



Universitas Katolik Parahyangan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi Konsumen Pelumas  
Kendaraan Merek Fastron Pertamina**

*(Analysis of the Effect of Product Attributes on Consumer Preferences of  
Pertamina Fastron Brand Lubricants)*

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

Bismo Aji Prabasena

2014320056

Pembimbing :

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi Konsumen Pelumas  
Kendaraan Merek Fastron Pertamina**

*(Analysis of the Effect of Product Attributes on Consumer Preferences of  
Pertamina Fastron Brand Lubricants)*

Skripsi

Oleh :

Bismo Aji Prabasena

2014320056

Pembimbing :

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Persetujuan Skripsi**

Nama : Bismo Aji Prabasena  
Nomor Pokok : 2014320056  
Judul : Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen  
Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina

Menyetujui untuk diajukan pada  
Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Bandung, 17 Juli 2020

Pembimbing,

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

18 Juli 2020  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Bismo Aji Prabasena  
Nomor Pokok : 2014320056  
Judul : Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi Konsumen  
Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada, Selasa 28 Juli 2020  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Sanerya Hendrawan, Ph.D : \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Fransiska Anita Subari, S.S.,M.M. : \_\_\_\_\_

**Anggota**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. : \_\_\_\_\_ 3 Agustus 2020

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Bismo Aji Prabasena  
NPM : 2014320056  
Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul : Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi  
Konsumen Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Bandung, 19 Juli 2020

Yang menyatakan,



**Bismo Aji Prabasena**

NPM. 2014320056

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahrabbiilamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah kepada hambanya, khususnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa dicurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya sampai akhir zaman. Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina” sebagai syarat kelulusan menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D., selaku rektor Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
3. Ibu Dr. Maria Widyarini, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung sekaligus sebagai Anggota Penguji Sidang Akhir.
5. Ibu Fransiska Anita Subari, S.S., M.M., selaku pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang selalu memberikan motivasi dan arahan selama perkuliahan serta memberi petunjuk selama penyusunan skripsi.
6. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D, selaku Ketua Penguji Sidang Akhir merangkap Anggota.
7. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberi doa, restu, motivasi, dan semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
8. Dan semua pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah ikut membantu selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT dapat membalas semua amal baik dan mulia Bapak/Ibu/Saudara.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan atau penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis harap semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Bandung, 19 Juli 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Binno', written in a cursive style.

Penulis

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Bismo Aji Prabasena  
NPM : 2014320056  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Parahyangan Bandung

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak **Akademi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul : “**Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina**”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Akademi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Akademi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Bandung, 19 Juli 2020

  
**Bismo Aji Prabasena**



## ABSTRAK

Nama : Bismo Aji Prabasena

NPM : 2014320056

Judul : Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Pelumas  
Kendaraan Merek Fastron Pertamina

---

Pelumas Fastron merupakan produk pelumas kendaraan produksi PT. Pertamina Lubricants. Sementara yang diteliti oleh peneliti pada Pelumas Fastron ini adalah Atribut Produk yang dimiliki Pelumas Fastron serta apa pengaruhnya bagi Preferensi Konsumen atas Pelumas Fastron itu sendiri. Alasan mengapa peneliti meneliti Atribut Produk yang dimiliki Pelumas Fastron tersebut adalah peneliti ingin mengkaji lebih dalam atribut-atribut apa yang dimiliki Pelumas Fastron yang mampu menciptakan nilai lebih yang mempengaruhi preferensi atau ketertarikan konsumen sehingga mau membeli dan memakai produk pelumas tersebut serta perbandingannya terhadap produk-produk pesaing yang sejenis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan data yang diolah menggunakan metode survey atau kuesioner. Sementara yang menjadi subjek penelitian adalah para pengguna pelumas Fastron yang memiliki beragam latar belakang dan memiliki mobil pribadi. Selain itu, dalam pengumpulan sampel, jumlah yang dibutuhkan adalah 100 responden. Dalam variabel Atribut Produk, peneliti menggunakan dimensi-dimensi seperti Merek produk, Kemasan Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk. Sementara dalam variabel Preferensi Konsumen, peneliti menggunakan dimensi-dimensi seperti Performa Pelumas, Usia Pakai Pelumas, Kemasan Pelumas, dan Kepopuleran Merek Pelumas.

