

**STUDI TENTANG
KEPUASAN PELANGGAN GAS
PADA PT PERTAMINA EKSPLORASI DAN
PRODUKSI REGION JAWA**



TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Oleh :

Anggadewi Widyastuti

NIM. C4A008013

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**



Sertifikasi

Saya, *Anggadewi Widyastuti*, yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program magister manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

September 2010

Anggadewi Widyastuti

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Tesis berjudul :

STUDI TENTANG KEPUASAN PELANGGAN GAS PADA PT PERTAMINA EKSPLORASI DAN PRODUKSI REGION JAWA

yang disusun oleh Anggadewi Widyastuti, NIM. C4A008013
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 6 September 2010
dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Drs. H. Mudiantono, MSc

Mahfudz, SE, MT

Semarang, 6 September 2010
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program

Prof. Dr. Augusty Ferdinand, MBA, DBA

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. “
(Q.S. Al Baqarah : 45)**

**“Ketabahan, kesabaran, keuletan, usaha dan do’a
merupakan kunci keberhasilan suatu cita-cita.”**

**Kupersembahkan untuk :
Keluargaku tercinta**

ABSTRACT

Customers' satisfaction will be realized if the company can give product quality which can fulfill the customers' expectation. That's why this research is done to know the conformity level among product quality, perceived service quality and perceived price which is given by the company with the customers' expectation. Data about product quality, perceived service quality and perceived price are collected using questionnaire to 32 gas customers of PT PERTAMINA EP Java Region. Then, the collected data are analyzed by using *Importance Performance Analysis* (IPA) technique.

The result of *Importance Performance Analysis* (IPA) shows that conformity level between performance and customers' expectation on product quality is 99.81%, the conformity level between performance and customers' expectation on perceived service quality is 92.58%, and the conformity level between performance and customers' expectation on perceived price is 94.11%.

Indicator of **product quality** which includes : continuity of gas supply; composition of gas; the accuracy of the amount of gas and the content of gas polluter is in quadrant B, pressure; Spesivic Gravity (SG) and Gross Heating Value (GHV) is in quadrant C.

Indicator of **perceived service quality** which includes : response toward complain; the condition of the measurement tool of gas distribution and gas distribution facility is in quadrant A, media to deliver suggestion/complain which is easy to access and information about the changing related to the product are in quadran B, *Health, Safety and Environment* are in quadrant C and gas customers meeting is in quadrant D.

Indicator of **perceived price** which includes : the conformity between price and spesification / kind of gas distributed is in quadrant A, the conformity between price and spesification / kind of gas distributed is in quadrant B, the conformity between price and surrender for use point gas is in quadrant D.

Based on the result of IPA analysis, then to increase the conformity of customers expectation and company performance on product quality, perceived service quality, needs to be cared toward the continuity of gas supply; gas composition; the accuracy of the amount of gas and the content of gas polluter, increasing response toward complain, the improving toward condition of measurement tools and the facility of gas distribution and improving the price of gas which is suited to quota of gas distributed.

Key words : product quality, perceived service quality, perceived price

ABSTRAKSI

Kepuasan pelanggan akan terwujud apabila perusahaan dapat memberikan kualitas produk yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kualitas produk, kualitas layanan yang dirasakan dan harga yang dirasakan yang diberikan oleh perusahaan dengan harapan pelanggan. Data mengenai kualitas produk, kualitas layanan yang dirasakan dan harga yang dirasakan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner kepada 32 pelanggan gas PT PERTAMINA EP Region Jawa. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik *Importance Performance Analysis* (IPA).

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan atas kualitas produk adalah sebesar 99.81%, tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan atas kualitas layanan yang dirasakan adalah sebesar 92.58%, dan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan atas harga yang dirasakan adalah sebesar 94.11%.

Indikator **kualitas produk** yang meliputi : kontinuitas supply gas; komposisi gas; ketepatan jumlah gas dan kandungan pengotor gas berada di kuadran B, tekanan; Spesific Gravity (SG) dan Gross Heating Value (GHV) berada di kuadran C.

Indikator **kualitas layanan yang dirasakan** yang meliputi : respon terhadap complain; kondisi alat ukur penyaluran gas dan fasilitas penyaluran gas berada di kuadran A, media untuk menyampaikan saran/complain yang mudah diakses dan informasi tentang perubahan terkait produk berada di kuadran B, *Health, Safety and Environment* berada di kuadran C dan temu pelanggan gas berada di kuadran D.

Indikator **harga yang dirasakan** yang meliputi : kesesuaian harga dengan spesifikasi / jenis gas yang disalurkan berada di kuadran A, kesesuaian harga dengan spesifikasi / jenis gas yang disalurkan berada di kuadran B, kesesuaian harga dengan titik serah gas berada di kuadran D.

Berdasarkan hasil analisis IPA, maka untuk meningkatkan kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kualitas produk, kualitas layanan yang dirasakan, harga yang dirasakan perlu dilakukan pemeliharaan terhadap Kontinuitas supply gas; komposisi gas; ketepatan jumlah gas dan kandungan pengotor gas, meningkatkan respon terhadap complain, perbaikan terhadap kondisi alat ukur dan fasilitas penyaluran gas serta memperbaiki harga gas yang disesuaikan dengan kuota gas yang disalurkan.

Kata Kunci : kualitas produk, harga yang dirasakan dan kualitas layanan yang dirasakan

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat yang telah dilimpahkan-Nya, khususnya dalam penyusunan laporan penelitian ini. Penulisan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan guna memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, khususnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Mudiantono, MSc selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian dan tenaga serta dorongan kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
2. Bapak Mahfudz, SE, MT selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
3. Para staff pengajar Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.
4. Para staff administrasi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
5. Pimpinan PT PERTAMINA EP Region Jawa yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian

6. Responden pelanggan gas PT PERTAMINA EP Region Jawa yang telah memberikan waktunya untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan
7. Orang tua, suami dan saudara-saudaraku yang saya cintai atas segala dukungan moril dan doa yang selalu diberikan.
8. Teman-teman kuliah, yang telah memberikan sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama menjadi mahasiswa di Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Semarang, September 2010

Anggadewi Widyastuti

DAFTAR ISI

halaman

Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Pengesahan Tesis	iii
Motto dan Persembahan	iv
Abstract	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

2.1 Telaah Pustaka	8
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	8
2.1.2 Kualitas Produk	9
2.1.3 <i>Perceived Service Quality</i>	12
2.1.4 <i>Perceived Price</i>	13
2.2 Hubungan Antar Variabel	15
2.3 Kebijakan Perusahaan dan Indikator Variabel Penelitian	17

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Tipe Penelitian	25
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.3	Jenis dan Sumber Data	26
3.4	Metode Pengumpulan Data	27
3.5	Analisis Data	28
BAB IV	ANALISIS DATA	
4.1	Harapan Pelanggan atas Atribut Variabel Penelitian	33
4.2	Penilaian Pelanggan atas Kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa	50
4.3	Analisis Tingkat Kesesuaian antara Harapan Pelanggan dengan Kinerja Perusahaan	67
4.4	<i>Importance Performance Analysis</i>	82
4.5	Diagram Kartesius	85
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Implikasi Kebijakan	99
5.4	Keterbatasan Penelitian	104
5.5	Agenda Penelitian Mendatang	105
Daftar Referensi.....		xiv
Daftar Riwayat Hidup		xv
Lampiran-lampiran		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Survei Kepuasan Pelanggan Gas PT. Pertamina Eksplorasi dan Produksi Region Jawa Tahun 2008	4
Tabel 3.1	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	29
Tabel 4.1	Harapan Pelanggan atas Kontinuitas <i>Supply</i> Gas	34
Tabel 4.2	Harapan Pelanggan atas Tekanan Gas	35
Tabel 4.3	Harapan Pelanggan atas Komposisi Gas	36
Tabel 4.4	Harapan Pelanggan atas Ketepatan Jumlah Gas	37
Tabel 4.5	Harapan Pelanggan atas Spesific Gravity (SG) Gas	38
Tabel 4.6	Harapan Pelanggan atas <i>Impurities</i>	39
Tabel 4.7	Harapan Pelanggan atas <i>Gross Heating Value</i> (GHV)	40
Tabel 4.8	Harapan Pelanggan atas Media Untuk Menyampaikan Saran/Komplain	41
Tabel 4.9	Harapan Pelanggan atas Respon terhadap Saran/komplain	42
Tabel 4.10	Harapan Pelanggan atas Kegiatan Temu Pelanggan	43
Tabel 4.11	Harapan Pelanggan atas Alat-Alat Ukur Penyaluran Gas	44
Tabel 4.12	Harapan Pelanggan atas Informasi Adanya Perubahan Terkait Produk	45
Tabel 4.13	Harapan Pelanggan atas Fasilitas Penyaluran Gas	46
Tabel 4.14	Harapan Pelanggan atas Kaidah <i>Health, Safety and Environment</i> (HSE)	47
Tabel 4.15	Harapan Pelanggan atas Kesesuaian Harga Jual Gas Dengan Kuota Gas Yang Dikirim	48
Tabel 4.16	Harapan Pelanggan atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan Titik Serah	49
Tabel 4.17	Harapan Pelanggan atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan Spesifikasi/Jenis Gas	50
Tabel 4.18	Kinerja Kontinuitas <i>Supply</i> Gas	51

