5	4
5	5	5	4
4	4	4	3
5	5	4	4
4	4	4	5
5	3	3	2
2	3	3	3
5	5	4	5
5	4	3	3
5	5	5	4
4	4	4	5
4	4	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
5	5	5	5
5	4	5	5
4	2	5	5
4	4	3	3



Lampiran 2. Hasil Output Uji SPSS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tangible1	39,49	38,721	,591	,884
Tangible2	39,43	37,149	,697	,878
Tangible3	39,34	39,230	,436	,894
Realibility	39,51	38,387	,508	,889
Responsiveness	39,31	39,118	,593	,884
Assurance	39,49	36,887	,643	,881
Emphaty	39,20	37,261	,747	,876
Integrtas	39,49	35,954	,734	,875
Behavolence	39,43	37,282	,615	,883
Competence1	39,52	37,487	,636	,881
Competence2	39,56	36,384	,628	,882

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		61	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,79500407	
Most Extreme Differences	Absolute	,111	
	Positive	,111	
	Negative	-,069	
Test Statistic		,111	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,058 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,406 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,394
		Upper Bound	,419

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,064	1,702		-,038	,970		
	x1a	,368	,195	,241	1,885	,065	,409	2,442
	x1b	,247	,316	,077	,783	,437	,691	1,447
	x1c	,846	,408	,208	2,074	,043	,666	1,501
	x1d	,785	,327	,248	2,402	,020	,630	1,588
	x1e	,899	,488	,239	1,842	,071	,399	2,508

a. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,211	1,868		,113	,910
	x1a	-,103	,214	-,101	-,482	,632
	x1b	,116	,347	,054	,335	,739
	x1c	-,219	,448	-,081	-,490	,626
	x1d	,066	,359	,031	,185	,854
	x1e	,236	,536	,093	,440	,662

a. Dependent Variable: Uji_Park

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,064	1,702		-,038	,970
	x1a	,368	,195	,241	1,885	,065
	x1b	,247	,316	,077	,783	,437
	x1c	,846	,408	,208	2,074	,043
	x1d	,785	,327	,248	2,402	,020
	x1e	,899	,488	,239	1,842	,071

a. Dependent Variable: y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	329,924	5	65,985	18,773	,000 ^b
	Residual	193,322	55	3,515		
	Total	523,246	60			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x1 e, x1 b, x1 c, x1 d, x1 a

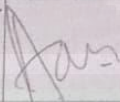
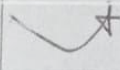
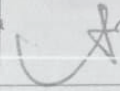
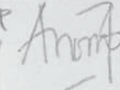
Model Summary^b


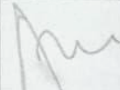
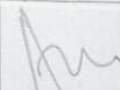
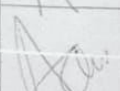
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,794 ^a	,631	,597	1,875

a. Predictors: (Constant), x1 e, x1 b, x1 c, x1 d, x1 a

b. Dependent Variable: y

Lampiran 3. Foto Copy Kartu Peserta Seminar Skripsi

TGL/ TEMPAT	PENYAJI (NAMA & NIM)	JUDUL SKRIPSI	PARAF DOSEN
27-05-2025 Kuang G	Dina Marisna 21010048	Pengaruh Luas Lahan, Harga Pasar dan biaya transaksi terhadap Pendapatan Petani Bawang Merah Pesisir Keling Kecamatan Bojonegoro	
15-6-2025 Kuang F	Amanda B. M. 21010029	Pengaruh kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra merek terhadap loyalitas konsumen : Studi Empiris Pada Lezat B Skincare Bojonegoro	
2-6-2025 Kuang G	Siti Nurfaizza AZ-Zahra	Pengaruh experience marketing, inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Ceruk dan Pembelian Produk Jams Honey pada toko Jams Hanyan di Cepu	
25-06-2025 Online	Prasetyo Nur Cahyo	Pengaruh cost-push pricing terhadap Customer Loyalty Di UMKM Pancing Lunat Plesan Bojonegoro	

TGL/ TEMPAT	PENYAJI (NAMA & NIM)	JUDUL SKRIPSI	PARAF DOSEN
7-05-2025 Kuang J	Sundari 21010010	Pengaruh Strategi Fundraising, Media promosi, dan Transparansi keuangan Terhadap Efektivitas Penggalangan dana di organisasi karitatif kabupaten Karanganyar	
7-05-2025 Kuang J	Chucuk Pui ATFlyanto 21010115	Analisis keberlangsungan usaha Percepatan Bojonegoro Papua Cotafika	
7-05-2025 Kuang J	Moch. Rizki Tegar F. 21010041	Efektifitas dan kesepatan cakupan Program keluarga harapan (PKH) untuk membantu Financial keluarga di kabupaten Karang Pagar Kecamatan Bojonegoro	
27-5-2025 Kuang G	Atik Faridha Nuranti 21010068	Pengaruh Diskon dan gratis ongkir Pada Program Tunjungi Kombar Terhadap Impulse Buying konsumen Shopee	

Lampiran 4. Foto Kartu Bimbingan Skripsi

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : ADITYA RIYANTO
 NIM : 21010034
 Tahun Angkatan :
 Jurusan/Prodi : Manajemen
 Semester : 8
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan SPBU Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Bojonegoro Pasca Skandal BBM Pertamina

Dosen Pembimbing : 1. AHMAD SAIFURRIZA EFFASA, SKH, MM.
 2. DR. ARI KUNTAEDINA, CT, SE, MM.

REKOMENDASI						
No.	Tanggal	Pembimbing 1	Paraf	Tanggal	Pembimbing 2	Paraf
1.	20/08/2015	Judul		2/09/2015	Judul	
2.	25/08/2015	Revisi Bab 1,2,3.		1/09/2015	Bab 1-3	
3.	01/09/2015	Revisi 1,2,3.		7/09/2015	Revisi	
4.	29/09/2015	Simpulan		19/09/2015	Acc ujian Sempro	
5.	4/10/2015	Bab 4,5.		3/09/2015	Kuesioner	
6.	11/08/2015	Acc ujian.		5/09/2015	Bab 4 dan 5	
7.				11/08/2015		
8.						
9.						
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						

Bojonegoro,
 STIE Cendekia Bojonegoro
 Ka. Prodi Manajemen

Latifah Anom SE,MM
 NUPTR. 4834751652230152