

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE & PRODUCT KNOWLEDGE*  
TERHADAP *CONSUMER DECISION MAKING* DALAM  
PEMBELIAN BBM DI KOTA DEPOK**



**SITI KHALISA NAURAH RAHAYU**

**NIM: 2105421097**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2025**

**© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

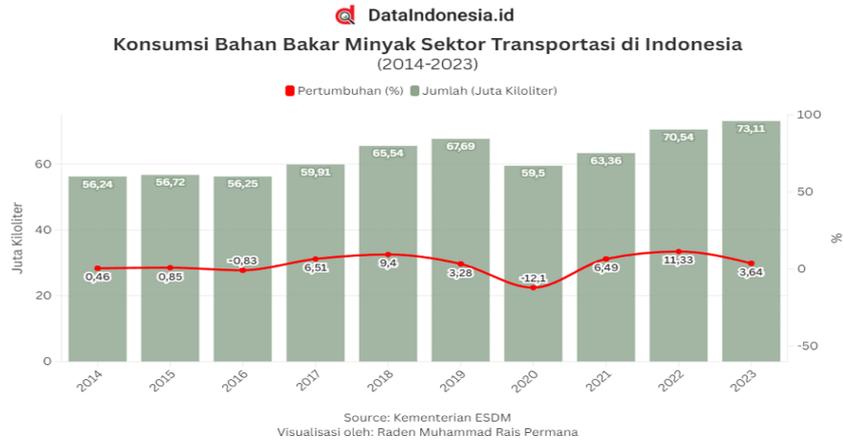
Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi global yang pesat saat ini didukung oleh berbagai sektor baik sumber daya alam terbaharui maupun sumber daya alam tidak dapat diperbaharui. Salah satu sektor yang mendukung perkembangan ekonomi Indonesia di global adalah sektor energi pada pengolahan minyak bumi, khususnya bahan bakar minyak (BBM). BBM memainkan peran penting dalam ekonomi global karena menjadi *necessary goods* bagi masyarakat Indonesia. Dilansir melalui situs resmi CNN Indonesia (2024), Kementerian ESDM mencatat konsumsi BBM untuk sektor transportasi sebesar 248 juta barel atau 49% dari total penggunaan seluruh sektor. Maka dari itu, saat ini tidak hanya perusahaan penyedia BBM dan SPBU BUMN (Pertamina) saja, melainkan semakin bertambahnya perusahaan swasta penyedia BBM di Indonesia yang menjadi pesaing bagi Pertamina.

Pertamina sebagai BUMN memiliki peran serta penting dalam mendistribusi BBM ke seluruh Indonesia karena menjadi perusahaan yang memasok dan menyediakan BBM terbesar di Indonesia. Meskipun Pertamina menguasai sebagian besar distribusi BBM dan penyediaan SPBU di Indonesia, hal tersebut tidak membuat perusahaan swasta penyedia BBM takut untuk bersaing dalam menyediakan pasokan BBM. Seperti halnya, perusahaan Shell, Vivo, dan BP-AKR (British Petroleum) yang menjadi pesaing Pertamina dalam menyediakan berbagai jenis BBM bensin dan solar. Terlebih lagi sejak adanya pengurangan subsidi dan perubahan harga yang signifikan pada jenis BBM di Pertamina, menjadikan para pesaing untuk mengambil momentum pada penetapan harga dan penyediaan berbagai opsi jenis oktan atau nilai RON dan CN BBM dengan kualitas yang jauh lebih baik. Akan tetapi, pengurangan bensin subsidi tetap tidak menurunkan volume konsumsi BBM masyarakat Indonesia seperti pada gambar 1.1 yang terkait data konsumsi BBM dari DataIndonesia.id sebagai berikut:



**Hak Cipta :**

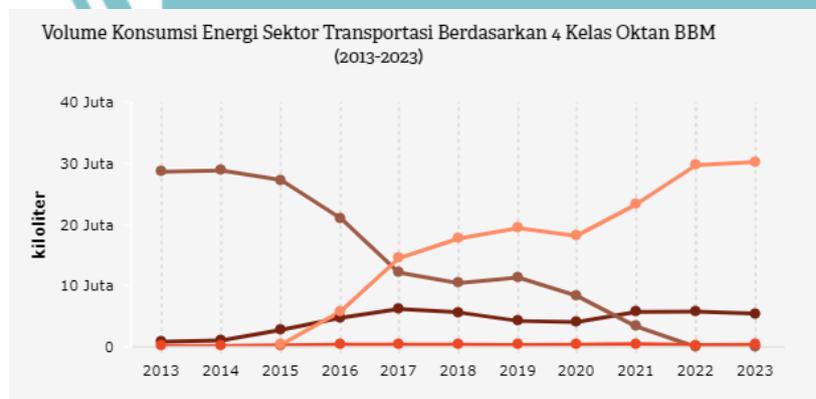
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 1. 1** Konsumsi BBM sektor transportasi dari 2013-2023 di Indonesia

Sumber: DataIndonesia.id, 2024

Berdasarkan pada gambar 1.1, diketahui bahwa pertumbuhan konsumsi bahan bakar minyak (BBM) yang tersegmentasi pada sektor transportasi selama 10 tahun dari 2014-2023 sempat terlihat fluktuatif. Akan tetapi, angka fluktuatif tersebut khususnya penurunan yang didapatkan terjadi karena adanya pandemi Covid-19 yang berawal pada tahun 2020. Dengan demikian, terjadinya pandemi selama beberapa tahun tersebut, tidak membuat konsumsi BBM yang sempat terjadi penurunan berlanjut pada tahun-tahun depannya. Hasil yang didapatkan setelah adaptasi pada pandemi tersebut adalah kenaikan perlahan-lahan sampai pada puncaknya menyentuh 73,11 juta liter BBM pada tahun 2023. Seperti pada gambar 1.2 di bawah ini yang menggambarkan grafik volume konsumsi BBM empat oktan di Indonesia:



**Gambar 1. 2** Volume Konsumsi BBM berdasarkan 4 oktan di Indonesia

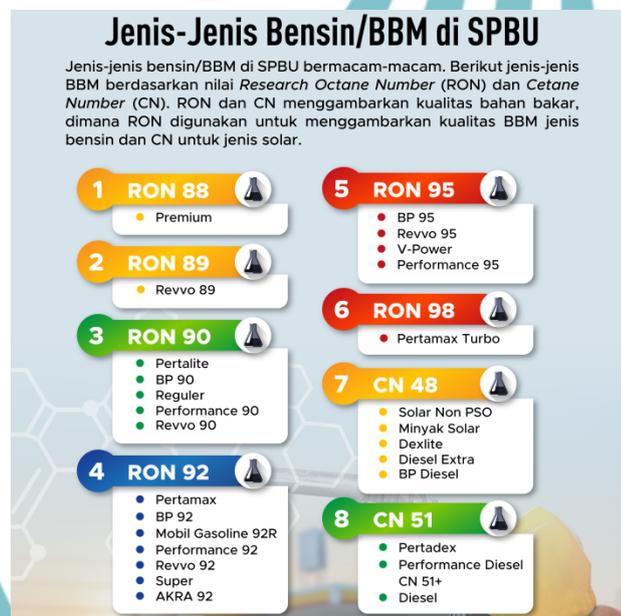
Sumber: Databoks, 2024.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Melihat dari gambar 1.2, terkait pertumbuhan konsumsi BBM yang disediakan oleh perusahaan penyedia BBM di Indonesia, dapat dikatakan bahwa jenis bensin dengan RON 90 atau bensin yang tergolong subsidi masih menjadi favorit masyarakat Indonesia karena sebagai pengganti RON 88 yang telah dihilangkan. Akan tetapi, perlu diperhatikan bahwa masih banyak jenis BBM dengan oktan atau nilai RON yang dapat disesuaikan dengan kriteria kendaraan bermotor masing-masing para pemilik. Berdasarkan data yang bersumber pada laman Goodstats pada tahun 2022, diungkapkan terdapat berbagai jenis BBM dengan nilai RON dan CN yang terbagi ke dalam beberapa kategori sebagai berikut:



**Gambar 1. 3 Jenis-jenis Bensin BBM di SPBU Indonesia**

Sumber: Goodstats, 2022

Berdasarkan gambar 1.3 di atas, kehadiran berbagai jenis bensin atau BBM dengan nilai *research octane number* (RON) dan *cetane number* (CN) yang berbeda, memiliki tujuan agar dapat menjadi opsi penggunaan bensin dapat disesuaikan dan memenuhi dengan kebutuhan teknis kendaraan bermotor para konsumen. Akan tetapi, dengan hadirnya bensin yang terkategori sesuai nilai RON, masih menjadi salah satu permasalahan yang membuat para konsumen masih ragu dalam mengambil keputusannya dalam membeli BBM. Terlebih lagi hal tersebut



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

didukung dengan perubahan harga dari faktor internal karena penyesuaian subsidi atau kebijakan pemerintah dan faktor eksternal karena kenaikan harga minyak mentah di global. Dengan demikian, permasalahan yang disebabkan beberapa faktor tersebut dapat menciptakan masalah lain karena persepsi harga yang beragam dan ditambah kurangnya informasi yang akurat terkait jenis BBM yang seharusnya digunakan sesuai kriteria atau kategori masing-masing kendaraan bermotor para konsumen. Berikut tabel 1.1 di bawah ini merupakan rata-rata harga kenaikan BBM antar SPBU di Indonesia khususnya untuk di Pulau Jawa:

**Tabel 1. 1 Perbandingan dan Rata-Rata Kenaikan Harga BBM dalam Rentang Tahun 2022-2024**

| Tahun | Jenis BBM    | Harga rata-rata BBM/L selama per tahun (Rp) |        |        |        |
|-------|--------------|---|--------|--------|--------|
|       |              | Pertamina                                   | Shell  | Vivo   | BP-AKR |
| 2022  | RON 90       | 7.650                                       | -      | 12.500 | 12.700 |
|       | RON 92       | 12.500                                      | 13.500 | 13.900 | 14.200 |
|       | RON 95       | -   | 15.500 | 15.200 | 17.600 |
|       | RON 98       | 14.500                                      | 13.700 | -      | -      |
|       | Solar/Diesel | 13.000                                      | 16.500 | -      | 16.500 |
| 2023  | RON 90       | 10.000                                      | -      | 13.000 | 12.700 |
|       | RON 92       | 12.800                                      | 13.900 | 13.900 | 14.200 |
|       | RON 95       | -   | 14.900 | 13.100 | 13.800 |
|       | RON 98       | 14.500                                      | 15.200 | -      | -      |
|       | Solar/Diesel | 13.500                                      | 16.800 | -      | 17.000 |
| 2024  | RON 90       | 10.000                                      | -      | 13.500 | 13.600 |
|       | RON 92       | 12.100                                      | 14.500 | 15.000 | 15.100 |
|       | RON 95       | -   | 15.500 | 14.100 | 13.400 |
|       | RON 98       | 13.500                                      | 13.905 | -      | -      |
|       | Solar/Diesel | 13.050                                      | 17.200 | -      | 17.500 |

Sumber: Data diolah, 2025.

Informasi terkait perubahan dan kenaikan harga BBM yang sampai saat ini dapat berubah dalam setiap atau beberapa bulan sekali dan selalu menjadi buah bibir di seluruh kalangan masyarakat Indonesia. Seperti pada tabel 1.1 yang memvisualisasikan perubahan harga yang tidak menentu dari setiap jenis BBM baik yang terkategori sebagai bensin (RON) maupun solar (CN). Hal tersebut menimbulkan berbagai persepsi akan kenaikan atau perubahan harga BBM dari para konsumen yang menggunakannya sebagai salah satu *necessary goods* atau kebutuhan barang yang penting dalam aktivitas sehari-hari. Terlebih lagi di Kota Depok yang merupakan salah satu kota penyangga dari Jabodetabek adalah kota



