

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan di industri energi berbasis bahan bakar mendorong setiap perusahaan untuk terus meningkatkan nilai produk agar tetap diminati oleh konsumen. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan memperkuat mutu produk sekaligus membentuk citra merek yang positif di mata masyarakat. PT Pertamina (Persero), sebagai badan usaha milik negara, memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan energi nasional, salah satunya melalui produk unggulan di sektor bahan bakar, yaitu Pertamax.

Pada era modern saat ini, perkembangan teknologi di bidang otomotif mengalami kemajuan yang sangat pesat, ditandai dengan berbagai inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan mutu kendaraan. Salah satu bagian penting dalam sistem kendaraan adalah sistem pembakaran, yang kini dirancang dengan rasio kompresi yang lebih tinggi. Hal ini menuntut penggunaan bahan bakar yang sesuai agar proses pembakaran dapat berlangsung secara efisien dan maksimal. Oleh sebab itu, pemilihan bahan bakar harus mengikuti standar yang telah ditetapkan, karena penggunaan bahan bakar yang tidak sesuai dapat menyebabkan proses pembakaran menjadi tidak sempurna dan berdampak buruk terhadap performa mesin (Halim et al., 2023).

Pertamax adalah jenis bahan bakar bensin yang telah memenuhi standar internasional dan memiliki angka oktan minimum 92. Bahan bakar ini

direkomendasikan untuk digunakan pada kendaraan dengan mesin berasio kompresi antara 10:1 hingga 11:1, serta kendaraan berbahan bakar bensin yang telah mengadopsi teknologi modern seperti *Electronic Fuel Injection* (EFI).

Pertamax diformulasikan dengan *Ecosave Technology* yang berperan dalam membersihkan komponen internal mesin (*detergency*), serta mengandung zat antikarat (*corrosion inhibitor*) yang berfungsi melindungi tangki, saluran bahan bakar, dan ruang bakar dari korosi. Selain itu, Pertamax juga memiliki kemampuan menjaga kemurnian bahan bakar dari campuran air (*demulsifier*), sehingga mendukung proses pembakaran yang lebih optimal. Namun, harga Pertamax yang cenderung lebih tinggi dibandingkan jenis bahan bakar lain, ditambah dengan meningkatnya persaingan dari SPBU swasta dan tren penggunaan kendaraan listrik, menuntut Pertamina untuk terus meningkatkan upaya dalam mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk ini.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Pertamax di Kota Depok?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Pertamax di Kota Depok?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Pertamax di Kota Depok?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang Pertamina di Kota Depok.
2. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian ulang Pertamina di Kota Depok.
3. Mengetahui pengaruh simultan antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang Pertamina di Kota Depok.

1.3.2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan terhadap pengembangan pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya dalam mengkaji dan memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk bahan bakar minyak (BBM).

2. Manfaat Praktis

Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT Pertamina (Persero) dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif guna menjaga serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk Pertamina, khususnya di wilayah Kota Depok

1.4. Metode Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen pengguna

Pertamax di SPBU wilayah Kota Depok. Menggunakan jenis data primer dan dengan teknik pengumpulan data dari kuesioner, dan studi pustaka.

Dalam penelitian ini, populasi pengguna Pertamax di Kota Depok pada periode Mei–Juli tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga digolongkan sebagai populasi tak terhingga. (Bungin, 2019), populasi tak terhingga adalah populasi yang memiliki sumber data yang tidak ditentukan batasnya secara kuantitatif, sehingga diperlukan metode khusus dalam penentuan jumlah sampel. Untuk itu, peneliti menggunakan rumus Lemeshow yang biasa dipakai dalam penelitian dengan populasi tidak diketahui. menjelaskan bahwa penentuan jumlah sampel untuk populasi tak terhingga dapat dihitung dengan rumus:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Simbol n adalah jumlah sampel, Z adalah nilai pada distribusi normal standar (biasanya 1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%), p adalah proporsi populasi yang diasumsikan (umumnya 0,5 untuk kondisi terburuk), dan d adalah tingkat presisi atau *margin of error* yang diinginkan.

1.5. Ruang Lingkup

Penelitian ini dibatasi pada konsumen bahan bakar Pertamax di wilayah Kota Depok. Fokus penelitian adalah kualitas produk dan citra merek, serta satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian ulang. Penelitian ini dilakukan selama periode dari bulan Mei – Juli di tahun 2025, dan tidak mencakup jenis BBM lainnya seperti Peralite, Solar, maupun *Dex Series*.

1.6. Sistematika Penulisan

Penyusunan tugas akhir ini dilakukan secara terstruktur guna mempermudah pembaca dalam memahami isi serta alur penelitian yang disajikan. Adapun susunan sistematika penulisan pada tugas akhir ini disajikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas teori tentang pengertian kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian ulang serta teori yang menunjang lainnya.

BAB III PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum organisasi, yang meliputi sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi serta kegiatan usaha yang dijalankan. Selain itu, bab ini juga menyajikan data penelitian yang meliputi populasi dan sampel, data hasil kuesioner, pengujian kualitas data, pengujian asumsi klasik, pengujian hipotesis, dan pengujian koefisien determinasi

BAB IV PENUTUP

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan untuk pihak terkait dan untuk penelitian selanjutnya.