

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk
Solvent PERTAMINA di Wilayah UPms III Jakarta
dan UPms V Surabaya**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Oos Kosasih

N I M : 55106120102

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 05 Maret 2009

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Prof. Dr. H. M. Noor Fuad, M.Sc., MBA.

Endi Rekarti, SE., ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Produk
Solvent PERTAMINA di Wilayah UPms III Jakarta
dan UPms V Surabaya**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Oos Kosasih

N I M : 55106120102

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 05 Maret 2009

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 05 Maret 2009

Oos Kosasih

ABSTRACT

PT PERTAMINA (Persero) is a business entity of state owned, held responsible to always give profit contribution in whole activity for our country as stakeholders. The Solvents or more known as dilution agents are part of commodity products whom PERTAMINA marketed beyond Fuels product, Gases (Elpiji), Lubricants, LNG and Aviation fuels. Solvents have properly applied as raw materials in adhesives industry, coatings, paints, inks, varnishes, thinners, tires, rubber goods and another chemical industries. Solvents marketing as one of the profit center activities must be professional organized and customers satisfaction oriented.

Customers satisfaction are one of primary parameters to evaluate marketing programs successfully. PERTAMINA should become the Solvent's customers satisfaction as their first priority to guide the company on competitively markets and to strengthen the company as a market leader position in domestic markets.

The research aims to identify influence of several factors including products quality, service quality and price perception and to identify power of effect the factors with respect to customers satisfaction of PERTAMINA's Solvents. This is regarding to sales decreasing within 3 (three) years latest due to the lower level customers satisfaction presumption.

Sub variabels of quality products factor comprise with : performance, reliability, feature, conformance and durability factors. Sub variabels of service quality contain : after sales services, personnel value and image (reputation). Regarding the price variables consist of sub variables : products price properly, price respect to quality perception and product price conformance.

Population of the reserach is all over end-user Solvents industry at UPms III Jakarta dan UPms V Surabaya regions with sum of samples are 102 industries. The sampling method is combining between quota and convenience sampling. The data analysis consist of validity and reliability test, statistical descriptive analysis, factor analysis, the best liniear unbiased estimator (BLUE) tests, regression analysis and hypothesis testing.

Results of the study has defined that quality product, service quality and price perception have influenced significantly to customers Satisfaction either individual or simultaneously with the whole factors have more powerful effect than individual influences. The quality product factor has most significant influenced than the others respect to customers satisfaction simultaneously. Therefore, PERTAMINA should be focused to quality product improvement as first priority especially regarding to security of supply and accuracy of quantity measurement.

ABSTRAK

PT PERTAMINA (Persero) sebagai entitas bisnis milik negara, dalam setiap kegiatannya dituntut untuk menjadi perusahaan yang selalu memberikan kontribusi profit (keuntungan) bagi negara sebagai *stakeholder*. *Solvent* atau dikenal sebagai bahan pelarut merupakan salah satu produk komoditi yang dipasarkan selain produk BBM, Elpiji, Pelumas, LNG dan Aviasi. Aplikasi *Solvent* terutama pada industri lem, cat, tinta cetak, *varnish*, thinner, ban dan industri kimia lainnya. Pemasaran *Solvent* sebagai salah satu bagian dari *profit center* harus dikelola profesional dan mengutamakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tolak ukur dalam mengevaluasi keberhasilan suatu program pemasaran. Fokus terhadap kepuasan pelanggan produk *Solvent* menjadi syarat mutlak yang harus dilakukan PERTAMINA dan hasilnya akan menjadi acuan perusahaan untuk tetap eksis di era persaingan sekaligus menjadi *market leader* di dalam negeri.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan *Solvent* PERTAMINA sekaligus mengidentifikasi besar pengaruh ketiga variabel tersebut. Hal ini dilakukan terkait adanya indikasi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan yang menyebabkan terjadi penurunan penjualan *Solvent* dalam 3 (tiga) tahun terakhir.

