

**PENGARUH KETERSEDIAAN STOK DAN KUALITAS PELAYANAN GAS LPG
3 KG TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GAS LPG 3 KG SUBSIDI
PADA PT ROBIANTO RACHMAT MULIA**

Muhammad Rangga Kusuma¹, Hendri Dunan²

Universitas Bandar Lampung^{1,2}

rangga250501@gmail.com¹, hendri.dunan@ubl.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of stock availability and service quality on customer loyalty of subsidized 3 kg LPG gas at PT Robianto Rachmat Mulia. Customer loyalty is an important factor in maintaining the continuity of 3 kg LPG distribution, considering the frequent fluctuations in demand and the dynamics of stock availability. Unstable stock availability and less than optimal service have the potential to reduce the level of customer satisfaction and loyalty, especially at the base level. This study uses a quantitative method with a survey approach. The study population is all subsidized 3 kg LPG gas customers at PT Robianto Rachmat Mulia, with the sample determined using a purposive sampling technique. Data were collected through a questionnaire compiled based on a Likert scale, then analyzed using multiple linear regression analysis. Data testing includes validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and partial (t-test) and simultaneous (F-test) hypothesis testing. The results of the study indicate that stock availability has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality was also shown to have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, stock availability and service quality significantly influenced customer loyalty for subsidized 3 kg LPG at PT Robianto Rachmat Mulia. These findings indicate that the better the stock availability management and service quality provided, the higher the level of customer loyalty.

Keywords: Stock Availability, Service Quality, Customer Loyalty, Subsidized 3 kg LPG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan stok dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan gas LPG 3 kg subsidi pada PT Robianto Rachmat Mulia. Loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan distribusi LPG 3 kg, mengingat fluktuasi permintaan dan dinamika ketersediaan stok yang sering terjadi. Ketersediaan stok yang tidak stabil serta pelayanan yang kurang optimal berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya pada tingkat pangkalan. Penelitian

ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan gas LPG 3 kg subsidi pada PT Robianto Rachmat Mulia, dengan sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan stok berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, ketersediaan stok dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan gas LPG 3 kg subsidi pada PT Robianto Rachmat Mulia. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengelolaan ketersediaan stok dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Ketersediaan Stok, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, LPG 3 kg Subsidi

A. Pendahuluan

Naskah Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, termasuk energi. Salah satu energi yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan energi global adalah gas alam yang menyumbang sekitar 22% kebutuhan energi dunia (Agency, 2020). Dalam era globalisasi dan modernisasi yang semakin pesat, kebutuhan akan energi menjadi salah satu aspek penting yang harus dipenuhi oleh setiap negara, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk energi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah gas LPG 3 kg, yang merupakan produk bersubsidi dari pemerintah. Gas LPG 3 kg ini sangat populer di kalangan masyarakat

menengah kebawah karena harganya yang terjangkau dan ketersediaannya yang cukup luas. Namun, seiring dengan meningkatnya permintaan, muncul berbagai tantangan terkait ketersediaan stok dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen-agen penyalur gas LPG 3 kg.

Ketersediaan stok yang tidak stabil sering kali menjadi masalah utama yang dihadapi oleh konsumen gas LPG 3 kg. Menurut (Putra, 2025), distribusi gas LPG 3 kg sering kali mengalami kendala akibat berbagai faktor, seperti distribusi yang tidak merata dan keterbatasan infrastruktur. Hal ini dilihat dengan adanya peningkatan permintaan yang tidak diimbangi dengan peningkatan pasokan yang memadai. Kondisi ini

menyebabkan ketidakpuasan kalangan konsumen, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi loyalitas mereka terhadap produk tersebut.