Tabel 4.19	Kinerja atas Tekanan Gas	52
Tabel 4.20	Kinerja atas Komposisi Gas	53
Tabel 4.21	Kinerja atas Ketepatan Jumlah Gas	54
Tabel 4.22	Kinerja atas <i>Spesivic Gravity</i> (SG)	55
Tabel 4.23	Kinerja atas <i>Impurities</i>	56
Tabel 4.24	Kinerja atas <i>Gross Heating Value</i> (GHV)	57
Tabel 4.25	Kinerja atas Media Untuk Menyampaikan Saran/Komplain	58
Tabel 4.26	Kinerja atas Respon terhadap Saran/komplain	59
Tabel 4.27	Kinerja atas Temu Pelanggan	60
Tabel 4.28	Kinerja atas Alat-Alat Ukur Penyaluran Gas	61
Tabel 4.29	Kinerja atas Informasi Adanya Perubahan Terkait Produk	62
Tabel 4.30	Kinerja atas Fasilitas Penyaluran Gas	63
Tabel 4.31	Kinerja atas Kaidah <i>Health, Safety and Environment</i> (HSE)	64
Tabel 4.32	Kinerja atas Kesesuaian Harga Jual Gas Dengan Kuota Gas Yang Dikirim	65
Tabel 4.33	Kinerja atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan Titik Serah Gas	66
Tabel 4.34	Kinerja atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan Spesifikasi/Jenis Gas	67
Tabel 4.35	Rekapitulasi Perhitungan Tingkat Kesesuaian untuk Ketiga Variabel Penelitian	81
Tabel 4.36	Perhitungan Rata-Rata dari Rata-Rata Penilaian Harapan dan Kinerja pada Berbagai Indikator Variabel	84
Tabel 5.1	Implikasi Kebijakan	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Indikator Kualitas Produk	20
Gambar 2.2	Indikator <i>Perceived Service Quality</i>	22
Gambar 2.3	Indikator <i>Perceived Price</i>	24
Gambar 3.1	Diagram Kartesius	31
Gambar 4.1	Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Produk PT PERTAMINA EP Region Jawa	86
Gambar 4.2	Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan atas <i>Perceived Service Quality</i> PT PERTAMINA EP Region Jawa	90
Gambar 4.3	Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan atas <i>Perceived Price</i> PT PERTAMINA EP Region Jawa	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT PERTAMINA Eksplorasi dan Produksi (EP) merupakan salah satu anak perusahaan dari PT PERTAMINA (Persero) yang bergerak di bidang usaha hulu minyak dan gas bumi (migas) yang meliputi kegiatan Eksplorasi dan Eksploitasi yaitu pencarian cadangan migas dan Produksi yaitu kegiatan pengangkatan (*lifting*) migas dari bawah permukaan bumi.

Berdasarkan Kontrak Kerja Sama (KKS) yang ditandatangani oleh PT PERTAMINA EP dengan BPMIGAS (Badan Pelaksana Minyak dan Gas) selaku kepanjangan tangan dari pemerintah yang bertugas sebagai regulator dan koordinator untuk perusahaan-perusahaan minyak yang melakukan kegiatan eksplorasi, eksploitasi dan produksi di Indonesia, PT PERTAMINA EP mendapatkan Wilayah Kerja (WK) seluas 140 ribu kilometer persegi yang merupakan limpahan dari sebagian besar Wilayah Kuasa Pertambangan Migas PT PERTAMINA (PERSERO).

PT PERTAMINA EP mengelola Wilayah Kerja Pertambangan (WKP) di seluruh Indonesia dengan membaginya dalam tiga wilayah operasi, yaitu wilayah operasi di daerah Jawa yang dikelola oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa, wilayah operasi di daerah Sumatera yang dikelola oleh PT PERTAMINA EP Region Sumatera, dan wilayah operasi di daerah Balikpapan dan Indonesia bagian timur yang dikelola oleh PT PERTAMINA EP Region KTI (Kawasan

Timur Indonesia). Jika dilihat dari rentang geografinya, PT PERTAMINA EP beroperasi hampir di seluruh wilayah Indonesia, dari Sabang sampai Merauke.

Dalam kegiatan produksinya saat ini di Indonesia, PT PERTAMINA EP merupakan produsen gas terbesar untuk kebutuhan domestik. Dari jumlah tersebut 28% dipasok kepada Perusahaan Gas Negara (PGN), 22% untuk memenuhi kebutuhan industri, 18% untuk industri pupuk, 18% untuk pasokan ke pembangkit listrik, dan 14% lainnya untuk kebutuhan Kilang PT PERTAMINA (Persero) dan pemakaian sendiri. Dengan tingkat produksi sekitar 1.090 MMSCFD, PT PERTAMINA EP telah menjadi salah satu dari 10 produsen gas terbesar di Indonesia.

PT PERTAMINA EP Region Jawa sebagai salah satu unit operasi PT PERTAMINA EP yang mengelola wilayah operasi di daerah Jawa, dalam kegiatan usahanya di bidang gas bumi memiliki beberapa konsumen yang keseluruhannya merupakan konsumen industri/perusahaan (bukan perseorangan) yang terbagi dalam dua segmen yaitu segmen distributor dan segmen *end user*.

Perjanjian Jual Beli Gas antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan konsumennya dilakukan melalui kontrak jangka panjang dengan mencantumkan syarat dan kondisi tertentu dalam pelaksanaannya, yaitu antara lain mengenai spesifikasi produk/gas, kontinuitas pasokan dan kondisi pendukung lainnya, sehingga dalam pelaksanaannya kesesuaian antara apa yang diharapkan dengan apa yang diterima oleh pelanggan akan memunculkan respon kepuasan. Apabila PT PERTAMINA EP Region Jawa tidak mampu memenuhi ketentuan yang telah disepakati di dalam kontrak tentunya akan mengakibatkan ketidakpuasan dan

bahkan dapat berpotensi timbulnya gugatan/proses hukum yang dapat merugikan perusahaan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau jasa yang diterima apakah sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap sebuah produk maupun jasa yang mereka gunakan akan membawa efek positif terhadap kelangsungan sebuah perusahaan. Sebaliknya, kegagalan untuk mempertemukan kebutuhan dan harapan diasumsikan sebagai ketidakpuasan terhadap produk atau jasa yang akan membawa efek negatif bagi perusahaan.

Hasil Survey Kepuasan Pelanggan yang dilakukan PT PERTAMINA EP Region Jawa pada tahun 2008 menunjukkan masih adanya respon ketidakpuasan pelanggan yang berkaitan dengan kontinuitas pasokan kepada pelanggan dalam kurun waktu tertentu, komposisi gas, kandungan CO₂ dan H₂S, tekanan, kandungan air dan nilai kalori. Dari hasil survey tersebut juga diketahui bahwa harapan utama pelanggan gas adalah adanya kontinuitas pasokan gas dalam kurun waktu tertentu, ketepatan mutu gas (komposisi gas sesuai kesepakatan) dan ketepatan jumlah yang disalurkan. Bagi beberapa pelanggan gas seperti PLN dan industri pupuk, kontinuitas pasokan menjadi hal yang sangat penting karena industri tersebut berkaitan langsung dengan kepentingan banyak pihak.

