

BAB V

PENUTUP DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Studi ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang berbeda antar variabel sesuai pembahasan sebelumnya dan berdasarkan analisis data. Teknik *Structural Equation Modeling* dengan SmartPLS, yang menggabungkan pengujian langsung dan tidak langsung, digunakan dalam pengujian ini. Dari tujuh hipotesis yang diajukan, sebagian terbukti signifikan dan sebagian lainnya tidak, yang menunjukkan dinamika perilaku konsumen dalam memilih produk BBM non-subsidi seperti Pertamina. Berikut ini adalah kesimpulan yang diperoleh berdasarkan masing-masing hipotesis:

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian tidak terbukti signifikan.
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian terbukti signifikan.
3. Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen tidak terbukti signifikan.
4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen terbukti signifikan.
5. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian terbukti signifikan.
6. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen tidak terbukti signifikan.
7. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen terbukti signifikan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan. Pertama, karena fokus studi ini terbatas pada pengguna bensin Pertamina di sekitar SPBU Tangerang Selatan, temuannya mungkin tidak berlaku untuk wilayah lain dengan profil konsumen yang berbeda.

Kedua, data yang diperoleh berdasarkan kuesioner *self-report* dapat mengandung bias subjektif dari responden, terutama dalam menilai persepsi terhadap harga, kualitas, dan kepercayaan.

Ketiga, studi ini hanya mengukur harga dan kualitas produk sebagai variabel bebas, sehingga ada kemungkinan faktor-faktor lain seperti promosi, citra merek, atau faktor emosional yang dapat berdampak pada keputusan pembelian konsumen, tetapi belum diteliti secara menyeluruh.

5.3 Saran

Beberapa rekomendasi diperlukan berdasarkan temuan penelitian dan kendala yang telah disebutkan sebelumnya. Rekomendasi saran ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Saran ini disusun agar hasil penelitian tidak hanya bersifat akademis, tetapi juga dapat diimplementasikan dalam praktik bisnis maupun menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian lanjutan. Saran-saran ini diharapkan dapat mendorong pengambilan keputusan yang lebih baik dan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian, khususnya pada produk BBM jenis Pertamina.

1. Bagi Perusahaan (PT Pertamina)

PT Pertamina diharapkan dapat lebih menekankan strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan persepsi kualitas produk dan pembentukan kepercayaan konsumen. Hal ini mencakup penyampaian informasi yang transparan dan edukatif mengenai keunggulan Pertamina, penggunaan teknologi aditif terbaru, dan jaminan kualitas bahan bakar yang konsisten di seluruh SPBU. Meskipun harga tidak terbukti memengaruhi secara signifikan, Pertamina tetap perlu menjaga persepsi nilai produk agar tetap kompetitif, tanpa harus bergantung pada strategi penurunan harga. Selain itu, pelayanan di SPBU juga perlu ditingkatkan agar dapat memberikan pengalaman konsumen yang positif dan memperkuat trust terhadap merek.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar peneliti selanjutnya memperluas fokus penelitian mereka untuk mencakup sampel yang lebih bervariasi atau wilayah lain guna meningkatkan hasil temuan yang lebih baik. Selain itu, dapat pula menambahkan variabel-variabel lain seperti promosi, loyalitas pelanggan, atau citra merek yang berpotensi memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mempertimbangkan jenis kendaraan yang digunakan oleh responden, baik roda dua maupun roda empat, karena preferensi pembelian BBM dapat berbeda tergantung pada kebutuhan performa kendaraan. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang alasan dan preferensi konsumen saat memilih bahan bakar non-subsidi jenis Pertamina, maka metodologi kualitatif atau metode campuran juga dapat digunakan agar bisa mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

