

**PENGARUH KENAIKAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK
(BBM) DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK PERTALITE DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Pelanggan Bahan Bakar Minyak Peralite)**

***THE INFLUENCE OF INCREASING FUEL PRICES (BBM)
AND LIFESTYLE ON CUSTOMER LOYALTY OF PERTALITE
PRODUCTS IN EAST JAKARTA
(Case Studies On Fuel Oil Customers Peralite)***

Oleh:
Ridho Linovan
2018410034

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2023

**PENGARUH KENAIKAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK
(BBM) DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK PERTALITE DI JAKARTA TIMUR
(Studi Kasus Pada Pelanggan Bahan Bakar Minyak Pertalite)**

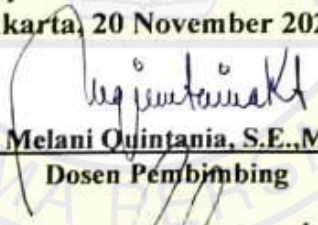
***THE INFLUENCE OF INCREASING FUEL PRICES (BBM)
AND LIFESTYLE ON CUSTOMER LOYALTY OF PERTALITE
PRODUCTS IN EAST JAKARTA
(Case Studies On Fuel Oil Customers Pertalite)***

Oleh:

**Ridho Linovan
2018410034**

SKRIPSI

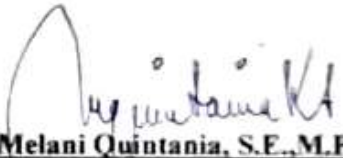
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 20 November 2023

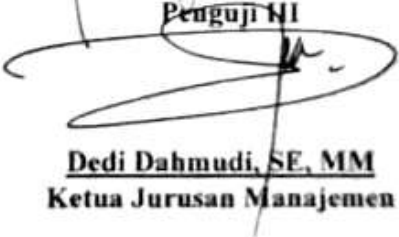

Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd.
Dosen Pembimbing


Drs. Fauzi Baisvir, MM
Penguji I


Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM
Penguji II


Dr. Sukardi, SE, MM
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd
Penguji III


Dedi Dahmudi, SE, MM
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rido Linovan
NIM : 2018410034
Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini saya menyatakan bahwa tulisan berjudul Pengaruh Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas yang dibimbing oleh Ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd, adalah karya saya sendiri. Saya menegaskan bahwa karya ini tidak disalin dari tulisan orang lain. Jika di masa mendatang ditemukan bahwa pernyataan ini tidak akurat, saya siap untuk bertanggung jawab. Saya membuat pernyataan ini dengan sungguh-sungguh

Jakarta, 10 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Rido Linovan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) dan perubahan gaya hidup terhadap kesetiaan pelanggan produk Pertalite di wilayah Jakarta Timur, dengan menggunakan studi kasus pada pelanggan BBM Pertalite. Metode yang digunakan adalah penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan BBM Pertalite di Jakarta Timur, dengan pengambilan sampel yang menggunakan metode sampel jenuh. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dan regresi linier sederhana, serta pengujian hipotesis simultan menggunakan uji F dan pengujian hipotesis parsial menggunakan uji T.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara harga dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan. Fhitung yang diperoleh sebesar 108.533, melebihi Ftabel sebesar 3.09, dengan probabilitas signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara harga dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh persamaan regresi berganda $Y = 6.105 + 0.005X_1 + 1.090X_2$. Semakin baik harga (X_1), semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan, dan sebaliknya. Secara parsial, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan, dengan Thitung sebesar $6.728 > T_{tabel}$ sebesar 1.98472, dan probabilitas signifikansi $0.000 < 0.05$. Begitu pula dengan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan, dengan Thitung sebesar $14.809 > T_{tabel}$ sebesar 1.98472, dan probabilitas signifikansi $0.000 < 0.05$.

