

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Pertanyaan Penelitian	17
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	19
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	21
1.7. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.1 Konsep Nilai Pelanggan.....	25
2.1.2 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	26
2.1.3 Manajemen Pemasaran Pelayanan	28
2.2 Pemasaran internal	29
2.2.1 Tujuan dan Elemen Pemasaran internal	36
2.2.2 <i>Strategic Internal Marketing (SIM)</i>	38
2.3 Kualitas Pelayanan	39
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	39
2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	41

2.3.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan	44
2.3.4. Pengukuran Kualitas Pelayanan	45
2.4 <i>Total Quality Management (TQM)</i>	47
2.5 Pertamina Way	51
2.6 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	55
2.7 <i>Product Protocol</i>	58
2.8 <i>House of Quality (HoQ)</i>	60
2.9 Manfaat <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	66
2.10 Penelitian Terdahulu	71
2.11 Kerangka Penelitian	76
BAB III METODE PENELITIAN	77
3.1 Desain Penelitian	77
3.2 Tahapan Penelitian	78
3.3 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	80
3.4 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	81
3.4.1 Lokasi Penelitian	81
3.4.2 Waktu Penelitian	82
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	82
3.5.1 Subjek (Partisipan) Penelitian	82
3.5.2 Objek Penelitian	85
3.6 Jenis dan Sumber Data	86
3.6.1. Data Primer	87
3.6.2. Data Sekunder	87
3.7 Instrumen Penelitian.....	88
3.8 Teknik Pengumpulan Data	89
3.8.1 Wawancara	91
3.8.2 Observasi Lapangan	91
3.8.3 Dokumentasi.....	92
3.9 Teknik Analisis Data Kualitatif	92
3.10 Analisis <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	95
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	100

4.1 Analisis Data Kualitatif.....	100
4.1.1 Profil Partisipan.....	100
4.1.2 Analisis Tematik (Pengkodean Data).....	103
4.1.3 Temuan Kualitatif <i>Customer Requirements (what)</i> dan <i>Technical Requirements (how)</i>	107
4.2 Pengembangan <i>House of Quality (HoQ)</i>	121
4.3 Pengembangan Desain Mutu Pelayanan SPBU Pasti Pas Menggunakan <i>Quality Function Deployment</i>	124
4.4 Analisis Kebutuhan dan Harapan Pelanggan Eksternal	139
4.4.1 Teknis sebagai <i>Threshold Attributes</i>	140
4.4.2 Operator sebagai <i>Part-Time Marketer</i>	142
4.4.3 Fasilitas Pendukung sebagai <i>Enabling Factors</i>	144
4.4.4 Prasyarat dalam Industri Berisiko Tinggi	145
4.5 Analisis Kebutuhan dan Harapan Karyawan	147
4.5.1 Kejelasan Peran, S.O.P, dan Efisiensi Alur Kerja sebagai Fondasi Kualitas Pelayanan	147
4.5.2 Jaminan Keselamatan dan Perlindungan Kerja (HSSE)	154
4.5.3 Lingkungan Kerja yang Bersih dan Fasilitas Pendukung yang Layak.....	157
4.5.4 Identitas Visual dan Kebanggaan Organisasi.....	163
4.6 Hubungan <i>Customer Requirements (what)</i> dan <i>Technical Requirements (how)</i>	166
4.7 Hubungan Antar <i>Technical Requirements</i> (Atap HoQ)	171
4.8 Perbandingan SPBU Pertamina Way dan Kompetitor Swasta (Shell)....	174
4.9 Strategi Intervensi Prioritas dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan SPBU Pasti Pas.....	180
4.9.1 Prioritas Satu (1): Standarisasi Penempatan dan Kesiapan Fisik Operator (H1)	180
4.9.2 Prioritas Dua (2): Optimalisasi Fasilitas dan Kebersihan Area (H7). 183	
4.9.3 Prioritas Tiga (3): Implementasi S.O.P Pelayanan dan Penanganan Keluhan (H3).....	185
4.9.4 Prioritas Empat (4): Penguatan Sikap dan Perilaku Pelayanan Operator (H2)	188

4.9.5 Prioritas Lima (5): Standar HSSE dan Keselamatan sebagai Fondasi Kualitas pelayanan SPBU (H6).....	190
4.9.6 Prioritas Enam (6): Penegakan S.O.P Tera dan Uji Volume Dispenser (H4)	193
4.9.7 Prioritas Tujuh (7): Pengendalian Mutu BBM sebagai Penjamin Integritas Produk Inti (H5).....	195
4.9.8 Prioritas Delapan (8): Standarisasi Identitas Visual dan Citra Merek SPBU (H10)	198
4.9.9 Prioritas Sembilan (9): Standarisasi Fasilitas Pendukung untuk Kenyamanan Pelayanan SPBU (H8).....	201
4.9.10 Prioritas Sepuluh (10): Digitalisasi Pembayaran untuk Efisiensi Transaksi dan Akurasi Administratif (H9).....	203
4.10 <i>Technical Requirements</i> sebagai Instrumen Pemasaran internal	206
4.11 Interpretasi Lanjutan Hasil QFD terhadap Kinerja SPBU Pasti Pas	208
BAB V KESIMPULAN	211
5.1 Simpulan Penelitian.....	211
5.2 Implikasi Manajerial	213
5.3 Implikasi Empiris	215
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	216
DAFTAR PUSTAKA	219
LAMPIRAN	237