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

administrasi dengan penyumbang penduduk sebanyak 2.163.635 jiwa per tahun 2025 serta pemilik kendaraan bermotor lebih dari satu juta kendaraan, seperti yang tertera pada tabel 1.2 yang dilansir datanya melalui BPS Kota Depok:

**Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna Kendaraan di Kota Depok di Tahun 2024**

| No | Jenis Kendaraan      | Jumlah Kendaraan |
|----|----------------------|------------------|
| 1. | Kendaraan roda dua   | 973.220          |
| 2. | Kendaraan roda empat | 206.405          |
| 3. | Truk                 | 19.682           |
| 4. | Bus                  | 841              |
|    | <b>Total</b>         | <b>1.200.148</b> |

Sumber: BPS Kota Depok, 2025

Berdasarkan data pada tabel 1.2 tersebut, Kota Depok menjadi salah satu daerah dengan penduduk yang menggunakan kendaraan bermotor untuk berbagai kegiatan. Hal tersebut juga menjadikan penduduk Depok dengan pengguna konsumsi BBM yang cukup tinggi melihat dari volume kendaraan yang terdapat di Kota Depok menurut data statistik dari BPS per tahun 2025. Selain kepemilikan atau pengguna kendaraan yang cukup masif tersebut, Kota Depok juga menyumbang sebagai wilayah terbesar di area Jabodetabek dalam jumlah penduduk komuter menurut data dari BPS yang dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut (BPS Kota Depok, 2025):

**Tabel 1. 3 Jumlah dan Persentase Penduduk Komuter di Kota Depok**

| No. | Usia (tahun) | Jumlah Penduduk | Persentase  |
|-----|--------------|-----------------|-------------|
| 1.  | 5 – 14       | 26.071          | 5,4 %       |
| 2.  | 15 – 24      | 108.754         | 22,4 %      |
| 3.  | 25 – 34      | 125.648         | 25,9 %      |
| 4.  | 35 – 44      | 113.441         | 23,4 %      |
| 5.  | 45 – 54      | 83.131          | 17,1 %      |
| 6.  | 55 +         | 28.310          | 5,8 %       |
|     | <b>Total</b> | <b>485.355</b>  | <b>100%</b> |

Sumber: BPS, 2025

Pada tabel 1.3 di atas, terdapat data yang menjelaskan jumlah dan persentase penduduk Kota Depok yang komuter yang terbagi ke dalam tiga kelompok komuter yaitu komuter aktif atau komuter yang jalan kaki atau bersepeda, komuter dengan kendaraan pribadi, dan komuter dengan kendaraan umum. Berdasarkan tiga kelompok komuter tersebut, penduduk komuter yang menggunakan kendaraan pribadi menjadi kelompok terbesar dengan persentase 75,4% atau sejumlah 365.743 jiwa, untuk penduduk komuter dengan kendaraan umum sebesar 24,4% atau



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

sejumlah 118.391 jiwa, dan sisanya adalah sebesar 0,3% atau sejumlah 1.221 jiwa untuk penduduk komuter aktif atau yang jalan kaki/bersepeda. Berdasarkan persentase data jumlah kepemilikan kendaraan serta penduduk komuter yang menggunakan kendaraan pribadi tersebut, mendukung bahwa penduduk di Kota Depok menjadi salah satu faktor kunci (*key factor*) memengaruhi pemilihan pembelian BBM untuk kendaraan bermotornya. Selain itu, adanya karakteristik mobilitas serta pola konsumsi dalam menggunakan BBM oleh para penduduk komuter di Kota Depok yang menjadi penguat munculnya variasi perilaku atau karakteristik para konsumen yang dapat memengaruhi aktivitas ekonomi di kota tersebut.

Menurut data BPS Kota Depok yang berisi pembahasan inflasi Kota Depok tahun 2023, menunjukkan bahwa konsumen atau kelompok pengeluaran bahan bakar dan energi turut memengaruhi indeks harga konsumen. Hal tersebut menggambarkan dan mencerminkan bahwa terdapat dampak dari harga BBM terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kota Depok. Terlebih lagi perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang muncul karena aktivitas pembelian BBM dapat muncul bervariasi yang ditentukan dari berbagai faktor seperti sensitivitas terhadap harga, pengetahuan teknis pada kendaraan, lokasi ketersediaan SPBU di Kota Depok, dan sebagainya.