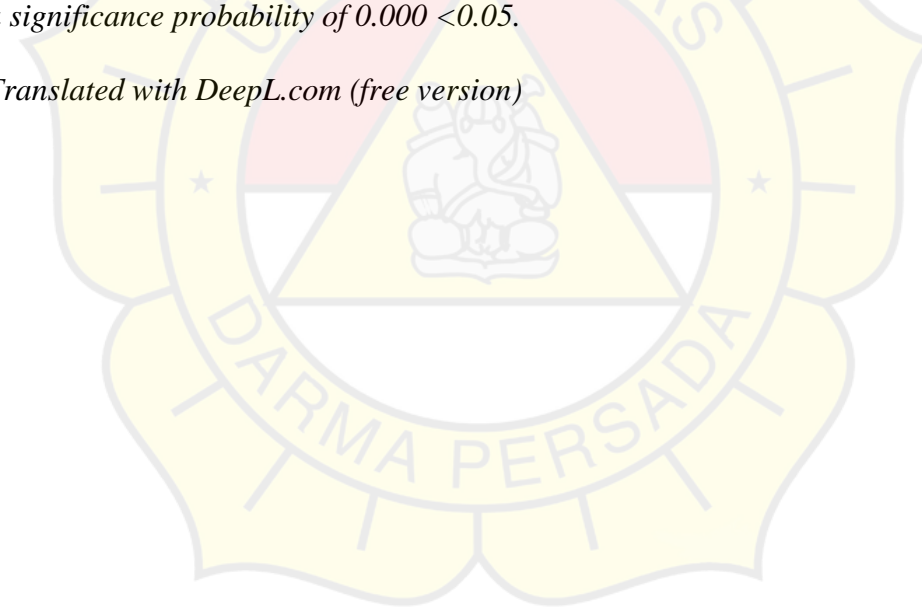
Kata kunci: Harga, Gaya Hidup, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to evaluate the impact of rising fuel oil (BBM) prices and lifestyle changes on customer loyalty for Peralite products in the East Jakarta area, using a case study of Peralite BBM customers. The method used was the distribution of questionnaires to 100 Peralite fuel customers in East Jakarta, with sampling using the saturated sample method. Data analysis was carried out using multiple linear regression and simple linear regression, as well as simultaneous hypothesis testing using the F test and partial hypothesis testing using the T test.

The results showed a significant influence between price and lifestyle on customer loyalty. The Fcount obtained is 108.533, exceeding the Ftable of 3.09, with a significance probability of $0.000 < 0.05$. This shows that there is a positive influence between price and lifestyle on customer loyalty, as explained by the multiple regression equation $Y = 6.105 + 0.005X1 + 1.090X2$. The better the price (X1), the higher the level of customer loyalty, and vice versa. Partially, there is a significant positive effect between price and customer loyalty, with a Thitung of $6.728 > Ttabel$ of 1.98472, and a significance probability of $0.000 < 0.05$. Likewise with lifestyle on customer loyalty, with a Thitung of $14.809 > Ttabel$ of 1.98472, and a significance probability of $0.000 < 0.05$.

Translated with DeepL.com (free version)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan segala rasa hormat dan syukur, penulis ingin menyampaikan penghargaan kepada kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan berkah-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan Skripsi yang berjudul **"PENGARUH KENAIKAN HARGA BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK PERTALITE DI JAKARTA TIMUR (Studi Kasus Pada Pelanggan Bahan Bakar Minyak Pertalite)."** Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana dalam jurusan manajemen pemasaran di Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Orang Tua Tercinta, yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan baik.
2. Ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd. selaku pembimbing penulisan proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal skripsi ini.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.

4. Bapak Dr. Sukardi, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
6. Seluruh teman-teman angkatan 2018 Jurusan Manajemen, yang memberikan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Terima kasih untuk diriku sendiri, yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Tetap kuat untuk melanjutkan perjalanan hidup dan temukan pengalaman-pengalaman baru disetiap langkah.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis berharap ALLAH SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 10 Januari 2024

Ridho Linovan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Pembatasan Masalah	13
1.2.3 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Pemasaran.....	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	16

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2.1 Tujuan Manajemen Pemasaran	18
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.3 Bauran Pemasaran	21
2.2 Harga	25
2.2.1 Pengertian Harga	25
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	25
2.2.3 Peranan Harga	26
2.2.4 Kebijakan Harga.....	28
2.2.5 Dimensi Harga.....	29
2.3 Gaya Hidup.....	30
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	30
2.3.2 Komponen Gaya Hidup.....	31
2.3.3 Jenis-Jenis Gaya Hidup	32
2.3.4 Dimensi Gaya Hidup.....	34
2.4 Loyalitas Pelanggan	35
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	35
2.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	38
2.4.3 Manfaat Loyalitas Pelanggan	39
2.4.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	39
2.5 Penelitian Terdahulu.....	40
2.6 Kerangka Pemikiran	51
2.7 Hipotesis Penelitian.....	52