Uji data dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara atribut produk terhadap preferensi konsumen pelumas kendaraan merek Fastron Pertamina berdasarkan koefisien determinasi 0,546 atau 54,6 % serta uji hipotesis yang menjelaskan bahwa  $t$  hitung (10,855) >  $t$  tabel (1,987) yang dimana  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya atribut produk mempengaruhi preferensi konsumen pelumas kendaraan merek Fastron Pertamina.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,546 atau 54,6 %, nilai koefisien korelasi sebesar 0,739, serta hasil uji hipotesis dengan  $t$  hitung (10,855) >  $t$  tabel (1,987) yang dimana  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan begitu seluruh uji yang dilakukan beserta hasil penelitian yang dilakukan peneliti telah valid atau menunjukkan bahwa atribut produk memang mempengaruhi preferensi konsumen pelumas kendaraan merek Fastron Pertamina.

Sementara saran untuk peneliti secara pribadi dalam penelitian ini adalah bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan baik yang disadari maupun tidak disadari peneliti yang dimana masih harus diperbaiki. Selain itu, saran untuk pihak PT. Pertamina Lubricants yakni hendaknya dapat mempertahankan atau bahkan menyempurnakan lagi atribut produk yang ada pada pelumas Fastron. Selanjutnya, saran untuk pihak pelanggan yakni agar teliti atau jeli dalam memilih pelumas kendaraan yang sesuai dengan spesifikasi mobil yang dimiliki. Dan yang terakhir, saran untuk pihak yang meneliti bidang yang sama selanjutnya yakni agar lebih teliti dan berhati-hati dalam menggunakan metodologi penelitian serta dalam proses analisis datanya harus tepat dan akurat sehingga hasil yang diperoleh akan baik dan maksimal.

**Kata kunci : pengaruh, atribut produk, preferensi konsumen.**

## **ABSTRACT**

*Name : Bismo Aji Prabasena*

*SIN : 2014320056*

*Title : Analysis of the Effect of Product Attributes on Consumer Preferences of  
Pertamina Fastron Brand Lubricants*

---

*Fastron Lubricants is a vehicle lubricant product produced by PT. Pertamina Lubricants. While what is investigated by researcher on Fastron Lubricants is the Product Attributes that Fastron Lubricants have and what are the effects on Consumer Preferences for Fastron Lubricants themselves. The reason why researcher examine the Product Attributes of Fastron Lubricants is that researcher want to examine more closely the attributes of Fastron Lubricants that are able to create more value that affects the preferences or interests of consumers so they are willing to buy and use these lubricant products and their comparisons with similar competing products.*

*In this research, researcher used quantitative methods with data processed using survey or questionnaire methods. While the subjects of the study were users of Fastron lubricants who had various backgrounds and owned private cars. In addition, in collecting samples, the number needed is 100 respondents. In the Product Attribute variable, researcher use dimensions such as Product Brand, Product Packaging, Product Design, and Product Quality. While in the Consumer Preference variable, researcher use dimensions such as Lubricant Performance, Lubricant Lifetime, Lubricant Packaging, and Lubricant Brand Popularity.*

*The data test was performed using SPSS program. The results showed that there was a positive influence between product attributes on consumer preferences of Pertamina Fastron brand lubricants based on a coefficient of determination of 0.546 or 54.6% and a hypothesis test explaining that  $t$  arithmetic (10.855) >  $t$  table (1,987) where  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, meaning that the product attributes affect the consumer preferences of Pertamina Fastron brand lubricants.*

*The conclusion of this study is that with a coefficient of determination of 0.546 or 54.6%, a correlation coefficient of 0.739, and the results of hypothesis testing with  $t$  arithmetic (10.855) >  $t$  table (1.987) where  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. That way all tests carried out along with the results of research conducted by researcher are valid or indicate that product attributes do affect consumers' preferences of Pertamina Fastron brand lubricants. While the suggestion for researcher personally in this research is that this study still has some shortcomings*

*both realized and unconsciously which still need to be fixed. In addition, suggestions for PT. Pertamina Lubricants is that they should be able to maintain or even refine the product attributes that exist in Fastron lubricants. Next, the suggestion for the customer is to be careful or observant in choosing vehicle lubricants that are in accordance with the specifications of the car they have. And lastly, suggestions for those who are researching the same field next, namely to be more careful and careful in using research methodologies and in the data analysis process must be precise and accurate so that the results obtained will be good and maximum.*