Adanya keberagaman aktivitas perilaku konsumsi BBM pada penduduk di Kota Depok tersebut, tidak lain dapat disebabkan oleh beberapa faktor utama dan salah satunya adalah persepsi harga (*perceived price*). Persepsi harga berkaitan dengan berbagai informasi terkait harga yang dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam bagi para konsumen. Dengan adanya perubahan harga BBM yang naik turun, tentunya hal tersebut menimbulkan beragam persepsi atau pendapat dari masyarakat terkait harga BBM. Dengan demikian, perubahan harga BBM tersebut mengakibatkan beragam respon perilaku konsumen yang kecewa dan pasrah sehingga hal tersebut dapat berdampak negatif pada daya beli masyarakat dan besar kemungkinan terjadinya peralihan ke merek lain atau SPBU lain (*brand switching*). Selain itu, konsumen aktif yang membeli BBM seperti penduduk komuter di Kota Depok juga cenderung membandingkan harga BBM yang beberapa bulannya naik-

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



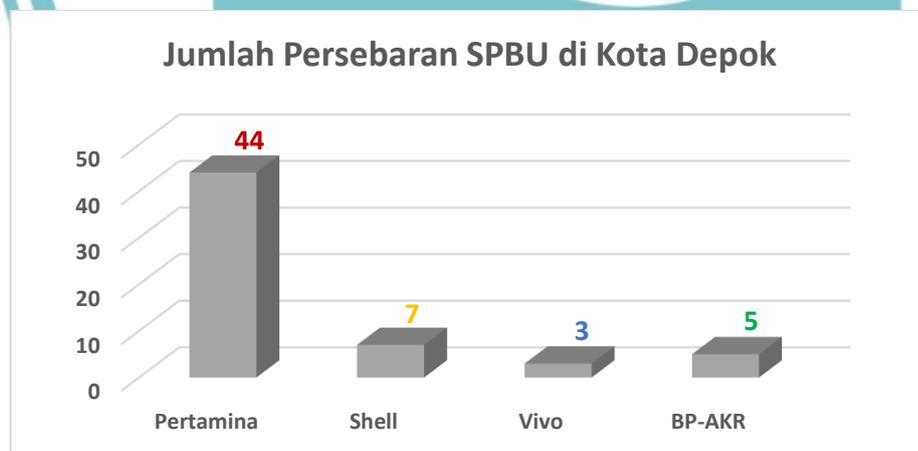
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

turun dari perubahan tersebut dan membuat perubahan perilaku konsumen dalam membeli BBM.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen (*consumer behavior*) dipengaruhi dengan adanya tingkat pemahaman suatu produk (*product knowledge*) dari para konsumen. *Product knowledge* merupakan sebuah pemahaman detail mengenai suatu produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Pemahaman produk yang dilakukan oleh konsumen bukan sekedar mengetahui fitur dari suatu produk, melainkan pemahaman atas fungsi atau manfaatnya serta perbedaan masing-masing produk yang ditawarkan. Tentunya sebelum konsumen membeli produk, mereka akan mencari informasi terkait produk tersebut. Dengan begitu, konsumen yang memiliki pemahaman suatu produk akan cenderung lebih kritis dan rasional sehingga berdampak pada perilaku konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk dari suatu merek atau *brand*. Terlebih lagi Kota Depok menjadi salah satu kota yang memiliki berbagai macam *brand* atau SPBU. Berikut pada gambar 1.4 merupakan grafik jumlah persebaran SPBU yang terdapat di Kota Depok:



**Gambar 1. 4 Jumlah Persebaran Berbagai SPBU di Kota Depok Tahun 2025**

Sumber: Data diolah, 2025

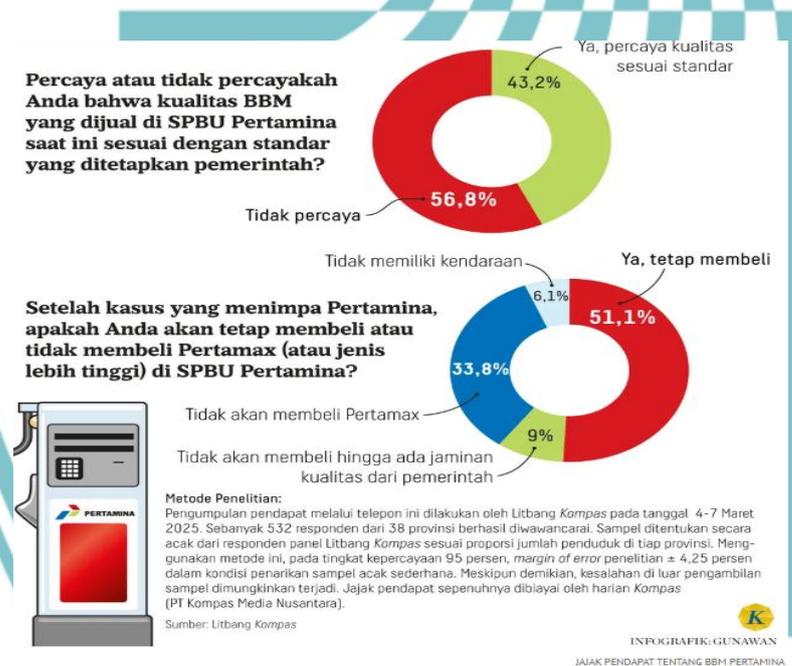
Berdasarkan data gambar 1.4 tersebut, grafik jumlah persebaran beragam *brand* SPBU yang tersedia di Depok per 2025 menjadikan konsumen pembeli BBM memiliki kesempatan dalam memilih SPBU dengan jenis BBM yang berbeda-beda. Akan tetapi, di balik ketersediaan berbagai SPBU yang cukup banyak di Kota



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Depok tidak serta merta membuat konsumen mudah dalam memilih produk BBM yang diinginkan. Selain itu, adanya kesenjangan dari banyaknya SPBU disertai jenis BBM di Kota Depok dengan keterbatasan pemahaman informasi terkait produk BBM. Terlebih lagi dengan adanya isu pengoplosan salah satu jenis BBM dari *brand* perusahaan SPBU di Indonesia, membuat konsumen lebih aktif dalam meningkatkan kesadaran untuk mencari detail informasi BBM yang digunakan dan memilih BBM yang tepat. Maka dari itu, sampai saat ini masalah dari minimnya keakuratan informasi produk BBM masih membuat konsumen cenderung bimbang untuk menentukan produk BBM yang akan dibeli. Seperti pada gambar 1.5 di bawah mengenai jejak pendapat konsumen terhadap BBM khususnya Pertamina:



**Gambar 1. 5 Jejak Pendapat Konsumen Terhadap BBM Setelah Isu Pengoplosan**

Sumber: Kompas, 2025

Dilansir melalui situs resmi Kompas (2025), pada gambar 1.5 merupakan hasil survei dari para konsumen pembeli BBM khususnya Pertamina. Melalui hasil survei tersebut, kasus dugaan korupsi terkait pengoplosan BBM Pertamina yang beredar tersebut membuktikan bahwa kepercayaan masyarakat dan pengetahuan informasi produk BBM berada di titik rendah. Hal tersebut membuat berbagai konsumen lebih cenderung ragu dalam memutuskan untuk membeli BBM karena



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ketidakpercayaan yang muncul pada kualitas produk BBM yang telah dibeli. Dengan demikian, ketimpangan informasi atau pengetahuan pada produk yang dimiliki konsumen menguatkan bahwa konsumen masih belum sepenuhnya paham secara detail atas informasi BBM yang tepat dan sesuai standar kendaraannya. Terlebih lagi Kota Depok menjadi salah satu penyumbang penduduk komuter yang memiliki jumlah kendaraan pribadi cukup besar dan memerlukan BBM untuk menunjang aktivitas sehari-harinya atau sebagai *necessary goods* atau barang kebutuhan primer.

