

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia usaha saat ini berkembang semakin cepat sehingga mendorong suatu perusahaan untuk mempersiapkan strategi agar mampu bersaing dalam pasar. Tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi mendorong adanya kemampuan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan promosi sebagai acuan bagi pembeli atau konsumen untuk memutuskan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Persaingan yang semakin tinggi dalam sektor bisnis, contohnya adalah bisnis SPBU. Persebaran dan banyaknya investor yang saat ini membuka bisnis SPBU, mendorong adanya kemampuan perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produknya agar mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan pasar

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kualitas produk serta promosi yang baik untuk menarik konsumen agar menarik minat pembeli untuk membeli ulang suatu produk dan meyakinkan konsumen untuk menggunakan produk tersebut, sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pasar. Perusahaan menjadi pemenang bisnis apabila mampu menjaring atau mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Jika perusahaan mampu menjaring konsumen sebanyak – banyaknya maka perusahaan tersebut akan memperoleh keuntungan sebesar – besarnya.

Di Indonesia sendiri kendaraan bermotor terus bertambah tiap tahunnya hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik sebagai berikut¹.

Tabel I.1 Perkembangan jumlah kendaraan bermotor menurut jenis.

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2005	5.076.230	1.110.255	2.875.116	28.531.831	37.623.432
2006	6.035.291	1.350.047	3.398.956	32.528.758	43.313.052
2007	6.877.229	1.736.087	4.234.236	41.955.128	54.802.680
2008	7.489.852	2.059.187	4.452.343	47.683.681	61.685.063
2009	7.910.407	2.160.973	4.452.343	52.767.093	67.336.443
2010	8.891.041	2.250.109	4.687.789	61.078.188	76.907.127
2011	9.548.866	2.254.406	4.958.738	68.839.341	85.601.351
2012	10.432.259	2.273.821	5.286.061	76.381.183	94.373.244

Sumber : Kantor Kepolisian Republik Indonesia

Dari tabel diatas terlihat bahwa kendaraan bermotor setiap tahunnya terus bertambah, sehingga wajar apabila jumlah kendaraan di Indonesia mampu menempati urutan pertama dikawasan Asia Tenggara mengalahkan Thailand yang hanya 25,29 juta unit, Vietnam 14,51 juta unit, Malaysia 7,28 juta unit, serta Filipina 2,15 juta unit.²

¹ http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&id_subyek=17¬ab=12. Diakses tanggal:24 Februari 2014

² <http://www.tempo.co/read/news/2011/08/19/124352572/Kendaraan-Bermotor-di-Indonesia-Terbanyak-di-ASEAN>. Diakses tanggal 24 Februari 2014

Banyaknya kendaraan bermotor di Indonesia mengakibatkan kebutuhan konsumen akan bahan bakar minyak (BBM) sangat besar khususnya yang menggunakan kendaraan bermotor. Saat ini salah satu perusahaan SPBU ternama di Indonesia ialah PT. PERTAMINA dimana perusahaan yang menjual bahan bakar ini menjual berbagai jenis bahan bakar diantaranya: solar, premium, pertamax, pertamax *plus*. Ada beberapa SPBU yang beroperasi di Indonesia diantaranya ialah Pertamina, *Shell, Petronas, Total, AKR, Ocean Petro Energy*.³

Walaupun sudah banyak SPBU yang beroperasi di Indonesia namun kepercayaan konsumen dengan PT. PERTAMINA sangatlah tinggi sehingga masih banyak pengendara bermotor di Indonesia yang menggunakan produk dari PT. PERTAMINA. Di Pertamina sendiri sudah di jelaskan terdapat berbagai produk bahan bakar yang dikeluarkan sesuai dengan jenis kendaraan konsumen yang digunakan, salah satu yang sering digunakan untuk kendaraan bermotor dan bermobil ialah pertamax. Bahan bakar ini sangat diminati oleh konsumen karena dapat meningkatkan performa mesin kendaraannya. Saat ini kepercayaan konsumen akan produk yang dikeluarkan oleh PERTAMINA sendiri sangatlah tinggi sehingga dapat meningkatkan asumsi bagi masyarakat untuk terus membeli dan menggunakan produk pertamax.