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Atribut Audit.....	3
Tabel 2. 1 Keterkaitan Atribut Pertamina Way Terkait dengan Dimensi SERVQUAL.....	42
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	71
Tabel 3. 1 Indikator Pertanyaan Kualitas Layanan SPBU	89
Tabel 4. 1 Profil Demografis Partisipan.....	100
Tabel 4. 2 Matriks Pengkodean <i>Voice of Customer</i> (VoC).....	104
Tabel 4. 3 Alur Penentuan Customer Requirements (what)	109
Tabel 4. 4 <i>Sub-Item W1 Customer Requirements</i>	113
Tabel 4. 5 <i>Sub-Item W2 Customer Requirements</i>	114
Tabel 4. 6 <i>Sub-Item W3 Customer Requirements</i>	115
Tabel 4. 7 <i>Sub-Item W4 Customer Requirements</i>	116
Tabel 4. 8 <i>Sub-Item W5 Customer Requirements</i>	117
Tabel 4. 9 <i>Sub-Item W6 Customer Requirements</i>	117
Tabel 4. 10 <i>Sub-Item W7 Customer Requirements</i>	118
Tabel 4. 11 <i>Sub-Item W8 Customer Requirements</i>	119
Tabel 4. 12 <i>Sub-Item W9 Customer Requirements</i>	120
Tabel 4. 13 <i>Sub-Item W10 Customer Requirements</i>	120
Tabel 4. 14 <i>Customer Requirements</i>	124
Tabel 4. 15 Korelasi Customer Requirements (W1–W10) dengan Pertamina Way	126
Tabel 4. 16 Perhitungan Prioritas Respons Teknis	135
Tabel 4. 17 Hasil Akhir QFD Prioritas	137
Tabel 4. 18 Perhitungan Prioritas Respons Teknis	138
Tabel 4. 19 Hasil Akhir QFD Prioritas	139
Tabel 4. 20 Operasionalisasi Respons Teknis H1–H5	151
Tabel 4. 21 Operasionalisasi Respons Teknis H6	156
Tabel 4. 22 Operasionalisasi Respons Teknis H7 dan H8	159
Tabel 4. 23 Operasionalisasi Respons Teknis H9	162
Tabel 4. 24 Operasionalisasi Respons Teknis H10	164
Tabel 4. 25 Perbandingan Temuan	178
Tabel 4. 26 Standarisasi Penempatan dan Kesiapan Fisik Operator.....	181
Tabel 4. 27 Optimalisasi Fasilitas dan Kebersihan Area	184
Tabel 4. 28 Implementasi S.O.P Pelayanan dan Penanganan Keluhan	187
Tabel 4. 29 Penguatan Sikap dan Perilaku pelayanan Operator	189
Tabel 4. 30 Standar HSSE dan Keselamatan sebagai Fondasi Kualitas Pelayanan SPBU	192
Tabel 4. 31 Penegakan S.O.P Tera dan Uji Volume Dispenser	194
Tabel 4. 32 Penegakan S.O.P Tera dan Uji Volume Dispenser	197
Tabel 4. 33 Standarisasi Identitas Visual dan Citra Merek SPBU.....	199

Tabel 4. 34 Standarisasi Fasilitas Pendukung untuk Kenyamanan Pelayanan SPBU	202
Tabel 4. 35 Digitalisasi Pembayaran untuk Efisiensi Transaksi dan Akurasi Administratif	205

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Distribusi Klasifikasi SPBU	4
Gambar 1. 2 Klasifikasi SPBU Pasti Pas di Wilayah Yogyakarta Tahun 2025	5
Gambar 1. 3 Pemberitaan mengenai dugaan kecurangan takaran bahan bakar di SPBU Yogyakarta	8
Gambar 1. 4 Ulasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan SPBU pada platform Google Review	9
Gambar 1. 5 Dokumen Presentasi Materi Sosialisasi Pertamina Way 2.0	10
Gambar 1. 6 Dokumen Presentasi Materi Sosialisasi Pertamina Way 2.0	11
Gambar 2. 1 Kerangka <i>Service-Profit Chain</i>	31
Gambar 2. 2 Ilustrasi <i>A Satisfied Customer is Loyal</i>	34
Gambar 2. 3 <i>Servqual Gap Analysis Model</i>	45
Gambar 2. 4 Instrumen Audit Pelayanan SPBU Berdasarkan Dimensi Pertamina Way Sumber: (Pertamina, 2025)	53
Gambar 2. 5 Empat (4) Fase QFD	58
Gambar 2. 6 <i>House of Quality (HoQ)</i>	62
Gambar 2. 7 <i>House of Quality (HoQ)</i>	64
Gambar 2. 8 <i>House of Quality (HoQ)</i>	65
Gambar 2. 9 Langkah-langkah Penelitian	76
Gambar 3. 1 Alur Prosedur Pengolahan Data (Coding)	95
Gambar 4. 1 Hubungan antara <i>Customer Requirements</i> dengan <i>Technical Requirements</i>	131
Gambar 4. 2 Korelasi antar elemen persyaratan teknis	132
Gambar 4. 3 Kajian Kompetitif <i>Assessment</i> Persyaratan Pelanggan	133
Gambar 4. 4 Hasil Akhir QFD	134

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara	237
Lampiran 2 Hasil <i>House of Quality</i> (HoQ)	252