

ABSTRAK

Penulis melakukan penelitian atas Persepsi Konsumen Terhadap Slogan PERTAMINA 'PASTI PAS'. Hal-hal yang melatar belakangi penulis memilih topik penelitian ini adalah di era globalisasi ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi Pertamina sebagai salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang minyak dan gas bumi di Indonesia, dimana dengan adanya era globalisasi akan dapat memperluas unit bisnis Pertamina dari produk – produk Pertamina terutama di dalam unit bisnis SPBU sebagai penyedia / penjual bahan bakar bagi masyarakat di Indonesia, tetapi disisi lain keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat .

Dalam penelitian ini statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi yang paling dominan mengenai slogan Pertamina pasti pas adalah slogan Pertamina yang bagus dan unik, merefleksikan rasa kepercayaan serta keakuratan dalam pengisian bahan bakar di SPBU Pertamina.

Kata kunci : Persepsi Konsumen Terhadap Slogan PERTAMINA 'PASTI PAS'

ABSTRACT

The author conducted research on Consumer Perceptions Of The slogan PERTAMINA 'PASTI PAS'. The things that the author chose the background for this research topic is in the era of globalization is a promising business opportunities and challenges for Pertamina as a state-owned company engaged in oil and gas in Indonesia, where the presence of an era of globalization will be able to expand the business unit Pertamina of products - especially products Pertamina gas station in the business unit as a provider / seller of fuel for people in Indonesia, but on the other hand these circumstances will bring increasing competition.

In this research used descriptive statistics to analyze data in a way to describe or depict the data already collected as it is without any intention to make the generally accepted conclusions or generalizations. Data analysis technique used was factor analysis. This analysis aims to find relationships between a number of variables are mutually independent so that it can be one or a set of fewer variables than the number of initial variables.

Key word : Consumer Perceptions of The Slogan PERTAMINA 'PASTI PAS'