***Keyword : influence, product attributes, consumer preferences***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Batasan Masalah .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Atribut Produk .....	10
2.2 Preferensi Konsumen .....	17
2.3 Pelumas .....	22
2.4 Dimensi dan Indikator .....	27
2.5 Penelitian Terdahulu .....	28
2.6 Kerangka Berpikir .....	34
2.7 Hipotesis Penelitian .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	36

3.2	Metode Penelitian .....	36
3.3	Jenis Data .....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5	Model penelitian .....	39
3.6	Operasional Variabel .....	39
3.6.1	Variabel Dependen/Terikat (Y) .....	40
3.6.2	Variabel Independen/Bebas (X) .....	41
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	44
3.7.1	Populasi .....	44
3.7.2	Sampel .....	45
3.7.3	Teknik Sampling .....	46
3.8	Uji Instrumen Data .....	48
3.8.1	Uji Validitas .....	48
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	49
3.9	Teknik Analisis Data .....	50
3.9.1	Uji Asumsi Klasik .....	50
3.9.2	Koefisien Korelasi .....	51
3.9.3	Analisis Regresi Sederhana .....	52
3.10	Pengujian Hipotesis .....	52
3.10.1	Uji T (Uji Parsial) .....	52
3.10.2	Uji $R^2$ (Uji Koefisien Determinasi) .....	53

## **BAB IV PROFIL PERUSAHAAN DAN PRODUK**

4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	55
4.1.1	Profil Perusahaan .....	55
4.1.2	Visi dan Misi .....	57
4.1.3	Tata Nilai Pertamina Lubricants .....	57
4.1.4	Logo Perusahaan .....	58
4.1.5	Struktur Organisasi PT. Pertamina Lubricants .....	60
4.1.6	Deskripsi Jabatan PT. Pertamina Lubricants .....	61
4.1.7	Produk Pelumas PT. Pertamina Lubricants .....	65
4.2	Gambaran Umum Pelumas Fastron .....	67
4.2.1	Profil Pelumas Fastron .....	67
4.2.2	Varian Pelumas Fastron .....	67
4.2.3	Penghargaan yang diterima Pelumas Fastron .....	70

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Hasil Penelitian .....	72
5.1.1 Hasil Uji Validitas .....	72
5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	73
5.1.3 Karakteristik Responden .....	74
5.1.4 Hasil Penelitian Atribut Produk Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina .....	76
5.1.5 Hasil Penelitian Preferensi Konsumen Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina .....	84
5.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	92
5.1.7 Hasil Koefisien Korelasi .....	94
5.1.8 Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	95
5.2 Hasil Penelitian Berkaitan Dengan Kegunaan Teoritis Penelitian .....	99
5.3 Hasil Penelitian Berkaitan Dengan Kegunaan Praktis Penelitian .....	100

## **BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan .....	102
6.2 Saran .....	103

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	105
-----------------------------	-----

<b>LAMPIRAN</b> .....	109
-----------------------	-----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran. 1 Instrumen Penelitian dan Data Hasil Kuesioner .....	110
Lampiran. 2 Tabel Uji .....	125
Lampiran. 3 Tabel Hasil Uji Data .....	131
Lampiran. 4 Surat Izin Penelitian dan Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian/Pengumpulan Data .....	138



## DAFTAR TABEL

### **BAB I PENDAHULUAN**

Tabel 1.1 Jumlah Distribusi Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Di Kota Bandung Tahun 2018-2019 .....	2
Tabel 1.2 Pangsa Pasar Pelumas Fastron di Indonesia Tahun 2016-2018 .....	5
Tabel 1.3 Perbandingan Pangsa Pasar Pelumas Fastron Dengan Produk Pesaing 2018 .....	6
Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Prasurvey .....	6

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tabel 2.1 Dimensi dan Indikator Penelitian .....	27
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	30

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	42
Tabel 3.2 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan .....	51

### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tabel 5.1 Uji Validitas Kuesioner .....	73
Tabel 5.2 Uji Reliabilitas Kuesioner .....	74
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	75
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	76