Sebagai salah satu kota penyumbang konsumsi BBM dengan jumlah kepemilikan kendaraan pribadi lebih dari 1 juta, membuat penduduk Kota Depok perlu memperhatikan pentingnya proses keputusan pembelian BBM yang menjadi kebutuhan barang utama agar tepat. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen umumnya perlu melewati lima proses tahapan yaitu kesadaran akan kebutuhan, pemahaman atau pencarian informasi, evaluasi, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian, meskipun tidak semua konsumen melalui semua proses tersebut (Kotler & Keller, 2016:235). Dengan begitu, para konsumen yang mempertimbangkan pengambilan keputusan dalam membeli BBM dapat sesuai dengan ekspektasinya dari beberapa dasar pertimbangan atau penilaian tersebut meskipun beberapa produk memiliki harga yang jauh lebih tinggi. Maka dari itu, pengambilan keputusan dalam pembelian BBM oleh konsumen memerlukan pertimbangan dengan melalui harga dan informasi terkait produk yang dibeli agar menghindari masalah dari kebimbangan pada pemilihan untuk membeli BBM.

Berdasarkan penelitian terdahulu, telah dikemukakan bahwa persepsi harga mengandung pengaruh positif secara signifikan atas keputusan pembelian para konsumen (Wulansari & Hayuningtias, 2023:246). Selain itu, telah dikemukakan bahwa *product knowledge* memiliki atau mengandung pengaruh positif secara signifikan pada keputusan pembelian (Nurcaya & Rastini, 2020:59).

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan tersebut, penulis memilih lokasi Kota Depok sebagai wilayah untuk penelitian. Menurut data BPS Kota Depok tersebut, kota ini memiliki jumlah penduduk komuter yang tinggi dan kepemilikan kendaraan roda dua serta empat yang melebihi satu juta kendaraan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kepemilikan kendaraan yang seperti itu berkorelasi terhadap tingkat konsumsi BBM di Kota Depok. Selain itu, di Kota Depok terdapat empat *brand* SPBU yaitu Pertamina, Shell, Vivo, dan BP-AKR. Penulis memilih tiga Kecamatan yaitu Cimanggis, Sawangan, dan Beji yang memiliki persebaran pada setiap *brand* SPBU yang cukup baik tersebar rata (lebih dari tiga *brand*) dibandingkan kecamatan di Depok lainnya. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Perceived Price & Product Knowledge terhadap Consumer Decision Making dalam Pembelian BBM di Kota Depok*”.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang ditulis oleh penulis di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana ketidakstabilan dan perubahan harga yang fluktuatif dapat memengaruhi persepsi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli bensin?
- b. Bagaimana kondisi perbedaan harga antara perusahaan penyedia BBM dari BUMN dengan swasta?
- c. Seberapa banyak jumlah persebaran SPBU yang tersedia di Depok dan apakah bisa memenuhi permintaan pelanggan?
- d. Apakah banyaknya jenis SPBU dan BBM di Kota Depok baik bensin maupun solar yang tersedia dapat berdampak pada pengetahuan konsumen untuk memilih BBM nya?
- e. Apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi kompleksitas pengambilan keputusan dan perilaku konsumen saat membeli BBM di Kota Depok?

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh *perceived price* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok?



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Bagaimana pengaruh *product knowledge* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok?
- c. Bagaimana pengaruh *perceived price* dan *product knowledge* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang terdapat di atas, terdapat tujuan penulisan penelitian sebagai berikut:

- a. Menganalisis secara parsial bagaimana pengaruh *perceived price* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok?
- b. Menganalisis secara parsial bagaimana pengaruh *product knowledge* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok?
- c. Menganalisis secara simultan bagaimana pengaruh *perceived price* dan *product knowledge* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok?