Tabel 1.1
Hasil Survei Kepuasan Pelanggan Gas
PT Pertamina EP Region Jawa Tahun 2008

No.	Keterangan	Puas		Tidak Puas	
		Jumlah	%	Jumlah	%
1.	Kontinuitas pasokan	23	71.9	9	28.1
2.	Komposisi gas	20	62.5	12	37.5
3.	Kandungan CO ₂ dan H ₂ S	15	46.9	17	53.1
4.	Tekanan	19	59.4	13	40.6
5.	Kandungan air dan nilai kalori	17	53.1	15	46.9

Sumber : Survei PT PERTAMINA EP Region Jawa Tentang Kepuasan Pelanggan Tahun 2008

Saat ini, peningkatan kepuasan pelanggan tengah gencar dilakukan oleh PT PERTAMINA EP. Program-program peningkatan kinerja perusahaan khususnya yang terkait dengan konsumen gas kini selalu memperhitungkan dampak positifnya bagi kepuasan pelanggan. Satu hal yang menjadi fokus perhatian PT PERTAMINA EP adalah jumlah pasokan gas. Keterbatasan jumlah cadangan gas yang dimiliki oleh PT PERTAMINA EP menyebabkan terbatasnya jumlah gas yang dapat disalurkan kepada pelanggan. Apabila ada pelanggan yang membutuhkan jumlah pasokan gas yang lebih besar akan menyulitkan PT PERTAMINA EP untuk memenuhinya. Hal ini mendorong PT PERTAMINA EP untuk lebih agresif melakukan kegiatan pencarian cadangan migas yang baru.

Kotler (2006) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau kecewa dari hasil perbandingan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan.

Menurut penelitian Montfort, Masurel dan Rijn (2000), kepuasan pelanggan merupakan elemen penting bagi sebuah perusahaan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap sebuah produk maupun jasa yang mereka gunakan akan membawa efek positif terhadap kelangsungan sebuah perusahaan.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan memenuhi keinginan /harapan pelanggan sehingga menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Ukuran kepuasan pelanggan memberikan umpan balik mengenai seberapa baik perusahaan menjalankan bisnisnya.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan hasil perumusan masalah, maka dapat ditetapkan sebuah rumusan masalah penelitian, yaitu **”bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan gas PT PERTAMINA EP Region Jawa?”**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka dalam rangka upaya untuk menjawab masalah penelitian tersebut dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana tingkat harapan pelanggan dan kinerja kualitas produk PT PERTAMINA EP Region Jawa ?
2. Bagaimana tingkat harapan pelanggan dan kinerja *perceived service quality* PT PERTAMINA EP Region Jawa ?

3. Bagaimana tingkat harapan pelanggan dan kinerja *perceived price* PT PERTAMINA EP Region Jawa ?

1.4 Tujuan Penelitian

Atas dasar latar belakang permasalahan dan masalah penelitian yang telah dirumuskan, maka dapat dirumuskan pula tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis tingkat harapan pelanggan dan kinerja kualitas produk PT PERTAMINA EP Region Jawa.
2. Menganalisis tingkat harapan pelanggan dan kinerja *perceived service quality* PT PERTAMINA EP Region Jawa.
3. Menganalisis tingkat harapan pelanggan dan kinerja kualitas *perceived price* PT PERTAMINA EP Region Jawa.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan kontribusi melalui pembuktian empiris yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* yang diberikan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa dapat tercapai apabila kinerja perusahaan sesuai/ dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai motivasi/ bahan masukan bagi perusahaan untuk menentukan langkah kebijakan yang tepat bagi perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan kinerja sehingga memenuhi harapan pelanggan khususnya terhadap kualitas produk, *perceived service quality*, dan harga yang dirasakan (*perceived price*).

1.5.2 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirator bagi peneliti-peneliti lain untuk melakukan penelitian serupa pada agenda penelitian mendatang dengan menggunakan pendekatan variabel-variabel penelitian lain yang menjadi kebijakan yang dijalankan oleh perusahaan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN

IDENTIFIKASI KEBIJAKAN PERUSAHAAN

2.1 Telaah Pustaka

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat) sehingga kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Oxford Advanced Learner’s Dictionary (2000) mendeskripsikan kepuasan sebagai “*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen, the act of fulfilling a need or desire ; an acceptable way of dealing with a complaint, debt, an injury, etc*”.

Sebelum mengkonsumsi jasa tertentu, sebenarnya pelanggan telah memiliki harapan tertentu terhadap jasa yang akan dikonsumsi. Pelanggan akan merasa puas jika jasa yang mereka terima sesuai dengan apa yang diharapkan atau bahkan melampauinya. Apabila jasa yang dirasakan kurang dari kualitas jasa minimum yang dapat diterima oleh pelanggan, maka pelanggan merasa tidak puas.

Menurut Schnaars (1991 ; dalam Tjiptono, 2001) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di

antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Engel *et.al.* (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau jasa yang diterima apakah sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Kegagalan untuk mempertemukan kebutuhan dan harapan diasumsikan sebagai ketidakpuasan terhadap produk atau jasa. Lebih lanjut dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh ciri produk atau jasa secara spesifik dan oleh persepsi terhadap kualitas.

Kotler (2006) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau kecewa dari hasil perbandingan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Harapan dari pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasihat teman dan kolega serta janji ataupun informasi pemasar dan para pesaingnya. Lebih lanjut Kotler (2006) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kualitas pelayanan.

2.1.2 Kualitas Produk

Kualitas dapat didefinisikan sebagai memberikan yang lebih besar atau lebih unggul dalam suatu produk sebagai pembanding dengan alternatif bersaing dari pandangan pasar (Garvin, 1998; Zeithaml, 1988 ; dalam Sethi, 2000). Sedangkan Smith (2001) mendefinisikan kualitas sebagai harapan dan persepsi para konsumen yang sama baiknya dengan kinerja yang sesungguhnya.

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2006). Dalam mengembangkan sebuah produk, produsen harus menentukan mutu yang akan mendukung posisi produk itu di pasaran.

Kualitas produk mendapatkan perhatian yang cukup besar baik dari para peneliti maupun para praktisi. Kualitas produk juga sangat kuat dikaitkan dengan kepuasan pelanggan. Meskipun bukan berarti identik dengan kepuasan, namun sering berhubungan erat. Itulah hasil-hasil dari perbandingan antara persepsi mutu yang diharapkan dengan persepsi *performance* sesungguhnya (Cronin dan Taylor, 1992). Hal tersebut di atas berlaku hanya untuk pelanggan atau masyarakat yang sudah pernah merasakan produk tersebut. Bagi calon pemakai, kualitas produk ini memang harus dikomunikasikan dengan baik. Mengkomunikasikan kualitas produk kepada pasar sasaran adalah suatu keharusan agar pasar mengerti tentang tingkat kualitas yang dijanjikan *provider* dengan mutu yang diharapkan oleh pasar. Dengan komunikasi yang baik maka kualitas produk bisa menjadi daya tarik dari produk tersebut.

Dalam jaman globalisasi dimana pasar penjualan sudah bergerak menuju pasar pembeli maka perpektif kualitas berdasarkan pemakai dapat dinilai sebagai sesuatu yang esensial dalam menggambarkan kualitas suatu produk. Reeves dan Bednar (1994) mengemukakan bahwa ketika produk sudah berada di pasar, maka seharusnya kualitas produk diukur dan dievaluasi dari kacamata konsumen, bukan kacamata manajemen atau perusahaan. Jadi dapat dikatakan bahwa proses kualitas akan selalu diawali dan kembali lagi pada perspektif kualitas berdasarkan pemakai.