³ http://id.wikipedia.org/wiki/Stasiun_pengisian_bahan_bakar. Diakses tanggal 24 Februari 2014

Premium adalah bahan bakar minyak jenis distilat berwarna kekuningan yang jernih. Premium merupakan BBM untuk kendaraan bermotor yang paling populer di Indonesia. Premium di Indonesia dipasarkan oleh Pertamina dengan harga yang relatif murah karena memperoleh subsidi dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara. Premium merupakan BBM dengan oktan atau *Research Octane Number (RON)* terendah di antara BBM untuk kendaraan bermotor lainnya, yakni hanya 88. Pada umumnya, Premium digunakan untuk bahan bakar kendaraan bermotor bermesin bensin, seperti: mobil, sepeda motor, motor tempel, dan lain-lain, premium menggunakan tambahan pewarna *dye*, mempunyai nilai oktan 88, menghasilkan Nox dan Cox dalam jumlah banyak. Sedangkan Pertamax adalah bahan bakar minyak andalan Pertamina.

Pertamax, seperti halnya Premium, adalah produk BBM dari pengolahan minyak bumi. Pertamax dihasilkan dengan penambahan zat aditif dalam proses pengolahannya di kilang minyak. Pertamax pertama kali diluncurkan pada tahun 1999 sebagai pengganti Premix 98 karena unsur MTBE yang berbahaya bagi lingkungan. Selain itu, Pertamax memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan Premium. Pertamax direkomendasikan untuk kendaraan yang diproduksi setelah tahun 1990, terutama yang telah menggunakan teknologi setara dengan *electronic fuel injection (EFI)* dan *catalytic converters* (pengubah katalitik), pertamax ditujukan untuk kendaraan yang menggunakan bahan bakar beroktan

tinggi tanpa timbal, untuk kendaraan yang menggunakan *electronic fuel injection* dan *catalyc converters*, memiliki oktan 92, bebas timbal, ethanol sebagai peningkat bilangan oktannya, serta menghasilkan Nox dan Cox dalam jumlah yang sangat sedikit dibanding BBM lain⁴.

Selain berkualitas ada hal lain yang harus diperhatikan untuk menambah keuntungan dalam bidang usaha SPBU diantaranya ialah promosi, promosi merupakan salah satu dari empat elemen penting dari bauran pemasaran perusahaan. Promosi juga merupakan suatu alat komunikasi antara penjual pembeli agar konsumen mendapatkan informasi yang tepat. Informasi yang tepat merupakan rujukan bagi konsumen agar dapat mau memutuskan pembelian atau tidak. Sudah banyak alternatif untuk membuat promosi salah satu nya adalah dengan iklan. Iklan yang dikeluarkan oleh PT. Pertamina yaitu mengajak konsumen untuk menggunakan bbm pertamax. Dari promosi – promosi yang dilakukan oleh PT. Pertamina maka konsumen akan tertarik dan akan memutuskan membeli atau tidak. Selain iklan cara mempromosikan pertamax ialah memberikan kupon. Kupon ialah berupa karcis yang memberi hak kepada pemegangnya sehingga bisa menghemat pembelian produk tertentu.

Promosi merupakan cara sebuah perusahaan untuk memperkenalkan produk yang mereka ciptakan dan buat, sehingga masyarakat dapat mengenalnya. Promosi yang dilakukan PT.