2.8 Paradigma Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Metode Yang Digunakan	54
3.2 Waktu Dan Tujuan Penelitian	55
3.3 Operasional Variabel.....	55
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	60
3.4.1 Sumber dan Jenis Data	60
3.4.2 Cara Penentuan Data	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data	64
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	66
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	66
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	67
3.6.3 Alat dan Analisis Data.....	70
3.6.4 Uji Hipotesis.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	76
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Pertamina (Persero).....	76
4.1.2 Visi dan Misi PT Pertamina (Persero)	76
4.1.3 Struktur Organisasi Bagian Produksi PT Pertamina.....	77
4.2 Hasil Penelitian	78
4.2.1 Deskripsi Hasil Responden	78
1. Pertanyaan penyaring	78
2. Jenis Kelamin	81
3. Usia Responden	82
4. Pendidikan Terakhir Responden.....	83

5. Alamat Tempat Tinggal.....	83
6. Status Pekerjaan	83
7. Rata-Rata Pengeluaran perbulan untuk membeli BBM produk Peralite	87
8. Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan BBM Produk Peralite.....	84
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel Yang Diteliti	87
1. Harga	87
2. Gaya Hidup.....	96
3. Loyalitas	105
4.2.3 Uji Keabsahan Data	119
1. Uji Validitas	119
2. Uji Reliabilitas.....	121
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	123
1. Uji Normalitas	123
2. Uji Multikolinieritas	126
3. Uji Heterokedastisitas.....	127
4.2.5 Alat Analisis	129
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	129
2. Koefisien Korelasi (R).....	131
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	132
4.2.6 Pengujian Hipotesis	133
1. Uji F.....	133
2. Uji T	134
4.3 Pembahasan	136
1. Pengaruh Harga dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan	137
2. Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan....	138
3. Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	138

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	147



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Harga BBM Pertamina, Shell, AKR, Vivo Sept 2022 ...	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2 Skala <i>likert</i>	65
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Kolerasi	72
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi R^2	73
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Perhitungan responden berdasarkan Apakah anda pelanggan BBM produk Peralite.....	79
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan apakah anda menggunakan BBM Peralite sebanyak 5 (lima) kali dalam 1 (satu) bulan terakhir.	80
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan apakah anda tinggal di Kota Jakarta Timur.....	80
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.6 Profil Pendidikan Responden	82
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	83
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan status pekerjaan	84
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran perbulan untuk membeli produk Peralite	85
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan BBM Produk Peralite	86
Tabel 4.11 Tanggapan responden berdasarkan Produk Varian BBM Pertamina Apa Yang Sering Anda Gunakan	87
Tabel 4.12 Tanggapan responden berdasarkan Saya Membeli BBM Peralite dengan harga yang terjangkau	88
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Berdasarkan Harga BBM Peralite yang ditentukan Pemerintah, masih dapat dibeli masyarakat	89

Tabel 4.14	Tanggapan responden berdasarkan Saya Setuju Dengan Harga BBM Peralite Yang Ditawarkan Oleh Pemerintah	90
Tabel 4.15	Tanggapan responden berdasarkan Harga produk peralite dengan kualitas yang sesuai dibanding brand BBM lain	91
Tabel 4.16	Tanggapan responden berdasarkan Harga produk peralite relatif lebih murah dibandingkan dengan produk lain	92
Tabel 4.17	Tanggapan responden berdasarkan Harga Yang Diberikan Produk Merk SPBU Lain Lebih Mahal Dibandingkan Produk Peralite.....	93
Tabel 4.18	Tanggapan responden berdasarkan Harga yang ditawarkan oleh Pertamina pada BBM Peralite sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.....	94
Tabel 4.19	Tanggapan responden berdasarkan Saya merasa harga produk BBM Peralite sesuai dengan kemampuan daya beli saya	95
Tabel 4.20	Tanggapan responden berdasarkan Harga BBM Peralite memiliki manfaat yang lebih baik dibandingkan tempat yang lainnya	96
Tabel 4.21	Tanggapan responden berdasarkan Saya menggunakan produk Peralite untuk menunjang berkendara saya.....	97
Tabel 4.22	Tanggapan responden berdasarkan Saya menjadikan produk peralite sebagai BBM favorit pada setiap aktivitas	98
Tabel 4.23	Tanggapan responden berdasarkan Ketika bensin saya habis, saya akan pergi ke SPBU untuk mengisi BBM Peralite	99
Tabel 4.24	Tanggapan responden berdasarkan Saya tertarik membeli BBM Peralite karena harganya ekonomis.....	100
Tabel 4.25	Tanggapan responden berdasarkan Saya suka membeli Peralite karena sudah teruji kualitas bahan bakarnya	101
Tabel 4.26	Tanggapan responden berdasarkan Saya tertarik membeli Peralite karena SPBUnya banyak di sekitaran jalan.....	102
Tabel 4.27	Tanggapan responden berdasarkan Menurut saya, kenaikan harga Peralite sesuai dengan kualitas produknya.....	103
Tabel 4.28	Tanggapan responden berdasarkan Menurut saya, keiritan Peralite cukup bagus untuk setiap kendaraan	104