Garvin (1998: dalam Zhang, 2001) menjelaskan bahwa terdapat delapan ukuran dimensi kualitas produk yaitu ;

1. Penampilan yang menunjukkan sifat operasi dasar pembuatan suatu produk
2. Keistimewaan, membawa manfaat dalam meningkatkan penampilan dan kualitas yang tinggi
3. Kepercayaan, mencerminkan nilai teknis suatu produk
4. Kesesuaian, ukuran dari kekonsistenan suatu produk yang sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan, mencerminkan nilai ekonomis atau umur dari produk secara fisik
6. Kemudahan dalam perbaikan, kemampuan perbaikan atau kecepatan perbaikan suatu produk
7. Keindahan, mencerminkan bagaimana suatu produk dilihat, disentuh didengar dan dirasakan

8. Kualitas yang bermanfaat, mencerminkan nilai yang sama seperti dimensi keindahan.

2.1.3 *Perceived Service Quality*

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003) jasa (*service*) merupakan suatu tindakan, proses dan kinerja. Stanton, *et.al.* (1991) mengatakan bahwa jasa adalah aktivitas *intangible* yang dapat diidentifikasi, yang mempunyai tujuan utama dari transaksi yang didesain untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (2006) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Wyckof (1996; dalam Tjiptono, 2001) mendefinisikan kualitas jasa (*service quality*) sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Beberapa peneliti percaya bahwa persepsi kualitas jasa adalah fungsi dari kesenjangan antara kinerja yang dirasakan dan kombinasi harapan dan keinginan (Spreng *et.al.*, 1996 ; dalam Schiffman dan Kanuk, 1997). Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang diterima. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang dirasakan melebihi apa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal dan apabila jasa yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), ada lima dimensi dari kualitas jasa, yaitu:

1. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, dan penampilan karyawan.
2. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan.
3. *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan dengan sigap dan tanggap.
4. *Assurance*, yaitu pengetahuan dan kemampuan karyawan yang dapat dipercaya.
5. *Empathy*, yaitu perhatian yang bersifat individual pada pelanggan, kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kebutuhan pelanggan akan sangat menentukan kualitas yang akan diberikan oleh perusahaan, sehingga kualitas yang tinggi bukan berdasar pada persepsi perusahaan melainkan berdasar pada persepsi pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner (2003) bahwa perusahaan harus menetapkan *customer defined standards* yang merupakan pelaksanaan standar layanan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

2.1.4 *Perceived Price*

Harga merupakan faktor yang diyakini para peneliti mempengaruhi kepuasan pelanggan (Johnson dan Gustafsson, 2000 ; Morgan, 1996 ; Zeithaml

dan Bitner, 2003 ; Hill, 1996 ; Dutka, 1995, Naumann dan Giel, 1995). Hawkins, Best dan Coney (1995) dan Schiffman dan Kanuk (1997) mendefinisikan harga sebagai “*service as a signal of quality*”. Mowen (1993) menjelaskan bahwa konsumen akan cenderung menggunakan harga sebagai sebuah indikator dari kualitas apabila :

- a. Konsumen yakin bahwa harga mampu memprediksi kualitas
- b. Ketika kualitas yang konsumen ketahui/rasakan (*real perceived quality*) berbeda-beda di antara para pesaing.
- c. Ketika konsumen sulit untuk membuat keputusan tentang kualitas secara obyektif, atau dengan menggunakan nama merek atau citra toko.

Faktor terpenting dari harga sebenarnya bukan harga itu sendiri (*objective price*), akan tetapi harga subyektif, yaitu harga yang dipersepsikan oleh konsumen. Apabila konsumen mempersepsikan produk A harganya tinggi/mahal, maka hal ini akan berpengaruh positif terhadap “*perceived quality dan perceived sacrifice*”. Artinya, konsumen mungkin memandang produk A adalah produk berkualitas, oleh karena itu wajar bila memerlukan pengorbanan uang yang lebih mahal.

Perceived price yaitu sesuatu yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk (Zeithmal, 1988). Seringkali beberapa konsumen mengetahui secara tepat harga dari suatu produk, sedangkan yang lainnya hanya mampu memperkirakan harga berdasarkan pembelian pada masa lampau. Pada penelitiannya, Dodds (1991) menyatakan bahwa konsumen akan membeli suatu

produk bermerek jika harganya dipandang layak oleh mereka. Sementara itu Sweeney, Soutar dan Johnson (1998) menjelaskan bahwa faktor-faktor seperti kualitas, tanggapan emosi, harga dan status sosial merupakan dimensi dari *perceived value*. Dalam membeli suatu produk, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berkualitas dari sisi konsumen akan mampu menciptakan kepuasan pada konsumen pengguna produk tersebut.

Naser *et.al.* (1999) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Sementara Selnes (1993) menunjukkan bahwa kinerja produk sebagaimana dipersepsikan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Andreassen dan Lindestad (1998) pada hasil penelitiannya membuktikan bahwa kualitas produk diukur dari persepsi pelanggan atas tingkat kerusakan suatu produk mempengaruhi tingkat kepuasan.

2.2.2 *Perceived Service Quality* dan Kepuasan Pelanggan

Kebutuhan pelanggan akan sangat menentukan kualitas yang akan diberikan oleh perusahaan sehingga kualitas yang tinggi bukan berdasar pada persepsi perusahaan melainkan berdasar pada persepsi pelanggan. Perusahaan harus menetapkan *customer defined standards* yang merupakan pelaksanaan

standar layanan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Penelitian Sureshchandar *et.al.* (2002) menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil temuan dari studi empiris Anderson dan Sullivan (1993); Anderson, Fornell dan Lehmann (1994); Athanassopoulus, 2000; Cronin, Brady dan Hult (2000); Fornell *et.al.* (1996); Parasuraman, Zeithaml dan Berry, (1994), mereka mendukung pandangan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama dari kepuasan pelanggan. Bitner (1995) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan bahwa dalam perjalanannya kepuasan pelanggan merupakan kumpulan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Penelitian Cronin dan Taylor (1992) pada empat perusahaan jasa menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima merupakan antecedent dari kepuasan pelanggan.

2.2.3 *Perceived Price* dan Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga ditetapkan sebagai penentuan nilai suatu produk di benak pelanggan dan harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat, sehingga perusahaan dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa kepada konsumen dan pelanggan.

Dalam menetapkan suatu harga, pemasar harus memahami bahwa pelanggan tidak membeli suatu produk atas dasar harganya saja. Pelanggan akan

mencari produk yang memberikan manfaat yang sesuai dengan harga yang dibayarkan. Biong (1993) mengutarakan bahwa produk yang mampu memberikan keuntungan, harga jual yang kompetitif dan skema pembayaran yang lunak akan memungkinkan pengguna memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi.

Zhang (2001) menyatakan bahwa persaingan membuat dunia usaha berusaha untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan harga yang rendah. Abdul Muhmin (2002), membuktikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti lain juga meyakini bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Johnson dan Gustafsson, 2000 ; Morgan, 1996 ; Zeithaml dan Bitner, 2003 ; Hill, 1996 ; Dutka, 1995, Naumann dan Giel, 1995).

2.3 Kebijakan Perusahaan dan Indikator Variabel Penelitian

2.3.1 Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tujuh indikator yang dikembangkan dari kebijakan PT PERTAMINA EP Region Jawa. Adapun kebijakan PT PERTAMINA EP Region Jawa mengenai kualitas produk meliputi :

1. Kontinuitas *supply* gas memenuhi harapan / kontrak

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan bahwa *supply* gas ke pelanggan harus dilakukan secara kontinu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.

2. Tekanan gas yang disalurkan disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa tekanan gas yang disalurkan harus sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.

3. Komposisi gas yang disalurkan disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan harus memiliki komposisi/kandungan gas pada nilai tertentu yang sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.

4. Ketepatan jumlah gas yang disalurkan disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan harus tepat jumlahnya sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.

5. *Spesific gravity* (SG) gas yang disalurkan disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak.

Spesific gravity (SG) adalah nilai perbandingan antara berat gas kering dengan udara normal yang mengisi tempat yang sama, yang diukur dalam kondisi atmosfer yang sama pula.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan harus memiliki *spesific gravity* (SG) gas pada nilai tertentu yang disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak.

6. *Impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dan lain-lain) disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak.

