

**KUALITAS PRODUK ELPIJI PT. PERTAMINA (PERSERO)  
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN**

***QUALITY PRODUCTS ELPIJI PT. PERTAMINA (LIMITED) BY  
CONSUMER PERCEPTIONS***

**DENNY R KURNIAWAN  
8223067780**



**Karya Ilmiah ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2012**

## **ABSTRAK**

**DENNY R KURNIAWAN. 2012. 8223067780.** Kualitas Produk ELPIJI PT. PERTAMINA (Persero) Menurut Persepsi Konsumen Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk ELPIJI PT. PERTAMINA (Persero) terhadap persepsi konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan wawancara. Dari hasil penulisan tersebut dapat diketahui bahwa kualitas dari tabung maupun berat bersih ELPIJI sangat mempengaruhi persepsi konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk

## **ABSTRACT**

**DENNY R KURNIAWAN. 2012. 8223067780.** *Product Quality ELPIJI PT. PERTAMINA (Persero) According to the Consumer Perception.* DII Marketing Study Program. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta. This paper has a purpose to find out about the effect of product quality ELPIJI PT. PERTAMINA (Persero) on consumer perceptions. The method used in this research is descriptive analysis with the method of data collection through literature study, observations and interviews From the results of these studies can be seen that the quality of the tube and the net weight ELPIJI greatly affect consumer perception.

*Key Word:* Product Quality

## LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Setryo Ferry Wibowo, SE, M.Si.  
NIP. 19720017199031001

25 Januari 2012

Ketua Jurusan Manajemen,

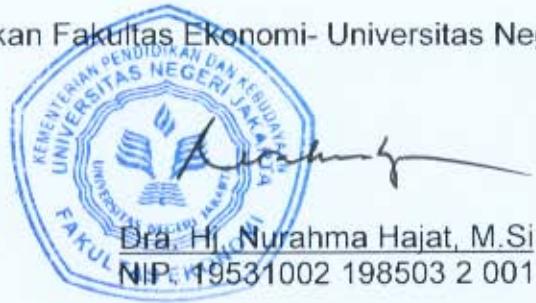
Agung Wahyu Handaru, ST, MM  
NIP. 197811272006041001

Jakarta, 23 Januari 2012  
Ketua Program Studi Pemasaran

Agung Kresnamurti, ST., MM.  
NIP. 19740416 200604 1 001

## LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Dekan Fakultas Ekonomi- Universitas Negeri Jakarta



Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Pengaji

Agung Kresnamurti Rivai P. ST, M.M  
NIP. 19740415 200604 1 001

02 . Feb 2012

Pengaji Ahli

Drs. Solikha, MM  
NIP. 19620623 199003 2 001

02 . Feb 2012

Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si  
NIP. 19720017 19903 1 001

02 . Feb 2012

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya serta memberikan hikmat, akal budi, kesehatan dan kekuatan sehingga pada akhirnya praktikan dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III, Manajemen Pemasaran, Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam kesempatan ini, praktikan ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE,. M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahananya kepada penulis
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Ketua Jurusan Manajemen Bapak Agung Wahyu Handaru, ST., MM.
4. Kaprodi Diploma III Manajemen Pemasaran, Bapak Agung Kresnamurti, R.P, ST,. MM. yang telah memberikan banyak pelajaran berharga bagi penulis.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pendidikan kepada penulis.

6. Semua pegawai PT Pertamina (Persero) baik dari kantor pusat Unit Pemasaran III dan Depot Filling Plant LPG Tanjung Priok, yang banyak membantu proses perizinan dan telah banyak memberikan bimbingan dan arahan.
7. Papa dan mama tercinta atas segala bimbingan, dukungan, perhatian dan terutama adalah doa-doanya yang tidak pernah putus untuk penulis.

Wassalamualaikum wr.wb

Jakarta, Januari 2012

Penulis