⁴ <http://www.memobee.com/perbedaan-bensin-premium-dengan-pertamax-422-eij.html%20%5B10>, Diakses tanggal 24 Februari 2014

PERTAMINA untuk memperkenalkan dan mempromosikan pertamax dilakukan dengan cara sebagai berikut, PT. Pertamina memberikan tawaran jika memakai produk Pertamax bisa liburan di Eropa, PT. Pertamina mempunyai strategi untuk menggaet pengguna bensin non subsidi jenis Pertamax. Pertamina menawarkan hadiah-hadiah menarik agar pengguna premium mau beralih dan setia menggunakan Pertamax. *Vice President Corporate Communication* Pertamina Ali Mundakir menjelaskan, Pertamina akan memberikan paket hadiah liburan gratis ke Eropa kepada para konsumen Pertamax.⁵ Selain itu sekarang – sekarang ini kita dapat melihat beberapa iklan di televisi yang mengajak para konsumen untuk menggunakan bahan bakar minyak pertamax.⁶

Promosi yang juga dapat dilakukan oleh PT. Pertamina dengan memberikan *voucher*, PT Pertamina terus menggencarkan program peningkatan penggunaan BBM non subsidi (Pertamax). Berbagai cara unik dilakukan oleh Pertamina. Untuk warga Jabodetabek, Pertamina Regional Jabodetabek melakukan promosi unik untuk penjualan Pertamax. Bagi para pembeli Pertamax akan diberikan langsung sebuah *voucher* hadiah yang bisa digosokan untuk mendapatkan hadiah dibalik *voucher*. Berdasarkan hasil informasi sementara, program promosi ini cukup direspon masyarakat⁷.

⁵ <http://finance.detik.com/read/2012/07/13/185424/1965049/1034/pertamina-tawarkan-promo-beli-pertamax-bisa-liburan-ke-eropa>. Diakses tanggal:26 Februari 2014

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=81acFQNsIvY>. Diakses tanggal 26 Februari 2014

⁷ <http://finance.detik.com/read/2010/06/27/173114/1387819/4/beli-pertamax-dapat-hadiah-voucher>. Diakses tanggal 26 Februari 2014

Dengan cara – cara ini maka konsumen dapat memutuskan apakah konsumen mau membeli atau tidak. Keputusan pembelian konsumen sangatlah penting untuk meningkatkan keuntungan sendiri bagi perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan promosi.

Faktor yang pertama adalah kualitas pelayanan, berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan di kantor Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) Bapak Eko (41Tahun) mengalami ketiaktepatan dalam pelayanan yang dilakukan oleh PT. Pertamina dalam melayani karena adanya sikap kurang baik seperti kurangnya keramahan dalam melayani konsumen. Contoh lain yang dikutip dari artikel www.detik.com, “Petugas SPBU Pertamina Jl Ciledug tidak Ramah, Pada hari Minggu tanggal 13 Mei 2012, saya mengisi bahan bakar motor saya dengan Pertamax di SPBU 34-15102 Pasti Pas milik Pertamina yang beralamat di Jl Ciledug Raya di sebelah Komplek Perumahan Puri Beta Ciledug-Tangerang.

Petugas yang melayani tidak mengucapkan salam, tidak tersenyum, bahkan tidak menunjukkan dimulai dari angka 0 seperti jargon yang selama ini di iklankan oleh Pertamina. Yang membuat saya sangat kecewa adalah ketika selesai melakukan pengisian, petugas tersebut mencabut selang pengisian dari motor saya secara sembrono dan mengarah ke badan

saya tanpa menunggu pengisian bbm selesai seluruhnya sehingga pakaian yang saya kenakan terkena cipratan.

Ketika saya tegur, petugas tersebut justru dengan nada ketus mengatakan bahwa ia sudah berhati-hati dan menolak untuk meminta maaf. Apakah selama ini Pertamina tidak mensosialisasikan jargon yang mereka buat kepada petugasnya serta apakah tidak ada pelatihan kepada petugasnya untuk melayani konsumen dengan baik?’⁸

Faktor ke dua adalah harga, berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan dikantor Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP), Bapak Tumpal (52Tahun) mengatakan bahwa harga di PT. Pertamina tidak stabil cenderung turun naik. Contoh lain yang dikutip dari www.tempo.co, “Bank Indonesia menilai pemerintah sudah siap menaikkan harga bahan bakar minyak berkaca pada kenaikan BBM yang pernah dilakukan pada 2005, 2008-2009. "Waktu itu dampak inflasinya besar. Tapi tahun kemarin dengan koordinasi yang baik itu bisa ditekan dampaknya minimal," kata Direktur Kebijakan Ekonomi dan Moneter Bank Indonesia (BI) Solikin M Juhro dalam diskusi dengan wartawan di Hotel Borobudur, Jakarta, Senin, 7 April 2014. Akibat kenaikan harga bahan bakar minyak itu, menurut dia, awalnya prediksi inflasi bisa mencapai 9,4 hingga 9,5 persen.