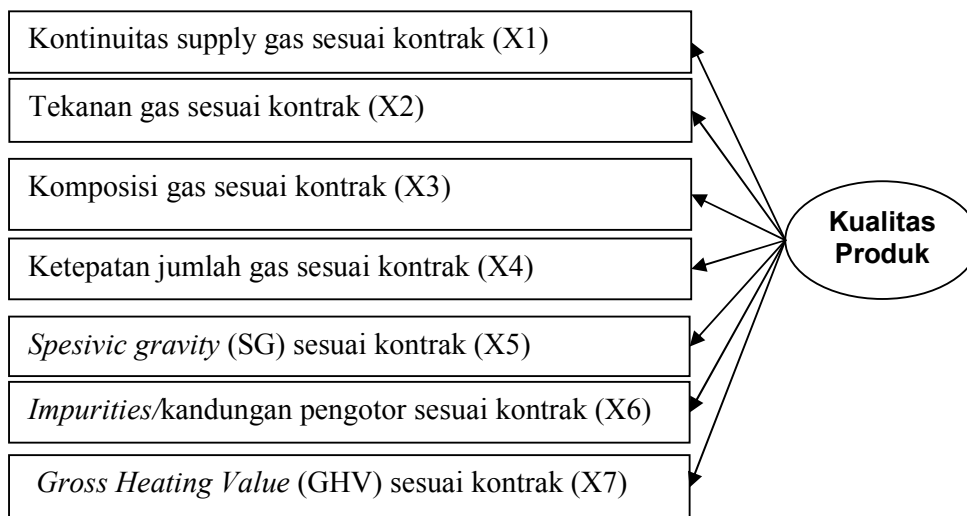
PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas PT PERTAMINA EP Region Jawa yang disalurkan ke pelanggan harus memenuhi standar *impurities*/ kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) yang telah ditetapkan dalam kontrak.

7. *Gross Heating Value* (GHV) produk gas yang disalurkan disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak.

Gross Heating Value (GHV) adalah jumlah panas yang dinyatakan dalam satuan BTU, yang dihasilkan oleh pembakaran sempurna dari 1 SCF gas, pada suhu 60 ° F dan tekanan 14,7 PSIA, dengan udara pada suhu dan tekanan yang sama dengan gas tersebut dimana setelah pendinginan, hasil pembakaran pada tingkat suhu gas dan udara awal serta uap air yang terbentuk dalam proses pembakaran itu terkondensasi ke dalam bentuk cair.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan pada pelanggan harus memiliki *gross heating value* (GHV) pada nilai tertentu yang disesuaikan dengan kesepakatan kontrak.

Gambar 2.1
Indikator Kualitas Produk



Sumber : Kebijakan Perusahaan tentang Kualitas Produk, tahun 2009

2.3.2 Variabel *Perceived Service Quality*

Variabel *perceived service quality* yang diteliti dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tujuh indikator yang dikembangkan dari kebijakan perusahaan. Adapun kebijakan PT PERTAMINA EP Region Jawa mengenai kualitas pelayanan meliputi :

1. Media untuk menyampaikan saran/komplain mudah diakses.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyediakan media untuk menyampaikan saran/komplain yang mudah diakses/digunakan oleh semua pelanggan.

Media tersebut antara lain berupa telepon, e-mail, facsimile di kantor PT PERTAMINA EP Region Jawa.

2. Saran/komplain yang disampaikan direspon dengan cepat.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan kebijakan untuk selalu memberikan respon terhadap saran/komplain yang masuk dengan segera.

Ada 2 jenis pengkategorian respon terhadap saran/ komplain, yaitu untuk saran/komplain sederhana yang berkaitan dengan operasional harian di lapangan akan direspon langsung oleh petugas yang ada di lapangan. Untuk saran/ komplain yang lebih kompleks dan membutuhkan kebijakan manajemen akan dibahas dalam rapat harian operasi maupun rapat mingguan manajemen.

3. Temu pelanggan gas dilaksanakan secara baik.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan kebijakan untuk melaksanakan Temu Pelanggan setiap bulan agar terjadi hubungan yang baik dengan pelanggan.

4. Alat-alat ukur penyaluran gas dalam kondisi baik.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan kebijakan untuk selalu menggunakan alat-alat ukur penyaluran yang baik yang dikalibrasi secara rutin oleh dinas instansi yang berwenang agar tidak merugikan kedua belah pihak.

5. Informasi adanya perubahan terkait produk disampaikan secara cepat.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan kebijakan untuk selalu menginformasikan adanya perubahan yang terkait produk dengan segera.

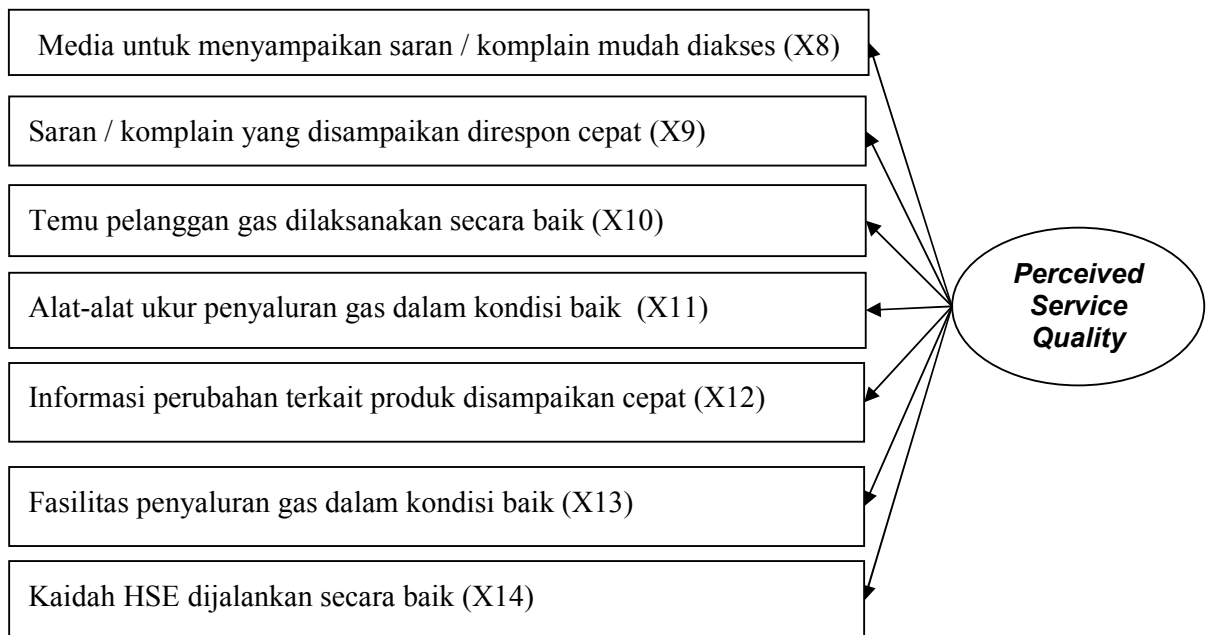
6. Fasilitas penyaluran gas dalam kondisi baik.

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan kebijakan untuk senantiasa melaksanakan pemeliharaan rutin terhadap fasilitas/sarana penyaluran gas agar proses penyaluran gas dapat memenuhi harapan/kontrak.

7. Kaidah *Health, Safety and Environment* (HSE) dijalankan secara baik.

PT PERTAMINA EP Region Jawa mempunyai kebijakan untuk selalu berusaha menjalankan *Health, Safety and Environment* (HSE) dengan baik.

Gambar 2.2
Indikator *Perceived Service Quality*



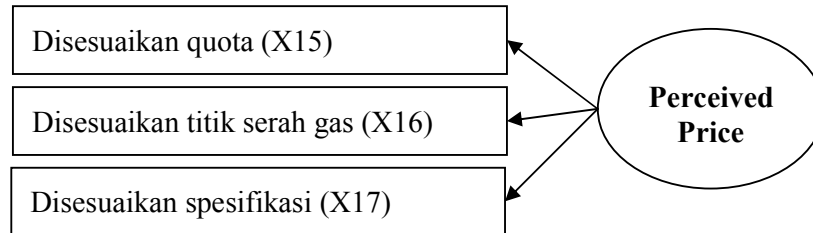
Sumber : Kebijakan Perusahaan tentang Kualitas Pelayanan yang Dirasakan (*Perceived Service Quality*), tahun 2009

2.3.3 Variabel *Perceived Price*

Variabel *perceived price* yang diteliti dalam penelitian diukur dengan menggunakan tiga indikator yang dikembangkan dari kebijakan perusahaan yaitu meliputi :

1. Harga jual gas disesuaikan dengan kuota gas yang dikirim
PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan bahwa harga jual gas ke pelanggan berbeda-beda, tergantung/disesuaikan dengan jumlah/kuota gas yang dikirim ke pelanggan.
2. Harga jual gas disesuaikan titik serah gas
PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan bahwa harga jual gas ke pelanggan disesuaikan dengan titik penyerahan gas kepada pelanggan. Pelanggan akan mendapatkan harga lebih murah apabila membeli gas secara langsung dari kepala sumur (well head).
3. Harga jual gas disesuaikan spesifikasi/jenis gas
PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan bahwa harga jual gas ke pelanggan juga disesuaikan dengan spesifikasi/jenis gas yang diinginkan pelanggan misal : kandungan/komposisi gas dan pengotor gas/impurities. Pelanggan akan mendapatkan harga lebih murah apabila membeli gas yang alami (as it is) dan tidak memerlukan pemurnian terlebih dahulu.

