



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,  
PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAHAN BAKAR  
MINYAK NON SUBSIDI  
(STUDI KASUS PT PERTAMINA (PERSERO) TERMINAL  
BAHAN BAKAR MINYAK JAKARTA GROUP TANJUNG  
PRIOK)**

**TESIS**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**MOCHAMAD YUSUF MUKTI**

**55114120206**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**2017**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,  
PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAHAN BAKAR  
MINYAK NON SUBSIDI  
(STUDI KASUS PT PERTAMINA (PERSERO) TERMINAL  
BAHAN BAKAR MINYAK JAKARTA GROUP TANJUNG  
PRIOK)**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi di Program Studi  
Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana

**MOCHAMAD YUSUF MUKTI**

**55114120206**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2017**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bahan Bakar Minyak Non Subsidi (Studi Kasus PT Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak Jakarta Group Tanjung Priok)

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Mochamad Yusuf Mukti

Nim : 55114120206

Program : Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 12 Agustus 2017

Pembimbing Utama

Pembimbing II

  
(Dr. Bambang Dwi Hartono, MA)

  
(Dr. Rosalendo Eddy Nugroho, MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen

  
(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

  
(Dr. Aty Herawati, M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bahan Bakar Minyak Non Subsidi (Study Kasus PT Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak Jakarta Group Tanjung Priok)

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Mochamad Yusuf Mukti

Nim : 55114120206

Program : Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 12 Agustus 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 12 Agustus 2017



(Mochamad Yusuf Mukti)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak Jakarta Group Tanjung Priok)*”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Megister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Bambang Dwi Hartono, MA selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Dr. Rosalendro Eddy Nugroho, MM selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Mochamad Mukti Ali, MM selaku dosen penguji sidang dan Prof, Dr. Djumarno selaku ketua ujian sidang yang telah menyempurnakan Tesis ini hingga selesai.

Penulis juga berterimakasih kepada Prof, Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya

meningkatkan situasi kondusif di Fakultas. Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Manajemen Ibu Dr. Aty Herawati, M.Si. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Kelas Reguler 2 Kampus Depok yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada Kedua orang tua khususnya Almarhum Ayahanda Bapak Muksin, karena berkat jasmu, ananda bisa menyelesaikan pendidikan ini, ibunda Teti Suharyati yang tidak berhenti memberikan terus semangat dan do'a dalam menyelesaikan pendidikan ini. Bunda Genta Lestari Yudhawati, dan anak-anakku tersayang Nabilla Shafia Arsy Azzahra, Mochamad Arkan Sakha Raffasya yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini. Bapak Dedi Suhendi selaku atasan saya, Bapak Muhamad Idris dan Bapak Nitya Widarnata selaku Manajer Finance PT Pertamina (Persero) MOR III yang telah mengarahkan dan mengizinkan penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan karya ilmiah ini disela-sela pekerjaan penulis beserta seluruh rekan kerja PT Pertamina (Persero) TBBM Jakarta Group Tanjung Priok, rekan-rekan Finance Region III Jakarta dan Industrial Marketing Region III Jakarta.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan peningkatan keputusan pembelian BBM Non Subsidi ditinjau dari variabel kualitas produk, persepsi harga, promosi dan kualitas pelayanan.

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah .....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	14
1.5. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II. DESKRIPSI (OBJEK PENELITIAN)</b> .....	<b>17</b>
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	17
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha .....	19
2.3. Sumber Daya .....	23
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan .....	26
2.5. Proses atau Kegiatan Fungsi Bisnis Perusahaan .....	28
<b>BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN     HIPOTESIS</b> .....	<b>37</b>
3.1. Kajian Teori .....	37
3.2. Penelitian Terdahulu .....	89
3.3. Kerangka Pemikiran .....	98
3.4. Hipotesis .....	99

<b>BAB IV. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>100</b>
4.1. Jenis atau Desain Penelitian .....	100
4.2. Variabel Penelitian .....	101
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	106
4.4. Jenis dan Sumber Data .....	109
4.5. Teknik Pengumpulan Data .....	111
4.6. Teknik Analisis Data .....	112
4.7. Jadwal Pelaksanaan Penyusunan Tesis .....	125
<b>BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>126</b>
5.1. Hasil Penelitian .....	126
5.2. Pembahasan Hasil Penelitian .....	158
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>193</b>
6.1. Kesimpulan .....	193
6.2. Saran .....	197
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>205</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>214</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>258</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1. Jumlah Karyawan PT Pertamina (Persero) .....	25
Tabel 2.2. Jumlah Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan PT Pertamina (Persero) .....	25
Tabel 2.3. Jaringan Distribusi Sektor Pemasaran .....	30
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu .....	89
Tabel 4.1. Matriks Variabel Operasional .....	105
Tabel 4.2. Penentuan Sampel dengan Teknik <i>Purposive Sampling</i> .....	109
Tabel 4.3. Matriks Matrik Korelasi Dimensi Antar Variabel .....	124
Tabel 4.4. Interpretasi Kekuatan Hubungan Koefisien Korelasi .....	125
Tabel 4.5. Jadwal Pelaksanaan Penyusunan Tesis .....	125
Tabel 5.1. Frekuensi Karakteristik Responden .....	128
Tabel 5.2. Hasil Analisis Deskriptif Statistik .....	136
Tabel 5.3. Tabel Sampling Data Uji Instrument .....	140
Tabel 5.4. Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk (X1) .....	141
Tabel 5.5. Hasil Pengujian Validitas Persepsi Harga (X2) .....	142
Tabel 5.6. Hasil Pengujian Validitas Promosi (X3) .....	143
Tabel 5.7. Hasil Pengujian Validitas Kualitas Layanan (X4) .....	144
Tabel 5.8. Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	145
Tabel 5.9. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	146
Tabel 5.10. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	148
Tabel 5.11. Hasil Uji Multikolinearitas .....	149
Tabel 5.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Uji Glejser .....	151
Tabel 5.13. Hasil Uji F (Koefisien Regresi Secara Bersama-sama) .....	152
Tabel 5.14. Hasil uji t (uji secara parsial) .....	153
Tabel 5.15. Hasil Analisis Korelasi Nilai R dan Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	155
Tabel 5.16. Hasil Analisis Koefisien Regresi Berganda .....	156