⁸ <http://suarapembaca.detik.com/read/2012/05/23/114619/1922621/283/petugas-spbu-pertamina-jl-cileduk-tidak-ramah>. Diakses tanggal 26 Februari 2014

Namun dengan koordinasi yang baik, inflasi bisa dijaga di angka 8,38 persen. Lagipula, kata Solikin, besaran alokasi subsidi bahan bakar minyak yang masuk dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sudah tidak sehat. Alokasi anggaran subsidi mencapai 20 persen dari total anggaran belanja negara akan berdampak buruk terhadap perekonomian Indonesia. "Ruang fiskal harus diperluas dengan mengendalikan anggaran subsidi," ujarnya. Menurut Solikin, kebijakan pengurangan subsidi bahan bakar minyak memang akan mendorong tingkat inflasi dari sisi administered price dan konsekuensi dengan kemungkinan kenaikan suku bunga. Namun demikian, adanya forum koordinasi pengendali inflasi dengan daerah juga memberikan dampak positif untuk menjaga inflasi. Sementara itu, Menteri Keuangan Muhamad Chatib Basri mengatakan pemerintah belum mempunyai rencana untuk menaikkan harga BBM⁹.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan di Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP), Bapak Sion (50Tahun) menyatakan bahwa produk bahan bakar minyak bermerek yang lain lebih berkualitas dibandingkan dengan yang dimiliki oleh PT. Pertamina. Contoh lain yang dikutip dari www.google.com. "Kemarin teman saya memuji - muji pom bensin baru *Shell* di Karawaci. Kata dia kualitasnya benar – benar bagus dan *high - grade* dibandingkan dengan produk

⁹ <http://www.tempo.co/read/news/2014/04/08/092568730/BI-Anggap-Pemerintah-Siap-Naikkan-Harga-BBM>. Diakses tanggal 26 Februari 2014

Pertamina, mesin langsung terasa tarikannya kencang. Menurut dia lagi, *Shell* Karawaci baru menjual dua varian yakni *Shell Super* (ron 92) dengan harga Rp 5,700/liter dan *Shell Super Extra* (ron 95) dengan harga Rp 5,900/liter. *Shell V-Power* dengan ron 97 saat ini belum dipasarkan.

Sebagai konsumen, saya menyambut gembira kehadiran *Shell*. Waktu di Kuala Lumpur, selama 4 tahun saya selalu mengisi di jaringan pom bensin *Shell*. Meskipun terkadang mengisi di *Caltex*, *Esso* dan *Petronas*, akhirnya saya selalu balik lagi ke *Shell*. Kualitas *fuel* bagus, kaca dilap bersih, aki dicek semua dilakukan saat kita mengisi. Kalau drive malam, kadang – kadang kita ditawarin *Nescafe* gratis. Di luar Indonesia (Malaysia, Thailand, Spore), *Shell* menjual 2 varian : *Unleaded* (hijau) dengan ron 92 dan *V-Power* (merah) dengan ron 97. Pom2 bensin lainnya juga rata – rata hanya menjual dua varian ini.