Selain ketersediaan stok, kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen penyalur juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. (Kotler, Philip and Keller, 2016), menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka. Dalam distribusi gas LPG 3 kg, kualitas pelayanan dapat mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, keramahan petugas, dan kemudahan akses informasi. Menurut (Sugiyono, 2022) kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, tetapi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Indonesia tercatat memiliki cadangan gas alam sebesar 2.908 BCM dan menempati peringkat ke-14 dunia, hal ini menekankan pentingnya diversifikasi sumber energi dan peningkatan efisien distribusi untuk mengatasi tantangan ketersediaan energi dimasa depan. Peningkatan ini

berdampak pada konsumsi bahan bakar gas rumah tangga LPG 3 kg. Tingginya permintaan terhadap LPG 3 kg mendorong pemerintah melalui PT Pertamina (Persero) untuk menyalurkan produk ini secara merata melalui agen dan pangkalan resmi.

Hal ini di atur dalam perjanjian yang dibuat oleh PT Pertamina (Persero) dengan agen LPG 3 kg, dan di atur oleh hukum. Selanjutnya, agen mendistribusikan gas LPG 3 kg ini ke pangkalan. Pada aturannya antara agen dan pangkalan juga memiliki perjanjian kerjasama penjualan. Pelaksanaan perjanjian ini dimulai pada saat pihak-pihak yang membuat perjanjian menjalankan hak dan kewajiban yang telah mereka sepakati agar tujuan perjanjian tercapai (Br Tinambunan, 2023). Hal ini penting karena tanpa pelaksanaan yang baik, tujuan perjanjian tidak akan terwujud.

PT Pertamina (Persero) memiliki wewenang untuk mengawasi pelaksanaan perjanjian agar tidak melanggar aturan maupun norma moral. Namun, seringkali pada penerapannya pangkalan tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati, seperti menjual gas LPG

3 kg di atas harga eceran tertinggi (HET) yang telah ditetapkan. Agen memiliki sanksi terhadap pangkalan-pangkalan yang melanggar aturan maupun perjanjian dalam kerjasama. Loyalitas pangkalan itu sendiri merupakan komitmen pangkalan untuk terus bisa menggunakan produk dan menjalin kerja sama dalam jangka panjang.

Disisi lain, loyalitas tetap terlihat dari banyaknya pelanggan yang konsisten melakukan pembelian ulang, bersedia menyampaikan laporan bulanan secara tertib, serta menerima kunjungan agen untuk evaluasi kebutuhan. Bahkan, pelanggan yang tertib administrasi memperoleh tambahan alokasi dari agen, sehingga tercipta rasa dihargai dan hubungan jangka panjang yang lebih kuat.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor tunggal, melainkan merupakan hasil kombinasi antara ketersediaan stok dan kualitas pelayanan yang diberikan agen. Meskipun PT Robianto Rachmat Mulia telah berupaya menjaga kedua aspek tersebut, masih terdapat dinamika

loyalitas yang perlu dianalisis lebih lanjut.

Tabel 1. Penerimaan Agen dan Penyaluran Pelanggan PT. Robianto Rachmat Mulia Tahun 2025

No.	Bulan	Penerimaan Pertamina		Jumlah	Penyaluran Ke Pangkalan	Selisih
		PT. Arsade Inti Gasindo (AIG)	PT. Mitra Persada Energas (MPE)			
1	Jan-25	14,000	69,440	83,440	83,240	200
2	Feb-25	13,440	63,280	76,720	76,920	(200)
3	Mar-25	14,560	71,680	86,240	86,130	110
4	Apr-25	13,120	71,120	84,240	84,350	(110)
5	May-25	13,120	66,640	81,760	81,760	-
6	Jun-25	14,560	69,840	84,400	77,840	560
7	Jul-25	13,680	70,560	84,240	86,900	(260)
8	Aug-25	13,120	67,760	80,880	82,880	-
9	Sep-25	14,000	65,520	79,520	79,520	-
10	Oct-25	13,120	68,880	82,000	84,000	-
11	Nov-25	14,000	62,720	76,720	76,520	200
Total		166,720	741,440	908,160	901,960	200
		Selisih				(200)

Sumber : Penelitian dari PT Robianto Rachmat Mulia (2025)

Berdasarkan data internal PT Robianto Rachmat Mulia tahun 2025, jumlah tabung LPG 3 kg yang diterima dari PT Arsade Inti Gasindo (AIG) dan PT Mitra Persada Energas (MPE) selama Januari sampai November 2025 mencapai total 902.160 tabung. Sementara itu, jumlah tabung yang disalurkan ke pangkalan mencapai 901.960 tabung, sehingga ada selisih sebanyak 200 tabung. Selain itu, setiap bulannya terdapat perbedaan antara jumlah penerimaan dan penyaluran LPG 3 kg, di mana di beberapa bulan tertentu terjadi selisih positif atau negatif, seperti pada bulan Januari, Februari, Juni, Juli, dan November 2025.