Tabel 5.7 Pelumas Fastron memiliki kinerja yang baik .....	77
Tabel 5.8 Pelumas Fastron sesuai dengan spesifikasi kendaraan yang anda miliki .....	78
Tabel 5.9 Pelumas Fastron memiliki masa pakai yang relatif panjang .....	78
Tabel 5.10 Kemasan pelumas Fastron memiliki tampilan yang menarik .....	79
Tabel 5.11 Fastron merupakan nama produk yang menarik .....	80
Tabel 5.12 Fastron merupakan nama produk yang mudah diingat .....	81
Tabel 5.13 Kemasan pelumas Fastron mampu melindungi isi produk dengan baik .....	82
Tabel 5.14 Kemasan pelumas Fastron mencantumkan deskripsi/informasi mengenai produk secara jelas .....	82
Tabel 5.15 Rekapitulasi Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Atribut Produk (X) .....	83
Tabel 5.16 Saya lebih menyukai pelumas Fastron karena lebih mampu menjaga keawetan mesin .....	84
Tabel 5.17 Saya lebih menyukai pelumas Fastron karena mampu membuat performa operasional mesin menjadi lebih optimal .....	85
Tabel 5.18 Saya lebih menyukai pelumas Fastron karena memiliki masa pakai yang lebih panjang .....	86
Tabel 5.19 Saya lebih menyukai pelumas Fastron karena memiliki masa simpan yang lebih lama .....	87
Tabel 5.20 Saya lebih menyukai pelumas Fastron karena memiliki desain kemasan yang lebih menarik .....	88
Tabel 5.21 Saya lebih menyukai pelumas Fastron karena memiliki kemasan yang lebih kuat .....	88
Tabel 5.22 Saya lebih menyukai pelumas Fastron karena merupakan merek pelumas kendaraan yang sangat dikenal .....	89
Tabel 5.23 Saya lebih memilih pelumas Fastron karena direkomendasikan oleh orang-orang yang dekat dengan saya .....	90

Tabel 5.24	Rekapitulasi Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Preferensi Konsumen (Y) .....	91
Tabel 5.25	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	92
Tabel 5.26	Hasil Uji Normalitas .....	93
Tabel 5.27	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan .....	94
Tabel 5.28	Koefisien Korelasi .....	95
Tabel 5.29	Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	96
Tabel 5.30	Hasil Uji $R^2$ (Uji Koefisien Determinasi) .....	99

## DAFTAR GAMBAR

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Gambar 2.1 Marketing Mix .....	11
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	19
Gambar 2.3 Model of Hierarchy Effect .....	19
Gambar 2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi .....	21

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Gambar 3.1 Model Penelitian .....	39
-----------------------------------	----

### BAB IV PROFIL PERUSAHAAN DAN PRODUK

Gambar 4.1 Tonggak Sejarah PT. Pertamina Lubricants .....	56
Gambar 4.2 Logo PT. Pertamina Lubricants .....	59
Gambar 4.3 Bagan Struktur Organisasi PT. Pertamina Lubricants .....	60
Gambar 4.4 Fastron Gold Oil .....	68
Gambar 4.5 Fastron Platinum Racing Oil .....	69
Gambar 4.6 Fastron Platinum Oil .....	69
Gambar 4.7 Fastron Techno Oil .....	70

### BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 5.1 Kurva Regresi Sederhana .....	97
--	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut Kotler (2016), definisi pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menukarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain. Secara garis besar, Pemasaran yakni mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun berbagai strategi pemasaran diantaranya yaitu strategi bauran pemasaran yang mencakup *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi).

Dalam strategi bauran pemasaran 4P, Produk merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan atas dedikasinya dalam memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Produk menurut Kotler (2016) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar baik itu benda secara fisik, jasa, pengalaman, event, perseorangan, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Didalam sebuah produk terdapat apa yang disebut sebagai atribut produk yang menjadi pertimbangan seseorang untuk membeli produk. Menurut Kotler (2016), atribut produk adalah segala sesuatu yang melekat pada produk serta memberikan identitas pada suatu produk. Atribut produk ini, apabila dikaitkan dengan bauran pemasaran 4P Kotler (2016) pada cakupan produk, terdiri atas varian produk, kualitas produk, desain produk, fitur

produk, merek produk, kemasan produk, ukuran produk, garansi produk, dll. Sementara menurut Tjiptono (2008:213) atribut produk diantara lain mencakup merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap, dan jaminan.