Hanya Pertamina yang menyiasati subsidi dengan menghadirkan premium yang memiliki ron 85-90. Benar – benar *low grade*. Makanya walaupun dulu diberatkan oleh harga *Pertamax* (sekarang hampir tak ada bedanya), saya berpikir ratusan kali untuk *men-spec-down* BBM mobil kesayangan ke Premium dengan cara penyetelan, *piggyback* dan lain – lain itu. Wong untuk mengisi *Pertamax* saja sebenarnya mobil yang dikondisikan untuk ron minimal 92 itu sudah bisa diibaratkan menelan makanan tidak bergizi, apalagi jika *dispec-down*? Di Malaysia, BBM

masih disubsidi. Oleh karena itu kita bisa membeli *Shell-Unleaded dengaron* 92 pada harga RM 1.37 (eqv. Rp 3,500) per liter.

Barang sejenis dengan kualitas lebih jelek kita beli di Indonesia dengan harga Rp 5,700. Jadi apa tidak bullshit semua pledoi Pertamina dan pemerintah bahwa dengan kenaikan 100% lebih ini kita masih salah-satu yang memiliki subsidi terbesar di dunia? Ataukah subsidi itu diberi akal – akalan siluman di kualitas produk; Pertamina menghasilkan *low grade fuel/premium* kemudian mencoba *pass-off* itu sebagai produk dengan *grade* lebih tinggi? Apalagi selama ini Pertamina tidak pernah transparan dalam membeberkan perhitungan biaya produksi dan besarnya subsidi. Terus-terang dengan harga Rp 4,500/liter, saya meragukan bahwa premium masih disubsidi. Pasal 33 menyatakan bahwa sumber daya yang penting dan berkaitan dengan hayat hidup orang banyak harus dikuasai oleh negara. Selama ini pemerintah telah menerjemahkan menguasai sama dengan memiliki hasilnya adalah BUMN yang berkaitan dengan kelangsungan hidup sehari – hari rakyat jatuh ke tangan segelintir birokrat yang terkait erat dengan penguasa untuk dieksploitasi demi keuntungan pribadi, kroni dan kelompoknya. Rakyat sebagai shareholders atas resources justru tidak menikmati benefit yang maksimal dari pengelolaan tersebut. Saya kira rakyat setuju bahwa BBM harus naik, tapi kenaikan BBM setinggi langit melebihi kemampuan daya beli rakyat seperti kemarin adalah pembebanan segala ketidak-becusan dan

mismanagement asset penting seperti Pertamina ke bahu orang – orang kecil.

Bertahun – tahun yang lalu, saat perbatasan Entikong-Tebedu dibuka jika hendak menyetir sendiri ke Sarawak - kita harus mengisi *fuel-tank* kita *full*, karena pom bensin sulit ditemui di sepanjang Pontianak-Entikong. Tapi begitu kita masuk Tebedu, pom bensin bertebaran di setiap interval 5-10 km. Pom bensin *Shell* dan *Petronas* yang luas, meterannya akurat, lengkap, bersih dengan toilet kinclong, air dan angin gratis serta minimart cantik. Kebalikan 180 derajat dari pom bensin Pertamina yang pakai meteran kuda, sempit, jorok, berlubang, toiletnya bau (kalaupun ada). Jika *downstream* industri migas kita tidak diputuskan untuk diliberalisasi pada tahun 2001 (melalui UU Migas No.22/2001), yang akan dimulai Nov 2005 ini; sampai mati kita akan dipaksa untuk menikmati *mediocre services* dari Pertamina. Karena akan masuknya gas station asing inilah maka Pertamina akhirnya berbenah diri selama 3 tahun terakhir sehingga kita bisa merasakan peningkatan kualitas dari SPBU Pertamina yang *good, but not good enough* dibandingkan dengan kualitas pom bensin *Shell, Caltex, Phillips-Conoco* dll di luar negeri karena masih ada saja praktek timbangan/meteran tidak akurat, pengoplosan *Pertamax* dll. Konsep pengelolaan SPBU Pertamina juga berbeda dengan gas station yang dikelola perusahaan minyak asing. Investasi untuk SPBU Pertamina hampir 100% disediakan oleh investor, sementara birokrat Pertamina hanya melelang penunjukan/izin ke

pembayar tertinggi. Ongkos yang harus dibayar adalah pengawasan yang 'sudah dikondisikan' dengan oknum Pertamina dengan buntutnya yang dirugikan adalah konsumen; pada saat investor SPBU main pencak-silat seenak udelya untuk mendapatkan laba dan pengembalian investasi setinggi mungkin”¹⁰.