Perbedaan antara jumlah LPG 3 kg yang diterima dan yang disalurkan menunjukkan bahwa stok

tidak selalu tersedia dalam kondisi sempurna setiap bulannya. Jika jumlah penyaluran lebih sedikit dibandingkan penerimaan, maka ada kemungkinan stok menumpuk. Sebaliknya, jika penyaluran lebih besar dari penerimaan, bisa terjadi stok habis di tingkat agen atau pangkalan. Kondisi ini bisa mengganggu proses distribusi ke para pelanggan, terutama pelanggan tetap yang sangat mengandalkan ketersediaan LPG 3 kg secara terus-menerus.

Pada Tabel 1 terjadinya selisih antara *Sales Allocation* (SA) dengan realisasi penyaluran dari bulan Januari hingga November 2025, terjadi perbedaan kumulatif sebanyak 200 tabung, hal ini disebabkan oleh adanya pangkalan yang tidak melakukan penebusan pada bulan berjalan. Kondisi tersebut dapat terjadi karena berbagai faktor, seperti kendala teknis, administratif, maupun faktor lain yang menghambat proses penebusan. Meskipun jumlah perbedaan ini tidak terlalu besar dibandingkan dengan total volume distribusi keseluruhan, keberadaannya tetap menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam

distribusi yang terjadi berulang kali dalam beberapa bulan.

Perbedaan ini menunjukkan bahwa tidak semua LPG 3 kg yang tersedia bisa tersalurkan secara terus menerus kepada pelanggan. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah menurunnya kesetiaan pelanggan, terutama dari pangkalan atau pelanggan tetap, yang tidak selalu membeli ulang sesuai dengan alokasi atau pola permintaan sebelumnya. Ketika pelanggan tidak melakukan pembelian ulang secara konsisten, volume penyaluran menjadi lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah penerimaan, sehingga menyebabkan adanya selisih akumulatif.

Selisih antara alokasi dan realisasi penyaluran kemudian menjadi perhatian penuh pihak PT Pertamina (Persero) selaku badan usaha yang memiliki kewenangan dalam mengawasi distribusi LPG. Sebagai bentuk pertanggungjawaban dan klarifikasi atas terjadinya selisih tersebut, agen diwajibkan membuat surat resmi berupa Berita Acara yang berisi penjelasan mengenai penyebab pangkalan tidak melakukan penebusan. Dokumen ini disampaikan kepada PT Pertamina

(Persero) untuk menjadi dasar pertimbangan dalam penyelesaian administrasi.

Ketersediaan stok yang ada di pangkalan namun tidak terjual menunjukkan bahwa stok fisik saja tidak cukup untuk menjamin loyalitas, hal ini dikarenakan permasalahan tersebut juga memberikan fakta bahwa barang masih menumpuk di pangkalan mengarah pada masalah Kualitas Pelayanan. Pelanggan kemungkinan besar enggan kembali (tidak loyal) karena faktor pelayanan, seperti Ketidakramahan atau kerumitan prosedur di pangkalan tertentu yang membuat pelanggan lebih memilih membeli di pangkalan lain seperti Tika Ariyani yang distribusinya cenderung stabil dan tinggi (di atas 2.000 tabung).

Kurangnya inisiatif pelayanan dalam memasarkan stok yang ada, sehingga terjadi penumpukan barang dan penurunan order ke PT Robianto Rachmat Mulia. Fenomena yang terjadi adalah penurunan loyalitas pelanggan yang ditandai dengan melambatnya perputaran stok di tingkat pangkalan. Terjadi kontradiksi di mana di satu sisi agen siap menyalurkan, namun di sisi lain pangkalan tidak melakukan order

ulang karena pelanggan lama tidak melakukan pembelian ulang.