Gambar 2.3
Indikator *Perceived Price*



Sumber : Kebijakan Perusahaan tentang Harga yang Dirasakan (*Perceived Price*), tahun 2009

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitis. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang akurat mengenai tingkat harapan pelanggan gas PT PERTAMINA EP Region Jawa dan kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa atas kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price*.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah semua obyek, semua gejala dan semua kejadian atas peristiwa yang akan dipilih harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti (Hadi, 2001). Dengan demikian, yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen gas PT PERTAMINA EP Region Jawa yang keseluruhannya merupakan konsumen industri/perusahaan yang berada di wilayah Jawa yang berjumlah 32 industri/perusahaan.

3.2.2. Sampel

Menurut Arikunto (1995), apabila jumlah anggota subyek dalam populasi hanya meliputi antara 106 hingga 150 atau kurang dan menggunakan angket, sebaiknya subyek penelitian sejumlah itu diambil seluruhnya. Oleh karena jumlah

populasi hanya 32 industri/perusahaan maka dengan berpegang pada pendapat tersebut, yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah total populasi (sensus) konsumen industri/perusahaan yang berada di wilayah Jawa yang berjumlah 32 industri/perusahaan.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh melalui dua sumber, yaitu (Sekaran, 2006):

1. Sumber data primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan tujuan spesifik penelitian.

Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data tentang variabel-variabel penelitian yang meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga yang dirasakan (*perceived price*), dan kepuasan pelanggan.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data tentang gambaran umum PT PERTAMINA EP Region Jawa dan jumlah konsumen gas PT PERTAMINA EP Region Jawa yang diperoleh dari *data base* pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden. Kuesioner dipilih karena merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien untuk mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian (Sekaran, 2006).

Tipe pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah pertanyaan tertutup dan terbuka. Pada pertanyaan tertutup responden diminta untuk membuat pilihan diantara serangkaian alternatif yang diberikan oleh peneliti atas hasil kinerja perusahaan dan tingkat kepentingan dari atribut yang diukur (Sekaran, 2006) sedangkan pada pertanyaan terbuka responden diminta untuk memberikan penjelasan atas penilaian yang diberikan.

Skala sikap responden atas pernyataan tertutup digunakan *Likert Scale* yang menghasilkan jawaban Sangat Tidak Penting – Sangat Penting dalam rentang nilai 1 sampai dengan 5 untuk pertanyaan harapan dan jawaban Sangat Tidak Baik – Sangat Baik dalam rentang nilai 1 sampai dengan 5 untuk pertanyaan kinerja perusahaan (Ferdinand, 2006).

3.5. Analisis Data

3.5.1. *Importance Performance Analysis*

Agar tujuan yang telah ditetapkan dalam penelitian ini dapat tercapai, maka dilakukan analisis data dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Supranto, 2001) atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja / Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini variable yang digunakan berjumlah empat variabel penelitian, yaitu satu variabel yang mewakili tingkat kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa dan tiga variabel yang mewakili tingkat kepentingan pelanggan (harapan) atas kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* yang diberikan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa. Perhitungan atas tingkat kesesuaian antara *performance* dan harapan dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

TK_i = Tingkat kesesuaian

X_i = Skor penilaian kinerja (*performance*) PT PERTAMINA EP
Region Jawa

Y_i = Skor kepentingan pelanggan

Dari perhitungan diatas, tingkat kepuasan pelanggan dapat diwujudkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Atribut Pengukuran	Skor Kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa	Skor Kepentingan /harapan Pelanggan	Tingkat Kepuasan Pelanggan (%)
Kualitas Produk (X1)			
1. Kontinuitas <i>supply</i> gas	X1_1	Y1_1	... %
2. Tekanan gas	X1_2	Y1_2	... %
3. Komposisi gas	X1_3	Y1_3	... %
4. Ketepatan jumlah gas	X1_4	Y1_4	... %
5. <i>Spesific gravity</i> (SG)	X1_5	Y1_5	... %
6. <i>Impurities</i> /kandungan pengotor	X1_6	Y1_6	... %
7. <i>Gross Heating Value</i> (GHV)	X1_7	Y1_7	... %
<i>Perceived Service Quality</i> (X2)			
1. Media penyampaian saran/ komplain mudah diakses	X2_1	Y2_1	... %
2. Respon saran / komplain cepat	X2_2	Y2_2	... %
3. Temu pelanggan gas baik	X2_3	Y2_3	... %
4. Kondisi alat-alat ukur penyaluran gas baik	X2_4	Y2_4	... %
5. Informasi perubahan produk cepat	X2_5	Y2_5	... %
6. Kondisi fasilitas penyaluran gas baik	X2_6	Y2_6	... %
7. Kaidah <i>Health, Safety and Environment</i> (HSE) dilaksanakan dengan baik	X2_7	Y2_7	... %
<i>Perceived Price</i> (X3)			
1. Harga jual gas sesuai dengan kuota	X3_1	Y3_1	... %
2. Harga jual gas sesuai titik serah gas	X3_2	Y3_2	... %
3. Harga jual gas sesuai spesifikasi/jenis gas	X3_3	Y3_3	... %

Hasil perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dapat digunakan dalam menentukan prioritas peningkatan kinerja perusahaan atas atribut kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan tersebut dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Sampel

Hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat pelaksanaan \bar{X} atau tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dikategorikan dalam lima kelompok sebagai berikut :

Nilai 4.60 – 5.00 = Sangat Memuaskan

Nilai 3.70 – 4.50 = Memuaskan

Nilai 2.80 – 3.60 = Cukup Memuaskan

Nilai 1.90 – 2.70 = Kurang Memuaskan

Nilai 1.00 – 1.80 = Tidak Memuaskan

Untuk mengetahui posisi masing-masing atribut kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* dalam diagram kartesius, dilakukan dengan cara mencari rata-rata dari jumlah skor rata-rata kinerja perusahaan dan tingkat

kepentingan / harapan pelanggan terhadap tiap-tiap atribut kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* dalam satu dimensi \bar{X} dan \bar{Y} yang dihitung dengan rumus sebagai berikut :

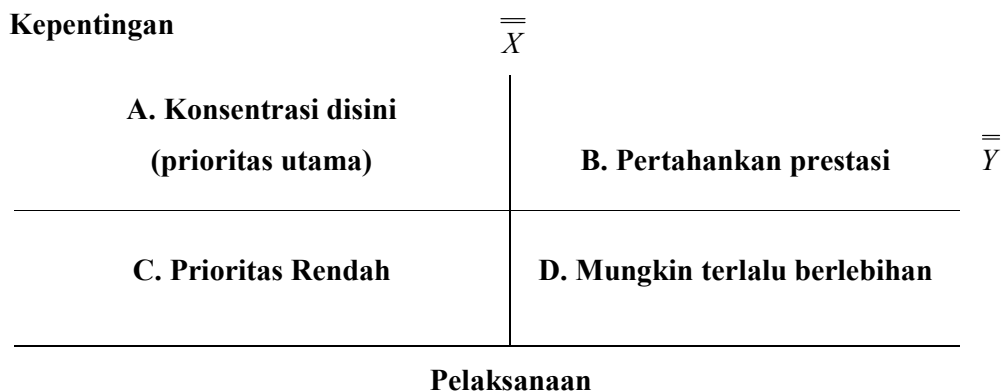
$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana :

K = Jumlah atau faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Setelah mendapatkan hasil perhitungan dari masing-masing atribut yang dilakukan dengan rumus di atas, selanjutnya diukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* dengan memasukkan hasil perhitungan tersebut ke dalam masing-masing kuadran yang terdapat pada diagram kartesius yang ditunjukkan pada gambar 3.1 sebagai berikut:

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Sumber : Supranto, 2002

Dengan memasukkan hasil perhitungan semua atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ke dalam diagram kartesius, maka dapat dijelaskan peringkat masing-masing atribut menurut kepentingan pelanggan (*customer's importance*) dan kinerja perusahaan (*company performance*) serta identifikasi tindakan apa yang diperlukan oleh perusahaan. Penjelasan tentang masing-masing kuadran adalah sebagai berikut :

Kuadran A : Kuadran ini menunjukkan atribut variabel yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak manajemen perusahaan dan tingkat kinerja (*performance*) di bawah rata-rata sehingga kurang memuaskan pelanggan.