Tabel 5.17.	Matrik Korelasi Antar Dimensi .....	157
Tabel 5.18.	Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	180



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Harga Rata-Rata Brand dan Indonesian Crude Price (ICP) Tahun 2015 .....	1
Gambar 1.2. Grafik Penurunan Penjualan BBM Non Subsidi di TBBM Tanjung Priok .....	3
Gambar 1.3. Grafik Keluhan Pelanggan BBM Non Subsidi di TBBM Tg.Priok .....	4
Gambar 1.4. Grafik <i>Reason to Detract</i> .....	5
Gambar 1.5. Grafik Biaya Iklan dan Promosi .....	8
Gambar 1.6. Grafik <i>Moment Of Truth</i> Keluhan Pelanggan .....	9
Gambar 2.1. Milestones PT Pertamina (Persero) .....	18
Gambar 2.2. Struktur Organisasi PT Pertamina (Persero) .....	19
Gambar 2.3. Logo PT Pertamina (Persero) .....	20
Gambar 2.4. <i>Bussines Process</i> PT Pertamina (Persero) .....	34
Gambar 2.5. <i>Integrated Bussines Process Upstream</i> PT Pertamina (Persero) .....	35
Gambar 2.6. <i>Integrated Bussines Process Downstream</i> PT Pertamina (Persero) .....	36
Gambar 3.1. Pengertian Produk .....	43
Gambar 3.2. <i>The Factors Forming Quality Products Requirement</i> .....	50
Gambar 3.3. Persepsi Harga .....	63
Gambar 3.4. Tahapan Keputusan Pembelian .....	84
Gambar 3.5. Kerangka Pemikiran .....	98
Gambar 5.1. Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	128
Gambar 5.2. Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia .....	129
Gambar 5.3. Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jabatan .....	130
Gambar 5.4. Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Bidang	

	Usaha .....	131
Gambar 5.5.	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Saluran Distribusi .....	132
Gambar 5.6.	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Transaksi .....	133
Gambar 5.7.	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Lamanya Bekerjasama .....	134
Gambar 5.8.	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	135
Gambar 5.9.	Grafik Uji Normalitas .....	147
Gambar 5.10.	Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	150



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1.1. Kuesioner .....	215
Lampiran 1.2. Tabulasi Karakteristik Responden .....	231
Lampiran 1.3. Klasifikasi Karakteristik Responden .....	233
Lampiran 1.4. Hasil Olahan SPSS Karakteristik Responden .....	234
Lampiran 1.5. Tabulasi <i>Pretest</i> 30 Responden .....	238
Lampiran 1.6. Hasil Olahan SPSS Uji Validitas .....	239
Lampiran 1.7. Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana) .....	242
Lampiran 1.7. Hasil Olahan SPSS Uji Reliabilitas .....	243
Lampiran 1.8. Tabulasi <i>Posttest</i> 100 Responden .....	246
Lampiran 1.9. Hasil Olahan SPSS Analisis Deskriptif .....	248
Lampiran 1.10 Hasil Olahan SPSS Uji Normalitas .....	250
Lampiran 1.11 Hasil Olahan SPSS Uji Multikolinearitas, Uji-T dan Analisis Regresi Berganda .....	251
Lampiran 1.12 Hasil Olahan SPSS Uji Heteroskedastisitas .....	251
Lampiran 1.13 Hasil Olahan SPSS Uji F.....	252
Lampiran 1.14 Hasil Olahan Uji Korelasi dan Determinasi $R^2$ ( <i>Adjustment R Square</i> ) .....	252
Lampiran 1.15 Tabel Presentasi Distribusi T .....	253
Lampiran 1.16 Tabel Presentasi Distribusi F .....	254
Lampiran 1.17 Hasil Olahan SPSS Matrix Korelasi Antar Dimensi .....	255
Lampiran 1.18 Hasil Olahan SPSS Matrix Korelasi Antar Indikator .....	256