Dengan demikian, mekanisme ini berfungsi sebagai langkah administratif untuk menjaga akurasi data distribusi LPG 3 kg, sekaligus mencegah terjadinya kesalahpahaman antara pangkalan, agen, maupun PT Pertamina (Persero) dalam hal penyaluran. Ketersediaan stok menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Pada praktiknya, PT Robianto Rachmat Mulia sebagai agen resmi menghadapi dinamika ketersediaan: di masa normal, stok relatif stabil, namun kadang terjadi kelangkaan akibat keterbatasan distribusi. Sebaliknya, menjelang hari besar keagamaan, pasokan justru melimpah karena PT Pertamina (Persero) memberikan tambahan alokasi (fakultatif) untuk mengantisipasi lonjakan konsumsi. Kondisi fluktuatif ini dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam menentukan agen pilihan mereka. Selain ketersediaan stok, kualitas pelayanan juga berperan besar dalam membangun loyalitas, karena pelayanan mampu

meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan kenyamanan pelanggan, yang selanjutnya mendorong pelanggan untuk tetap setia dan tidak beralih ke pesaing.

PT Robianto Rachmat Mulia, mengupayakan peningkatan pelayanan diwujudkan melalui pengiriman langsung ke lokasi pelanggan, layanan konsultasi melalui PIC (*Person in Charge*) selama jam operasional, serta kontrol bulanan ke titik distribusi. Langkah- langkah ini membantu membangun komunikasi dan menjaga kepercayaan pelanggan. Namun, keterlambatan pengiriman atau kurang responsifnya pelayanan tetap berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan latar belakang dan pentingnya penelitian serta hasil dari variabel terkait pada beberapa penelitian sebelumnya, penulis tertarik untuk menggunakan judul “Pengaruh Ketersediaan Stok Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gas Lpg 3 Kg Subsidi Pada PT Robianto Rachmat Mulia”

B. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan stok dan kualitas pelayanan terhadap

loyalitas pelanggan gas LPG 3 kg subsidi pada PT Robianto Rachmat Mulia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 35 pangkalan gas LPG 3 kg yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dari total 96 pangkalan aktif. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 25, disertai dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan stok berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, begitu pula dengan kualitas pelayanan yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, ketersediaan stok dan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan gas LPG 3 kg subsidi pada PT Robianto Rachmat Mulia. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan ketersediaan stok yang baik serta peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan,

sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi distribusi dan pelayanan yang lebih efektif.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pengaruh Ketersediaan Stok terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian uji t pada penelitian ini, variabel Ketersediaan Stok memiliki nilai signifikan $< 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa Ketersediaan Stok berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gas Elpiji 3 Kg Subsidi pada Agen PT. Robianto Rachmat Mulia di Bandar Lampung oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama H_{a1} diterima dan menolak H_{o1} .

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai mean pada variabel ketersediaan stok menunjukkan kategori tinggi, yang menandakan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan. Tingginya nilai mean tersebut mengindikasikan bahwa ketersediaan stok merupakan faktor

yang sangat penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Responden menilai bahwa ketersediaan stok yang selalu terpenuhi mampu memberikan kepastian dalam memenuhi kebutuhan mereka, sehingga pelanggan merasa nyaman dan percaya untuk terus melakukan pembelian pada perusahaan yang sama.

Jika dikaitkan dengan teori perilaku terencana, stok yang tersedia memengaruhi sikap pelanggan terhadap agen. Ketika pelanggan merasa agen selalu menyediakan gas, maka mereka memiliki sikap positif terhadap agen tersebut. Sikap positif ini mendorong pelanggan untuk terus membeli di agen yang sama. Selain itu, stok yang tersedia juga terkait dengan persepsi pelanggan mengenai kemudahan dalam memperoleh gas. Stok yang selalu ada membuat pelanggan merasa lebih mudah memenuhi kebutuhan, sehingga memperkuat niat untuk membeli ulang (Ibrahim et al., 2025).