Konsumen dalam kegiatan menggunakan suatu produk tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui berbagai tahapan. Preferensi sebagai salah satu dari tahapan merupakan bagian yang penting dalam perilaku konsumen, karena preferensi menurut Kotler (2016) adalah pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu pilihan produk (barang atau jasa). Maka dari itu, setiap perusahaan dituntut dalam mempertimbangkan dan merancang produk beserta atribut yang dimiliki sebaik mungkin agar dapat melalui tahapan tersebut dan menjadi yang terdepan di pasar.

Kota Bandung merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Barat dengan kepadatan kendaraan yang tinggi. Menurut badan statistik nasional pada tahun 2019, sudah terdapat 112 juta total kendaraan yang mencakup 12.8 juta mobil penumpang, 5.8 juta mobil bis, 8.2 juta mobil barang, dan 85.7 juta sepeda motor. Sebagai perbandingan pada tahun 2018 yang dimana total kendaraan berjumlah 99 juta, maka sampai tahun 2019 terjadi peningkatan total kendaraan sebesar 88 %.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Distribusi Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Di Kota**  
**Bandung Tahun 2018-2019**

<b>Jenis Kendaraan Bermotor</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Mobil Penumpang	10.493.068	12.839.078
Bis	2.509.258	5.864.472
Truk	7.523.550	8.273.076
Sepeda Motor	78.930.793	85.703.846
<b>Jumlah</b>	<b>99.456.669</b>	<b>112.680.472</b>

*Sumber : www.bps.go.id, tahun 2019*

Maka dari itu, semakin banyaknya kendaraan maka semakin banyak pula total peningkatan konsumsi pelumas kendaraan yang tersedia di pasaran. Melihat fenomena tersebut, perusahaan yang memproduksi pelumas kendaraan saling berlomba-lomba dalam memproduksi pelumas yang berkualitas terbaik tetapi dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

PT. Pertamina (Persero) adalah sebuah BUMN yang berkewajiban mengelola dan menjalankan penambangan sumber daya minyak dan gas bumi di Indonesia. Pertamina memiliki anak perusahaan bernama PT. Pertamina Lubricants yang bergerak di bidang pengelolaan usaha pelumas baik pelumas untuk otomotif maupun untuk keperluan industri. Dengan pengalaman selama 30 tahun, PT. Pertamina Lubricants sudah menjadi *market leader* dalam bisnis pelumas otomotif dan industri di Indonesia. Berbagai jenis produk pelumas telah diproduksi dan dikeluarkan oleh PT. Pertamina Lubricants antara lain seperti Pertamina Prima XP, Mesran B, Pertamina Fastron, dan lain-lain. Akan tetapi, diantara berbagai produk yang telah diproduksi dan dikeluarkan. Produk pelumas Fastron yang telah lama menjadi produk terkenal PT. Pertamina Lubricants.

Fastron merupakan pelumas mesin kendaraan bermutu tinggi yang diformulasikan khusus dari bahan dasar *full synthetic Polyalphaolefin* atau yang lebih dikenal dengan PAO, sehingga pelumas ini sangat unggul dikelasnya. Dengan kekentalan pada tingkatan SAE 0W-50, Fastron memenuhi tingkatan mutu API service kategori SM yang merupakan tingkatan mutu tertinggi saat ini dan tentunya direkomendasikan untuk kendaraan modern dengan teknologi terkini dari pabrikan-pabrikan mobil terkemuka, yang memungkinkan kendaraan dapat beroperasi pada kondisi yang ekstrim dan menantang. Selain itu, Fastron juga dibekali dengan teknologi *Nano Guard* yang dimana molekul ini mampu menjangkau celah mesin yang paling sempit sehingga bisa membersihkan dan mendinginkan

mesin dengan sempurna sehingga hasilnya adalah putaran RPM mesin kendaraan akan terasa seperti dalam kondisi baru. Selain itu, Fastron sebagai salah satu merek PT. Pertamina Lubricants juga sudah menerima beberapa penghargaan prestisius, salah satunya adalah “*Corporate Image Awards “Most Admired Companies”*” tahun 2016.