Dalam penelitian ini, dimensi terhadap variabel kualitas produk meliputi : *performance, reliability, feature, conformance* dan *durability*. Dimensi untuk variabel kualitas pelayanan meliputi : *after sales services, personnel value* dan *image*. Adapun variabel persepsi harga terdiri dari dimensi : persepsi kewajaran harga produk, persepsi harga terhadap mutu dan kesesuaian harga produk.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri pengguna (*end-user*) *Solvent* PERTAMINA di wilayah UPms III Jakarta dan UPms V Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 102 perusahaan. Teknik pengambilan data menggunakan perpaduan metode *quota sampling* dan *convenience sampling*. Analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis statistik deskriptif, analisis faktor, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga *Solvent* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan dengan besar pengaruh lebih kuat dibandingkan pengaruh faktor tersebut secara parsial. Pengaruh Kualitas produk sedikit lebih dominan dibandingkan Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan, sehingga PERTAMINA harus fokus pada perbaikan Kualitas Produk *Solvent* terutama terkait kontinuitas suplai dan ketepatan pengukuran volume produk.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini dengan baik.

Karya Akhir berjudul "**Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Solvent PERTAMINA di Wilayah UPms III Jakarta dan UPms V Surabaya**" disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Noor Fuad, M.Sc., selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian Karya Akhir ini.
2. Bapak Endi Rekarti, SE., ME., selaku Pembimbing II yang secara rutin memberikan bimbingan dan arahan dalam pemnuatan Karya Akhir ini.
3. Bapak Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak Ir. Taryono, VP Niaga PT PERTAMINA (Persero) beserta jajaran Manajemen yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan program Pascasarjana ini.
5. Istri dan anakku tercinta yang telah memberikan dorongan, doa dan semangat baik selama perkuliahan maupun dalam penyelesaian Karya Akhir ini.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGESAHAN KARYA AKHIR	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian	5
1.3.2 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Hasil Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Perusahaan	8
2.2 Lingkup Bidang Usaha	9
2.3 Sumber Daya	11
2.4 Tantangan Bisnis	13
2.4.1 Persaingan Bisnis Sektor Minyak dan Gas Bumi	13
2.4.2 Posisi <i>Solvent</i> PERTAMINA terhadap <i>Solvent</i> Pesaing.....	14
2.5 Proses Bisnis	15
2.5.1 Skema Bisnis (Pemasaran) PERTAMINA	15
2.5.2 Sistem Pemasaran <i>Solvent</i> PERTAMINA	17
2.6 <i>Product Knowledge Solvent</i> PERTAMINA	20
2.6.1 Definisi <i>Solvent</i>	20
2.6.2 <i>Special Boiling Points</i> (SBP)-XX	21
2.6.3 <i>Low Aromatic White Spirits</i> (LAWS) dari Kilang Plaju	22
2.6.4 Minasol (Pertamina <i>Solvent</i>)	23
2.6.5 <i>Low Aromatic White Spirits</i> (LAWS) eks Balikpapan	24
2.6.6 <i>Solvent</i> Cemara	25
2.6.7 Pertasol	26