Dengan terbentuknya niat pembelian ulang karena sikap positif dan kemudahan akses, perilaku loyal pelanggan muncul dalam bentuk

pembelian berulang dan tidak ingin berpindah ke agen lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Hidayat (2019) bahwa ketersediaan stok berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, karena semakin ada stok gas LPG 3 kg, semakin besar kemungkinan pelanggan membeli ulang dan tetap setia pada agen tersebut.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian uji t pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan $< 0,05$. hasil tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gas Elpiji 3 Kg Subsidi pada Agen PT. Robianto Rachmat Mulia di Bandar Lampung. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama H_{a2} diterima dan menolak H_{o2} .

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai mean pada variabel kualitas pelayanan berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan

yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Tingginya nilai mean tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan menilai pelayanan yang diberikan sudah sangat baik, meliputi aspek keramahan, kecepatan, ketepatan, serta kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan yang dirasakan secara positif ini menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan (Laila, 2024).

Jika dikaitkan dengan teori perilaku terencana kualitas pelayanan memengaruhi sikap (*attitude*) pelanggan terhadap agen. Pelayanan yang baik membentuk penilaian positif pelanggan, sehingga meningkatkan niat untuk tetap membeli gas LPG 3 kg pada agen PT Robianto Rachmat Mulia. Sikap positif ini menjadi dasar munculnya perilaku loyal. Pelayanan yang baik sering menimbulkan rekomendasi dari mulut ke mulut, sehingga mendorong pelanggan untuk tetap setia karena adanya dorongan sosial dari keluarga atau lingkungan.

Kualitas pelayanan yang responsif dan mudah diakses juga meningkatkan persepsi keyakinan seseorang, karena pelanggan merasa proses pembelian gas LPG 3

kg tidak rumit dan dapat dilakukan dengan mudah. Kemudahan ini memperkuat niat pelanggan untuk terus melakukan pembelian ulang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Az-Zahra et al., (2022) yang memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan tanggap membuat pelanggan merasa dihargai dan puas saat melakukan pembelian gas LPG 3 kg.

3. Pengaruh Ketersediaan Stok dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada uji f menunjukkan hasil nilai signifikan $< 0,05$ dapat dinyatakan bahwa Ketersediaan Stok dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan Gas Elpiji 3 Kg Subsidi pada Agen PT. Robianto Rachmat Mulia di Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai mean pada variabel kualitas pelayanan dan ketersediaan

stok berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan. Tingginya nilai mean tersebut menggambarkan persepsi positif pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan serta ketersediaan stok yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten. Persepsi positif ini menjadi dasar terbentuknya kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara ketersediaan produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Ketersediaan stok yang terjaga memastikan pelanggan dapat memperoleh gas LPG 3 kg tepat waktu sesuai kebutuhannya, sehingga mengurangi risiko pelanggan beralih ke agen lain. Sementara itu, kualitas pelayanan yang baik, seperti sikap ramah, cepat, dan tanggap, menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Ketika

kedua faktor ini berjalan secara bersamaan, pelanggan merasa nyaman dan yakin untuk terus melakukan pembelian di agen yang sama.

Secara bersama-sama, ketersediaan stok dan kualitas pelayanan saling melengkapi dalam membentuk loyalitas pelanggan. Stok yang tersedia tanpa didukung pelayanan yang baik belum tentu mampu mempertahankan pelanggan, begitu pula pelayanan yang baik tanpa ketersediaan stok yang memadai. Oleh karena itu, kombinasi keduanya menjadi faktor penting dalam mendorong pembelian ulang dan kesetiaan pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia et al., (2024), yang menunjukkan bahwa ketersediaan stok dan kualitas layanan bersama-sama meningkatkan loyalitas pelanggan karena pelanggan tidak hanya membutuhkan gas LPG 3 kg yang selalu tersedia, tetapi juga pelayanan yang baik dan memuaskan supaya pelanggan akan terus loyal terhadap agen perusahaan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan stok dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan gas Elpiji 3 kg subsidi pada Agen PT Robianto Rachmat Mulia di Bandar Lampung. Ketersediaan stok terbukti berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat waktu sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan, seperti sikap yang ramah, kecepatan pelayanan, serta ketanggapan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, mampu memberikan pengalaman positif yang berdampak pada meningkatnya kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Secara simultan, kombinasi antara ketersediaan stok yang terjaga dengan baik dan kualitas pelayanan yang optimal terbukti mampu memperkuat loyalitas pelanggan serta mengurangi kecenderungan pelanggan untuk beralih ke agen lain, sehingga menjadi faktor strategis dalam menjaga keberlanjutan