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh seperti manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu dan menambah wawasan ilmu pengetahuan serta bermanfaat bagi berbagai pihak khususnya mengenai perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang berkaitan dengan pengambilan keputusan pembelian BBM sebagai salah satu *necessary goods*.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi penulis sehingga dapat melatih kemampuan berpikir serta menganalisis suatu fenomena atau kondisi tertentu dengan memberikan solusinya.

- 2) Bagi penulis lain, diharapkan penelitian ini dapat membantu sebagai acuan atau referensi untuk penulis lain dalam meneliti penelitian yang variabelnya sejenis dengan penelitian ini.
- 3) Bagi perusahaan penyedia BBM, diharapkan dapat menjadi sumber data empiris yang dapat digunakan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, diharapkan mampu memberikan saran dan masukan kepada perusahaan demi keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang dalam menghadapi perubahan harga yang fluktuatif dan hal yang dapat berdampak langsung kepada perusahaan.
- 4) Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memberikan pengetahuan akan pentingnya perilaku konsumen yang dapat muncul karena terkait pengukuran persepsi harga BBM serta pengetahuan pada produk BBM untuk digunakan sebagai salah satu pengukuran pengambilan keputusan pembelian produk.

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian pengaruh *perceived price* dan *product knowledge* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara *perceived price* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok. Hal ini menunjukkan juga bahwa *perceived price* yang secara positif dapat meningkatkan *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok.
- b. Terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara *product knowledge* terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok. Hal ini menunjukkan juga bahwa *product knowledge* yang secara positif dapat meningkatkan *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok.
- c. Terdapat pengaruh signifikan antara *perceived price* dan *product knowledge* secara simultan terhadap *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok. Hal ini menunjukkan juga bahwa *perceived price* dan *product knowledge* yang secara bersama-sama dapat meningkatkan *consumer decision making* dalam pembelian BBM di Kota Depok.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan di atas, adapun saran yang dapat peneliti berikan terkait penelitian sebagai berikut:

- a. Bagi Konsumen

Khususnya konsumen yang membeli BBM di Depok disarankan untuk lebih detail atau jeli dalam memberikan penilaian atau perspektif terhadap harga BBM pada berbagai *brand* sehingga dapat tepat memilih *brand* yang diinginkan. Akan



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tetapi, patut diperhatikan bahwa harga tidak selalu serta merta menjadi satu-satunya pertimbangan dalam menentukan pembelian BBM, melainkan perlu memperhatikan pengetahuan atau informasi terkait produk BBM yang dapat menguatkan pengambilan keputusan setiap konsumen dalam membeli BBM yang lebih tepat dan sesuai kebutuhan konsumen.

b. Bagi Perusahaan Penyedia BBM

Diharapkan dapat meningkatkan layanan dan *awareness* terkait penyebaran informasi harga dan jenis-jenis BBM secara merata melalui bantuan media informasi. Dengan demikian, setiap informasi yang dipaparkan oleh perusahaan dapat sampai ke konsumen dan menambah perspektif serta pemahaman akan produk BBM yang dijual. Selain itu, penyampaian terkait *update* seputar informasi BBM dapat menambah keakuratan konsumen dalam menentukan pembelian BBM yang sesuai kebutuhannya.

c. Bagi Penelitian Lain Selanjutnya

Hasil sisa persentase yang sebesar 51,7% pada  $R^2$  adalah hasil yang dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain. Dengan demikian, saran yang dapat diberikan adalah menambah variabel lain yang belum diteliti sehingga dapat menggambarkan pengaruh variabel bebas lainnya lebih luas atau faktor-faktor berpengaruh lainnya (*brand image* dan promosi) terhadap variabel *consumer decision making* khususnya dalam pembelian BBM. Selain itu, keterbatasan (*limitation*) dari hasil karakteristik responden yang cenderung perempuan dapat dilakukan penelitian yang lebih berfokus pada laki-laki serta menambahkan opsi jenis kendaraan yang digunakan sehingga analisis informasi terkait karakteristik responden dapat diketahui lebih detail dan dapat memberikan implikasi atau kontribusi terhadap penelitian dalam bidang perilaku konsumen lebih luas.