BAB III	KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN	28
3.1	Kajian Pustaka	28
3.1.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	28
3.1.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	32
3.1.3	Pemasaran Barang Industri (<i>Business to Business</i>)	34
3.1.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	35
3.1.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	36
3.1.6	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	37
3.1.7	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	37
3.2	Rerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian	37
3.3	Hipotesis Penelitian	39
BAB IV	METODE RISET	40
4.1	Sampel dan Populasi	40
4.2	Obyek Penelitian	41
4.3	Jenis Penelitian	41
4.4	Operasionalisasi Variabel	42
4.5	Tahapan Penelitian	45
4.6	Teknik Pengambilan dan Pengumpulan Data	46
4.6.1	Teknik Pengambilan Data	46
4.6.2	Desain Kuisisioner	48
4.6.3	Teknik Pengumpulan Data	49
4.7	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	50
4.7.1	Uji Validitas	50
4.7.2	Uji Reliabilitas	50
4.7.3	Analisis Statistik Deskriptif	50
4.7.4	Analisis Faktor	51
4.7.5	Analisis Asumsi Klasik (BLUE)	51
4.7.5.1	Uji Normalitas	52
4.7.5.2	Uji Multikolinearitas	52
4.7.5.3	Uji Heteroskedastisitas	53
4.7.5.4	Uji Autokorelasi	53
4.7.6	Analisis Regresi Berganda	54
4.7.6.1	Pengukuran Koefisien Determinasi	56
4.7.6.2	Uji Signifikansi Individual	56
4.7.6.3	Uji Signifikansi Simultan	56
4.8	Jadwal Penelitian	57
BAB V	HASIL DAN ANALISIS	58
5.1	Hasil Pengumpulan Data	58
5.2	Karakteristik Responden	60
5.3	Hasil Analisis Deskriptif	63
5.3.1	Analisis Kebutuhan <i>Solvent</i>	63
5.3.2	Rekapitulasi Jawaban Responden	67
5.4	Hasil Analisis Faktor	71

5.4.1	Analisis Faktor untuk Variabel Kualitas Produk	71
5.4.2	Analisis Faktor untuk Variabel Kualitas Pelayanan	75
5.4.3	Analisis Faktor untuk Variabel Persepsi Harga	77
5.4.4	Analisis Faktor untuk Variabel Kepuasan Pelanggan	79
5.5	Hasil Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	80
5.5.1	Analisis Uji Validitas.....	80
5.5.2	Analisis Uji Reliabilitas	83
5.6	Hasil Analisis Asumsi Klasik	84
5.6.1	Uji Normalitas	84
5.6.2	Uji Multikolinearitas.....	86
5.6.3	Uji Heteroskedastisitas	87
5.6.4	Uji Autokorelasi	88
5.7	Hasil Analisis Regresi Berganda	89
5.7.1	Hasil Pengukuran Koefisien Determinasi	89
5.7.2	Uji Signifikansi Individual	90
5.7.3	Uji Signifikansi Simultan	91
5.7.4	Persamaan Regresi	92
5.8	Pengujian Hipotesis	94
5.9	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga	97
BAB VI	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	99
6.1	Kesimpulan	99
6.2	Rekomendasi/Saran	100
	DAFTAR PUSTAKA	101
	LAMPIRAN	103
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	134