Namun seiring berjalannya waktu, merek pelumas Fastron juga mendapati kompetisi yang ketat dengan merek-merek pelumas terkenal lainnya antara lain yaitu merek Mobil yang dikeluarkan perusahaan ExxonMobil, Shell, dan Castrol. Pesaing-pesaing Fastron tersebut juga menawarkan keunggulan yang tidak kalah menariknya dari Fastron terutama dalam hal atribut produk yang dimiliki. Sebagai contoh yaitu pada produk pelumas Shell. Berdasarkan pada *review* dalam situs **otosia.com** (<https://www.otosia.com/berita/5-keunggulan-pelumas-shell-dengan-teknologi-pureplus-terbaru.html>), pelumas tersebut juga memiliki keunggulan atribut yang mirip dengan pelumas Fastron yaitu tingkat penguapan yang rendah, mampu bekerja dengan baik pada kondisi ekstrem, dapat membersihkan mesin, memberikan perlindungan terhadap korosi, serta dapat membuat mesin kendaraan menjadi lebih efisien dan hemat bahan bakar. Selain itu, terdapat pula produk pelumas Castrol. Berdasarkan pada *review* dalam situs **review.bukalapak.com** (<https://review.bukalapak.com/auto/oli-castrol-mobil-43879>), pelumas tersebut juga menawarkan keunggulan yang mirip serta menarik diantaranya yaitu memaksimalkan performa mesin dalam jangka pendek maupun jangka panjang, menjaga performa maksimum lebih lama bahkan saat mesin dalam tekanan sekalipun, meningkatkan efisiensi mesin, memberikan perlindungan dalam berbagai kondisi saat berkendara, serta mampu mengurangi kotoran pada mesin untuk memaksimalkan respon mesin kendaraan.

Dengan keunggulan-keunggulan atribut yang dimiliki produk-produk pelumas kendaraan tersebut, tentunya menjadi tantangan bagi Fastron dalam



berinovasi dan mempertahankan posisinya selama ini sebagai merek dominan dalam pasar pelumas kendaraan bermotor di Indonesia.

Berdasarkan pada sumber yang diperoleh dari *Pertamina Lubricants Integrated Annual Report 2016* dan situs *otomotif.bisnis.com*, *tribunnews.com*, serta *marketeers.com*. Pada tahun 2018, pelumas Fastron sudah menguasai pangsa pasar dalam negeri dengan pencapaian lebih dari 50 % yakni sebesar 65 %, apabila dibandingkan dengan tahun 2017 yang dimana pencapaian pangsa pasar yang diperoleh pelumas Fastron hanya sebesar 45 % dan tahun 2016 yang hanya mencapai 37 % . Maka jika diurutkan dari tahun 2016 sampai tahun 2018, pelumas Fastron telah mengalami peningkatan penjualan sebesar 8 % dalam rentang tahun 2016-2017 dan 20 % dalam rentang tahun 2017-2018.

**Tabel 1.2**

**Pangsa Pasar Pelumas Fastron di Indonesia Tahun 2016-2018**

<b>Produk</b> (Product)	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Pelumas Fastron</b> (Fastron Lubricant)	<b>37.0 %</b>	<b>45.0 %</b>	<b>65.0 %</b>

*Sumber : Pertamina Lubricants Integrated Annual Report 2016, otomotif.bisnis.com, surabaya.tribunnews.com, dan marketeers.com*

Sebagai perbandingan dengan produk pelumas pesaing seperti Mobil, Shell, dan Castrol pada tahun 2018. Maka, produk pelumas Fastron masih terbilang unggul dalam menguasai pangsa pasar.

Tabel 1.3

## Perbandingan Pangsa Pasar Pelumas Fastron Dengan Produk Pesaing 2018

Produk (Product)	Persentase (Percentage)
<b>Fastron</b>	<b>65.0 %</b>
<b>Mobil</b>	<b>20.0 %</b>
<b>Shell</b>	<b>13.0%</b>
<b>Castrol</b>	<b>10.0 %</b>

Sumber : *industri.bisnis.com, kisah-kiat-sukses-bisnis.blogspot.com, dan investor.id*

Berdasarkan hasil penelitian prasurvey yang telah dijalankan peneliti (Tabel 1.1.4), terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk pelumas kendaraan, yang dalam hal ini yaitu pelumas Fastron. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal-hal yang menyangkut kualitas produk pelumas Fastron meraih persentase yang tinggi apabila dibandingkan dengan hal-hal yang menyangkut kemasan produk, ukuran produk, merek produk, dll. Penelitian prasurvey ini dilakukan di bengkel Sakana Auto, Jalan Cibogo, Kec. Sukajadi, Kota Bandung dan telah ditujukan kepada 15 responden. Poin jawaban dalam kuesioner prasurvey ini terbagi kedalam 2 poin yakni “Setuju” dan “Tidak Setuju”. Hasil kuesioner tersebut terlampirkan melalui tabel sebagai berikut.