Faktor Keempat adalah promosi, berdasarkan *survey* awal yang dilakukan peneliti di Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP), Bapak Tio (42Tahun) menyatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh PT. Pertamina kurang menarik sehingga konsumen merasa kurang mengetahui adanya promosi yang dilakukan oleh PT. Pertamina. Contoh lain yang dikutip dari www.detik.com, “Pertamina akan menggenjot penggunaan BBM non subsidi, Pertamax. Nantinya, beli Pertamax akan mendapatkan iming-iming hadiah mulai dari mobil, motor hingga liburan ke Bali.

Para peserta undian hanya diberlakukan bagi para konsumen Pertamax yang bisa mendapat undian dengan cara menyimpan bukti pembelian dan melakukan registrasi ke nomor tertentu melalui SMS yang akan diundi setiap bulan. Demikian disampaikan oleh VP Pemasaran BBM Ritel Pertamina Denni Wisnuwardani dalam acara diskusi di Graha Niaga Jakarta, "Bulan Desember nanti akan dikeluarkan promosi undian khusus bagi pelanggan Pertamax, yaitu membeli pertamax lalu ada SMS tertentu

¹⁰ <https://groups.google.com/forum/#!topic/Migas-Indonesia-Google/9PdOpmVT6lY>. Diakses tanggal 26 Februari 2014

yang harus dikirim, harus ada print out-nya," katanya Pertamina sebelumnya telah memberikan iming-iming serupa. Namun menurut Denny, karena kurangnya promosi, maka program ini tidak terlalu laku. Dan selanjutnya, Pertamina akan getol mempromosikan undian bagi pengguna pertamax ini. Tambah 20 SPBU di 2009 Pertamina juga berencana akan menambah 20 unit SPBU yang akan dikelola langsung oleh Pertamina atau yang biasa disebut *company own company operate* (coco) pada tahun depan. Pembangunan ini diharapkan bisa menambah jumlah SPBU yang dikelola langsung oleh Pertamina¹¹.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan promosi. Hal ini menimbulkan minat penulis untuk meneliti hubungan antara kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian produk bahan bakar minyak (BBM) Pertamax pada karyawan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) Jalan Pramuka 33 Jakarta Timur.

¹¹ <http://finance.detik.com/read/2008/11/26/151552/1043343/4/beli-pertamax-berhadiah-mobil>. Diakses tanggal 26 Februari 2014

B. Identifikas Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Harga produk yang masih tergolong tinggi
2. Perbedaan kualitas pelayanan
3. Perbedaan kualitas produk pertamax
4. Kurang menariknya promosi pertamax

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi diatas maka peneliti membatasi masalah yang diteliti hanya pada, Hubungan antara Kualitas Produk dan Promosi dengan keputusan pembelian produk bahan bakar minyak (BBM) Pertamax pada karyawan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) Jalan Pramuka 33 Jakarta Timur.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut, “Apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian bahan bakar minyak (BBM) Pertamax pada karyawan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) Jalan Pramuka 33 Jakarta Timur”.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan pengetahuan, kemampuan berpikir khususnya dalam bidang perekonomian serta menambah pengalaman untuk melakukan penelitian dikemudian hari.
2. Bagi Mahasiswa khususnya Program Studi Tata Niaga, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian tentang pemasaran khususnya tentang kualitas produk dan promosi.
3. Hasil peneliti ini diharapkan berguna untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas produk dan promosi serta keputusan pembelian.
4. Bagi masyarakat, diharapkan dapat memberikan informasi tentang sejauh mana kualitas produk dan promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian bahan bakar pertamax di PT. Pertamina.
5. Bagi Perpustakaan, untuk menambah koleksi bacaan dan meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.