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
2.1	Jenis Produk Non BBM dan Petrokimia serta Aplikasinya	11
2.2	Kompetitor dan Peta Persaingan Petrokimia	13
2.3	Ekuivalensi <i>Solvent-Solvent</i> di Indonesia	15
2.4	Kelompok <i>Solvent</i> PERTAMINA	21
2.5	Kualitas SBP-xx PERTAMINA	22
2.6	Kualitas LAWS PERTAMINA Plaju	23
2.7	Kualitas Minasol PERTAMINA	24
2.8	Kualitas LAWS 5 PERTAMINA Balikpapan	25
2.9	Kualitas <i>Solvent</i> Cemara PERTAMINA	25
2.10	Kualitas Pertasol CA PERTAMINA	26
2.11	Kualitas Pertasol CB PERTAMINA	26
2.12	Kualitas Pertasol CC PERTAMINA	27
3.1	Hipotesis Penelitian.....	39
4.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	43
4.2	Penyebaran Data Kuesioner	47
4.3	Jadwal Penelitian.....	57
5.1	<i>Crosstabulation</i> Jenis Industri terhadap Jenis <i>Solvent</i>	66
5.2	Rekapitulasi Jawaban Responden thd Variabel Kualitas Produk.....	67
5.3	Rekapitulasi Jawaban Responden thd Variabel Kualitas Pelayanan	69
5.4	Rekapitulasi Jawaban Responden thd Variabel Persepsi Harga	70
5.5	Rekapitulasi Jawaban Responden thd Variabel Kepuasan	71
5.6	Analisis Faktor untuk Dimensi pada Variabel Kualitas Produk	72
5.7	Analisis Faktor untuk Variabel Kualitas Produk	74
5.8	Analisis Faktor untuk Dimensi pada Variabel Kualitas Pelayanan .	75
5.9	Analisis Faktor untuk Variabel Kualitas Pelayanan	76
5.10	Analisis Faktor untuk Dimensi pada Variabel Persepsi Harga	77
5.11	Analisis Faktor untuk Variabel Persepsi Harga	78
5.12	Analisis Faktor untuk Variabel Kepuasan Pelanggan	79
5.13	Hasil Uji Validitas	81
5.14	Hasil Uji Reliabilitas	83
5.15	Hasil Uji Normalitas Data Kolmogorov-Smirnov	85
5.16	Hasil Uji Multikolinearitas	86
5.17	Hasil Analisis Autokorelasi	88
5.18	Hasil Regresi Berganda	89
5.19	Hasil Uji t	90
5.20	ANOVA (Uji F)	91
5.21	Koefisien Regresi Linier	92
5.22	Pengujian Hipotesisi Pertama	94
5.23	Pengujian Hipotesisi Kedua	95
5.24	Pengujian Hipotesisi Ketiga	96
5.25	Pengujian Hipotesisi Keempat	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1.1	Produksi dan Penjualan <i>Solvent</i> PERTAMINA	3
2.1	Lokasi Kilang dan Pabrik Petrokimia milik PERTAMINA	10
2.2	Jalur Distribusi BBM, Non BBM dan Petrokimia Nasional.....	12
2.3	Skema Transaksi di Unit Bisnis Niaga Non BBM	17
2.4	Pola Distribusi <i>Solvent</i> Produksi PERTAMINA	18
2.5	Sebaran Agen-agen <i>Solvent</i> PT PERTAMINA (Persero)	19
3.1	Konsep Kepuasan Pelanggan Bagi Perusahaan	32
3.2	Hubungan Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga thd Kepuasan ..	33
3.3	Fase Pembelian Barang Industri (<i>B to B</i>)	35
3.4	Rerangka Pemikiran Penelitian	38
3.5	Paradigma Penelitian	39
4.1	Skala Likert pada Desain Kuesioner	48
4.2	Area Kritis untuk Pengujian Durbin Watson	54
5.1	Sebaran Kuesioner menurut Sampel	59
5.2	Sebaran Kuesioner menurut Media	60
5.3	Karakteristik Responden menurut Jabatan	61
5.4	Karakteristik Responden menurut Tempat Kerja	61
5.5	Karakteristik Responden menurut Pendidikan	62
5.6	<i>Crosstab</i> Pendidikan Responden terhadap Pengalaman Kerja	63
5.7	Presentase Penggunaan <i>Solvent</i> PERTAMINA	64
5.8	Presentase Jumlah Industri Pengguna <i>Solvent</i> PERTAMINA	65
5.9	Presentase Aplikasi Jenis-jenis <i>Solvent</i> PERTAMINA	66
5.10	Hasil Pengujian Normalitas	85
5.11	Hasil Analisis Heteroskedastisitas	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Hal
1	Desain Kuesioner	103
2	Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	106
3	Tabulasi Data <i>Screening</i>	108
4	Analisis Deskriptif dengan <i>Multiple Response</i>	110
5	<i>Crosstabs</i> Lama Pekerjaan dengan Pendidikan Responden	111
6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	113
7	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	114
8	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Harga	115
9	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan	115
10	Analisis Faktor untuk Variabel Kualitas Produk	116
11	Analisis Faktor untuk Variabel Kualitas Pelayanan	122
12	Analisis Faktor untuk Variabel Persepsi Harga	126
13	Analisis Faktor untuk Variabel Kepuasan	130
14	Analisis Regresi	131
15	Tabel Durbin Watson	133