Tabel 4.29 Tanggapan responden berdasarkan Menurut saya, fasilitas yang diberikan Pertamina cukup baik	105
Tabel 4.30 Tanggapan responden berdasarkan Saya selalu membeli produk Peralite secara teratur	106
Tabel 4.31 Tanggapan responden berdasarkan Saya akan membeli produk Peralite setiap bulan	107
Tabel 4.32 Tanggapan responden berdasarkan Saya tetap membeli produk Peralite walaupun harganya naik	108
Tabel 4.33 Tanggapan responden berdasarkan Saya selalu membeli BBM di Pertamina seperti Peralite, Pertamina, Pertamina Turbo dan Solar dll.	109
Tabel 4.34 Tanggapan responden berdasarkan Saya selalu membeli semua lini produk dan menggunakan jasa yang ada di Pertamina.....	110
Tabel 4.35 Tanggapan responden berdasarkan Saya terkadang membeli produk Peralite berikut produk tambahan yang ditawarkan Pertamina, Seperti Oli, Isi Angin Ban, dll	111
Tabel 4.36 Tanggapan responden berdasarkan Saya akan merekomendasikan produk Peralite kepada teman	112
Tabel 4.37 Tanggapan responden berdasarkan Saya akan mereferensikan kepada orang lain untuk membeli produk Peralite	113
Tabel 4.38 Tanggapan responden berdasarkan Saya menyarankan kepada saudara dan keluarga untuk membeli produk Peralite karena keritiannya ...	114
Tabel 4.39 Tanggapan responden berdasarkan Saya tidak melakukan pembelian produk di tempat lain selain di Pertamina	115
Tabel 4.40 Tanggapan responden berdasarkan Saya tidak tertarik menggunakan produk lain selain produk Peralite.....	116
Tabel 4.41 Tanggapan responden berdasarkan Saya tidak berpengaruh pada produk sejenis Peralite dengan merk yang berbeda	118
Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	119
Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	120
Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas	121

Tabel 4.45 Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	122
Tabel 4.46 Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup	122
Tabel 4.47 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas.....	123
Tabel 4.48 Uji Normalitas.....	125
Tabel 4.49 Hasil Uji Multikolinieritas	126
Tabel 4.50 Parameter Kuantitatif Variabel Harga, Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan	129
Tabel 4.51 Parameter Kuantitatif Koefisien Korelasi Harga dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan	131
Tabel 4.52 Parameter Kuantitatif Koefisien Determinasi Harga dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan	132
Tabel 4.53 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	133
Tabel 4.54 Hasil Uji Parsial (Uji T) Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	134
Tabel 4.55 Hasil Uji Parsial (Uji T) Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan	135
Tabel 4.56 Hasil Penelitian Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan	136

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pemerintah Naikan Harga BBM Solar, Ptalite, Pertamina (RON92) mulai 3 September 2022	3
Gambar 1.2 Produk Pertamina	6
Gambar 1.3 Data Laporan Keuangan Tahunan PT. Pertamina	7
Gambar 1.4 Respon Konsumen Terhadap Kenaikan Harga BBM Berdampak Kenaikan Tarif Ojek Online (September 2022).....	8
Gambar 1.5 GAP Review Positif & Review Negatif Konsumen Kenaikan Harga BBM Pertamina	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	53
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Pertamina	77
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	126
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	128

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	148
Lampiran 2 Data Profil Responden Penelitian.....	156
Lampiran 3 Pertanyaan Penyaring	161
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian Variabel Harga	165
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian Variabel Gaya Hidup.....	168
Lampiran 6 Tabulasi Data Penelitian Variabel Loyalitas	171
Lampiran 7 F Tabel	174
Lampiran 8 R Tabel	175
Lampiran 9 T Tabel.....	176
Lampiran 10 Uji Validitas.....	177
Lampiran 11 Uji Reliabilitas.....	178
Lampiran 12 Uji Normalitas	179
Lampiran 13 Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas.....	180
Lampiran 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	181
Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	182
Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	183
Lampiran 17 Hasil Uji F dan T	184
Lampiran 18 Ulasan dan Komentar Tentang BBM	185
Lampiran 19 Bukti Penyebaran Kuesioner	195
Lampiran 20 Catatan Kegiatan Konsultasi	196
Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup.....	197