Kuadran B : Kuadran ini menunjukkan atribut variabel yang dianggap penting oleh pelanggan (di atas rata-rata) dan dilaksanakan oleh manajemen perusahaan dengan baik sehingga *performance* atau kinerja di atas rata-rata sehingga pelanggan menjadi puas.

Kuadran C : Kuadran ini menunjukkan atribut variabel yang dilakukan secara biasa / wajar, kurang diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan dan dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan.

Kuadran D : Kuadran ini menunjukkan atribut variabel yang tidak terlalu penting oleh pelanggan yang dilaksanakan sangat baik oleh manajemen perusahaan sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan.

BAB IV

ANALISIS DATA

Dalam Bab IV ini disajikan hasil pengolahan data penelitian yang diperoleh melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden pelanggan gas PT PERTAMINA EP Region Jawa. Hasil pengolahan data yang disajikan meliputi data tentang harapan pelanggan dan kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa yang berkaitan dengan kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price*.

4.1 Harapan Pelanggan atas Atribut Variabel Penelitian

4.1.1 Harapan atas Kualitas Produk

4.1.1.1 Kontinuitas *Supply Gas*

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyatakan untuk selalu melakukan *supply gas* ke pelanggan secara terus menerus sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kontinuitas *supply gas* yang disalurkan disajikan dalam Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4
Harapan Pelanggan atas Kontinuitas *Supply Gas*

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	3	9
Penting	4	19	76
Sangat Penting	5	10	50
Jumlah		32	135

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.4 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa kontinuitas *supply gas* yang disalurkan sesuai dengan kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan merupakan hal yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan kontinuitas *supply gas* yang disalurkan yang sesuai dengan kontrak merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan dan akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.1.2 Tekanan Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan bahwa tekanan gas yang disalurkan harus sesuai dengan kesepakatan yang tertera dalam kontrak yang telah disepakati oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa dan pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kesesuaian tekanan gas yang disalurkan dengan kontrak disajikan dalam Tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5
Harapan Pelanggan atas Tekanan gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	1	2
Cukup Penting	3	5	15
Penting	4	14	56
Sangat Penting	5	12	60
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.5 di atas, sebagian besar responden menyatakan bahwa kesesuaian antara tekanan gas yang disalurkan dengan tekanan gas dalam kontrak merupakan hal yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan tekanan gas yang sesuai dengan kontrak akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.1.3 Komposisi Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan bahwa komposisi gas yang disalurkan harus sesuai dengan kesepakatan yang tertera dalam kontrak yang telah disepakati oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa dan pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kesesuaian komposisi gas yang disalurkan dengan kontrak disajikan dalam Tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 4.6
Harapan Pelanggan atas Komposisi Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	3	6
Cukup Penting	3	4	12
Penting	4	13	52
Sangat Penting	5	12	60
Jumlah		32	130

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.6 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa kesesuaian antara komposisi gas yang disalurkan dengan komposisi gas dalam kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan merupakan hal yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan komposisi gas yang sesuai dengan kontrak merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan dan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.1.4 Ketepatan Jumlah Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan harus tepat jumlahnya sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kesesuaian jumlah gas yang disalurkan dengan kontrak disajikan dalam Tabel 4.7 berikut ini.

Tabel 4.7
Harapan Pelanggan atas Ketepatan Jumlah Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	4	12
Penting	4	18	72
Sangat Penting	5	10	50
Jumlah		32	134

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.7 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa ketepatan jumlah gas yang disalurkan sesuai dengan kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan merupakan hal yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan jumlah gas yang disalurkan yang sesuai dengan kontrak merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan dan akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.1.5 *Spesivic Gravity (SG) Gas*

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan harus memiliki *spesivic gravity (SG)* gas pada nilai tertentu yang disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kesesuaian *spesivic gravity (SG)* gas yang disalurkan dengan kontrak disajikan dalam Tabel 4.8 berikut ini.

Tabel 4.8
Harapan Pelanggan atas Spesivic Gravity (SG) Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	1	2
Cukup Penting	3	6	18
Penting	4	14	56
Sangat Penting	5	11	55
Jumlah		32	131

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.8 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa kesesuaian antara *spesivic gravity* (SG) gas yang disalurkan dengan ketentuan *spesivic gravity* (SG) gas dalam kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan merupakan hal yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan *spesivic gravity* (SG) gas yang sesuai dengan kontrak merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan dan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.1.6 Impurities/Kandungan Pengotor

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan suatu kebijakan yang menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan harus dapat memenuhi standar *impurities/kandungan pengotor* (CO₂, H₂S, dll) sesuai kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas *impurities/kandungan pengotor* (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang disalurkan disajikan dalam Tabel 4.9 berikut ini.

Tabel 4.9
Harapan Pelanggan atas *Impurities*

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	4	8
Cukup Penting	3	2	6
Penting	4	10	40
Sangat Penting	5	16	80
Jumlah		32	134

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.9 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa kesesuaian antara *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang disalurkan dengan *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang terdapat dalam kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan merupakan hal yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang disalurkan yang sesuai dengan kontrak merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan dan akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.1.7 *Gross Heating Value* (GHV)

PT PERTAMINA EP Region Jawa senantiasa berusaha agar produk gas yang disalurkan pada pelanggan memiliki *Gross Heating Value* (GHV) pada nilai tertentu. Nilai tertentu dari *Gross Heating Value* (GHV) selalu diupayakan agar sesuai dengan kesepakatan kontrak. Kesesuaian *Gross Heating Value* (GHV)

dengan kontrak yang telah disepakati dengan pelanggan dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas *Gross Heating Value* (GHV) disajikan dalam Tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10
Harapan Pelanggan atas *Gross Heating Value* (GHV)

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	2	2
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	3	9
Penting	4	14	56
Sangat Penting	5	13	65
Jumlah		32	132

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.10 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa kesesuaian *Gross Heating Value* (GHV) yang disalurkan dengan ketentuan *Gross Heating Value* (GHV) dalam kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan merupakan hal yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan *Gross Heating Value* (GHV) yang sesuai dengan kontrak akan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.2 Harapan atas *Perceived Service Quality*

4.1.2.1 Media Untuk Menyampaikan Saran/Komplain

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyediakan media untuk menyampaikan saran/komplain yang mudah diakses/digunakan oleh semua

pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas media untuk menyampaikan saran/komplain disajikan dalam Tabel 4.11 berikut ini.

Tabel 4.11
Harapan Pelanggan atas Media Untuk Menyampaikan Saran/Komplain

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	5	15
Penting	4	17	68
Sangat Penting	5	10	50
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.11 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa adanya media yang mudah diakses untuk menyampaikan saran/komplain merupakan hal yang penting. Oleh karena itu PT PERTAMINA EP Region Jawa harus senantiasa berupaya untuk menyediakan media yang mudah diakses untuk meyampaikan saran/ komplain karena akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.1.2.2 Respon terhadap Saran/komplain

PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu berupaya untuk memberikan respon dengan segera terhadap saran/komplain dari pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas respon PT PERTAMINA EP Region Jawa atas saran/komplain dari pelanggan disajikan dalam Tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4.12
Harapan Pelanggan atas Respon terhadap Saran/komplain

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	1	2
Cukup Penting	3	4	12
Penting	4	15	60
Sangat Penting	5	12	60
Jumlah		32	134

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.12 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa respon yang cepat dari PT PERTAMINA EP Region Jawa atas saran / komplain dari pelanggan merupakan hal yang penting dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas sehingga berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

4.1.2.3 Temu Pelanggan

PT PERTAMINA EP Region Jawa melaksanakan temu pelanggan setiap bulan agar terjadi hubungan yang baik dengan pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai tingkat harapan pelanggan atas kegiatan temu pelanggan yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa disajikan dalam Tabel 4.13 berikut ini.