Tabel 1.4

## Hasil Kuesioner Prasurvey

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Setelah menggunakan pelumas Fastron, suara mesin kendaraan terdengar lebih halus	15 Orang	100 %
Setelah menggunakan pelumas Fastron, mesin kendaraan menjadi lebih mudah dinyalakan	15 orang	100 %
Setelah menggunakan pelumas Fastron, mesin kendaraan tidak cepat <i>overheat</i>	12 orang	80 %

Setelah menggunakan pelumas Fastron, mesin kendaraan menjadi lebih hemat bahan bakar	8 orang	53 %
Pelumas Fastron membuat mesin tetap bersih dan tidak berkerak	10 orang	67 %
Kemasan produk pelumas Fastron tahan lama	5 orang	33 %
Pelumas Fastron membuat akselerasi mesin kendaraan menjadi lebih cepat dan ringan	11 orang	73 %
Pelumas Fastron merupakan merek yang terkenal	8 orang	53 %
Pelumas Fastron memiliki umur/masa oli yang lebih panjang	7 orang	47 %
Kemasan produk pelumas Fastron tersedia dalam berbagai ukuran	15 orang	100 %
Pelumas Fastron memiliki harga yang terjangkau	14 orang	93 %
Harga pelumas Fastron sesuai dengan kualitas produknya	11 orang	73 %
Harga pelumas Fastron sesuai dengan fungsi dan spesifikasi produknya	11 orang	73 %
Deskripsi produk pelumas Fastron sesuai dengan jenis minyak pelumas untuk berbagai macam kendaraan	13 orang	87 %
Pada kemasan pelumas Fastron, terdapat penjelasan mengenai tanggal pembuatan produk hingga penggantian minyak pelumas secara berkala	5 orang	33 %

*Sumber : Hasil Tabulasi Data Kuesioner Prasurvey 26 Februari 2020*

Seperti yang dijelaskan pada tabel diatas, hal-hal yang berkaitan dengan kualitas produk pelumas Fastron disini antara lain yaitu “suara mesin kendaraan terdengar lebih halus”, “mesin kendaraan menjadi lebih mudah dinyalakan”, “mesin kendaraan tidak cepat *overheat*”, mesin kendaraan menjadi lebih hemat bahan bakar”, “mesin tetap bersih dan tidak berkerak”, dan “akselerasi mesin kendaraan menjadi lebih cepat dan ringan” masing-masing mendapat persentase 100 %, 100 %, 80 %, 53 %, 67 %, dan 73 %. Maksud dari persentase tersebut yakni mereka yang “Setuju” terhadap indikator yang ada dalam kuesioner prasurvey diatas. Maka dari itu, dari hasil penelitian prasurvey ini dapat disimpulkan bahwa pelumas Fastron telah

memiliki salah satu atribut produk yang telah dipercaya konsumen dan terjamin sebagai merek pelumas kendaraan yang laris di pasaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi Konsumen Pelumas Kendaraan merek Fastron Pertamina**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut produk pada pelumas merek Fastron ?
2. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap preferensi konsumen pada pelumas merek Fastron ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai atribut produk pelumas Fastron.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh atribut produk terhadap preferensi konsumen pada pelumas Fastron.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini untuk mempersempit lingkup permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini peneliti hanya membatasi masalah pada :

1. Penelitian dilakukan pada pelumas merek Fastron.
2. Responden yang dipilih adalah konsumen yang membeli dan menggunakan produk pelumas Fastron.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam melengkapi dan memperkaya ilmu pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya yang terkait dengan atribut produk dan preferensi konsumen.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai fenomena serta faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pemilihan merek pelumas kendaraan bermotor. Selain

itu peneliti juga berharap dapat memberikan masukan mengenai bagaimana seharusnya konsumen berperilaku konsumsi secara baik dan benar.