hubungan antara agen dan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agency, I. E. (2020). *World Energy Outlook 2020*. Paris. Diambil dari <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2020>
- Cindy Fatika, S., & Ristika Damayanti, B. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Putri Busana Indrapura) (Doctoral dissertation, STIE Bina Karya).
- Chopra, Sunil and Meindl, P. (2018). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (7 ed.). Pearson.
- Dick, A. S.; Basu, K. (2018). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, N. (2022). Kontribusi Pelayanan Fungsional Dan Pelayanan Teknik Serta Citra Dalam Membangun Kinerja Pelayanan Berkualitas. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 4(2), 56–68. <https://doi.org/10.51977/jsj.v4i2.909>
- Hur, Won-Moo and Kim, Heejoon and Kim, H.-K. (2018). Customer engagement in social media and its impact on loyalty: The moderating role of customer characteristic. *International Journal of Advertising*, 37, 28--51.
- Ibrahim, D. F., Mariam, S., Sutawijaya, A. H., & Ramli, A. H. (2025). Analisa Kepuasan Pelanggan Dalam Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pada Penggemar Grup Musik. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 1394-1411.
- Khan, U., & Depaoli, A. (2024). *Brand loyalty in the face of stockouts*. *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 52). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s11747-023-00924-8>
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2019). *Operations Management: Processes and Supply Chains*. Pearson.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15 ed.). Erlangga.
- Laila, F. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pasien Dan Konsekuensinya Terhadap Loyalitas Di Rumah Sakit. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia (Indonesian Health Scientific Journal)*, 9(2).
- Parasuraman, A. and Zeithaml, Valerie A. and Berry, L. L. (2020). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.

- Pratiwi, Kuniarti and Nurjanah, S. (2025). Evaluasi Sistem Manajemen Persediaan untuk Mencegah Stockout dan Mencapai Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Industri Distribusi Listrik. *KALBISOCIO: Jurnal Bisnis & Komunikasi*, 12. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v12i1.4526>
- Prayoga, J. S., & Widiastuti, E. (2025). Analisis Pengaruh Antara Ketersediaan Produk, Harga, dan Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Vape Di Wilayah Sukoharjo, *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(2), 266-276.
- Putra, J. P. (2025). Kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET): Meng-Counter Stabilisasi Distribusi Liquefied Petroleum Gas (LPG) 3 Kilogram Perspektif Bisnis Islam. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 1-18.
- Ratnasari, Ririn Tri and Aksa, M. H. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rahmawati, R., Permana, J., Rahyasih, Y., & Triatna, C. (2025). Manajemen Mutu Pelayanan Pendidikan Digital: Strategi Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Di Era Transformasi Perguruan Tinggi. PT. Star Digital Publishing.
- Robbins, Stephen P. and Coulter, M. (2018). *Management* (14 ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Usman, R. S. H. (2025). Pengaruh Attitude dan Perceived Value untuk Meningkatkan Intention to Revisit dan Loyalty melalui Theory of Planned Behavior pada Retail Fast Food (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Wirtz, Jochen and Lovelock, C. (2018). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8 ed.). World Scientific Publishing.
- Yee, R. W. Y. and Yeung, A. C. L. and Cheng, T. C. E. (2018). The impact of employee satisfaction on quality and profitability in high-contact service industries. *International Journal of Production Economics*, 202, 1--12. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.04.001>
- Zeithaml, Valarie A. and Parasuraman, A. and Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.