

## **ABSTRAK**

Studi ini meneliti mengenai pengaruh persepsi pelanggan terhadap optimalisasi Aset Penunjang Usaha di PT Pertamina (Persero). Dimana dalam persepsi pelanggan terdapat beberapa hal yang terdiri dari proses penawaran sampai dengan tercapainya perikatan sewa, pelayanan dan proses penanganan terhadap keluhan penyewa termasuk solusi pemecahan masalah, serta akses informasi tentang aset Pertamina.

Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 30 responden yang terdiri dari Anak Perusahaan, Instansi Pemerintah dan Mitra Swasta lainnya yang sampai dengan tahun 2010 memanfaatkan Aset Penunjang Usaha di PT Pertamina (Persero) khususnya di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, pengujian dilakukan dengan Uji F dan Uji t. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 17*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelanggan berpengaruh terbalik terhadap optimalisasi aset penunjang usaha. Dan hasil analisis dari program SPSS 17 juga menunjukkan bahwa koefisien signifikan regresi (Sig) pada tabel menunjukkan

angka 0.000 pada persepsi pelanggan. Angka tersebut lebih kecil daripada angka signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan yaitu 5% atau 0.05. Hal ini berarti  $H_0$  yang diuji dalam penelitian ini ditolak. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa persepsi pelanggan mempengaruhi optimalisasi Aset Penunjang Usaha di PT Pertamina (Persero).

Jakarta, 22 Maret 2012

Penulis