Tabel 4.13
Harapan Pelanggan atas Kegiatan Temu Pelanggan

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	5	15
Penting	4	19	76
Sangat Penting	5	8	40
Jumlah		32	131

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa kegiatan temu pelanggan yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa oleh responden dianggap sebagai suatu hal yang penting sehingga pelaksanaan temu pelanggan yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.1.2.4 Alat-Alat Ukur Penyaluran Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu menggunakan alat-alat ukur penyaluran yang baik agar tidak merugikan kedua belah pihak. Hasil pengolahan data mengenai pentingnya menggunakan alat-alat ukur penyaluran yang baik disajikan dalam Tabel 4.14 berikut ini.

Tabel 4.14
Harapan Pelanggan atas Alat-Alat Ukur Penyaluran Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	8	24
Penting	4	11	44
Sangat Penting	5	13	65
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.14 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa kondisi yang baik dari alat ukur penyaluran gas merupakan hal yang penting dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan karena menjamin ketepatan jumlah gas yang disalurkan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan.

4.1.2.5 Informasi Adanya Perubahan Terkait Produk

PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu berusaha untuk menginformasikan adanya perubahan yang terkait produk dengan segera kepada pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas pemberian informasi oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa kepada pelanggan terkait adanya perubahan produk disajikan dalam Tabel 4.15 berikut ini.

Tabel 4.15

Harapan Pelanggan atas Informasi Adanya Perubahan Terkait Produk

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	5	15
Penting	4	17	68
Sangat Penting	5	10	50
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa informasi mengenai adanya perubahan yang terkait dengan produk yang disampaikan dengan segera kepada pelanggan merupakan suatu hal yang penting sehingga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.1.2.6 Fasilitas Penyaluran Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa berusaha untuk senantiasa melaksanakan pemeliharaan rutin terhadap fasilitas/sarana penyaluran gas agar proses penyaluran gas dapat memenuhi harapan/kontrak. Hasil pengolahan data mengenai fasilitas penyaluran gas PT PERTAMINA EP Region Jawa disajikan dalam Tabel 4.16 berikut ini.

Tabel 4.16
Harapan Pelanggan atas Fasilitas Penyaluran Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	2	6
Penting	4	22	88
Sangat Penting	5	8	40
Jumlah		32	134

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.16 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa kondisi yang baik dari fasilitas penyaluran gas merupakan hal yang penting yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

4.1.2.7 Kaidah *Health, Safety and Environment* (HSE)

PT PERTAMINA EP Region Jawa senantiasa berupaya agar *Health, Safety and Environment* (HSE) dapat dijalankan dengan baik. Hasil pengolahan data mengenai tingkat harapan pelanggan atas pentingnya pelaksanaan *Health, Safety and Environment* (HSE) yang baik disajikan dalam Tabel 4.17 berikut ini.

Tabel 4.17
Harapan Pelanggan atas Kaidah *Health, Safety and Environment* (HSE)

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	7	21
Penting	4	16	64
Sangat Penting	5	9	45
Jumlah		32	130

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.17 diatas menunjukkan bahwa pelanggan menganggap pelaksanaan *Health, Safety and Environment* (HSE) dengan baik oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa merupakan hal yang penting yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

4.1.3 *Perceived Price*

4.1.3.1 Harga Jual Gas Disesuaikan Dengan Kuota Gas Yang Dikirim

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan harga jual gas ke pelanggan berbeda-beda tergantung/disesuaikan dengan jumlah/kuota gas yang dikirim ke pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kesesuaian harga jual gas dengan kuota yang dikirim disajikan dalam Tabel 4.18 di bawah ini.

Tabel 4.18
Harapan Pelanggan atas Kesesuaian Harga Jual Gas Dengan Kuota Gas
Yang Dikirim

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	1	3
Penting	4	22	88
Sangat Penting	5	9	45
Jumlah		32	136

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga jual gas dengan kuota gas yang dikirim merupakan hal yang penting bagi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan harapan pelanggan atas kesesuaian harga jual gas dengan jumlah gas yang dikirim akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

4.1.3.2 Harga Jual Gas Disesuaikan dengan Titik Serah Gas

Harga jual gas yang ditetapkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa disesuaikan dengan titik penyerahan gas kepada pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kesesuaian harga jual gas dengan titik serah gas disajikan dalam Tabel 4.19 di bawah ini.

Tabel 4.19

Harapan Pelanggan atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan Titik Serah

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0
Cukup Penting	3	3	9
Penting	4	20	80
Sangat Penting	5	9	45
Jumlah		32	134

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.19 di atas menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga jual gas dengan titik penyerahan gas merupakan hal yang penting bagi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan harapan pelanggan atas kesesuaian harga jual gas dengan titik penyerahan gas akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

4.1.3.3 Harga Jual Gas Disesuaikan dengan Spesifikasi/Jenis Gas

Harga jual gas yang ditetapkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan disesuaikan dengan spesifikasi/jenis gas yang diinginkan pelanggan misalnya dalam hal kandungan/komposisi gas dan pengotor gas/impurities. Hasil pengolahan data mengenai harapan pelanggan atas kesesuaian harga jual gas dengan spesifikasi gas disajikan dalam Tabel 4.20 di bawah ini.

Tabel 4.20
Harapan Pelanggan atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan
Spesifikasi/Jenis Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Penting	1	1	1
Tidak Penting	2	1	2
Cukup Penting	3	1	3
Penting	4	15	60
Sangat Penting	5	14	70
Jumlah		32	136

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.20 diatas menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga jual gas dengan spesifikasi gas yang dikirim merupakan hal yang penting bagi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan harapan pelanggan atas kesesuaian harga jual gas dengan spesifikasi gas yang dikirim akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

4.2 Penilaian Pelanggan atas Kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa

4.2.1 Kinerja Kualitas Produk

4.2.1.1 Kontinuitas *Supply* Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyatakan untuk selalu melakukan *supply* gas ke pelanggan secara kontinu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai kinerja kontinuitas *supply* gas yang disalurkan disajikan dalam Tabel 4.21 berikut ini.

Tabel 4.21
Kinerja Kontinuitas *Supply* Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Tidak Baik	2	3	6
Cukup Baik	3	0	0
Baik	4	14	56
Sangat Baik	5	14	70
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.21 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa *kontinuitas supply* gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa kepada pelanggan telah sesuai dengan kontrak yang telah disepakati.

4.2.1.2 Tekanan Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyatakan untuk selalu memenuhi tekanan gas yang disalurkan harus sesuai dengan kesepakatan yang tertera dalam kontrak yang telah disepakati oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa dan pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai tanggapan pelanggan atas kesesuaian tekanan gas yang disalurkan dengan kontrak disajikan dalam Tabel 4.22 berikut ini.

Tabel 4.22
Kinerja atas Tekanan gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	0	0
Cukup Baik	3	3	9
Baik	4	22	88
Sangat Baik	5	7	35
Jumlah		32	132

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.22 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan tekanan gas yang disalurkan telah sesuai dengan tekanan gas yang disepakati dalam kontrak antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan.

4.2.1.3 Komposisi Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan harus memiliki komposisi/kandungan gas pada nilai tertentu yang sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai tanggapan pelanggan atas kinerja komposisi gas disajikan dalam Tabel 4.23 berikut ini.

Tabel 4.23
Kinerja atas Komposisi Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	1	2
Cukup Baik	3	4	12
Baik	4	19	76
Sangat Baik	5	8	40
Jumlah		32	130

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.23 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa komposisi gas yang disalurkan PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan telah sesuai dengan kontrak yang disepakati.

4.2.1.4 Ketepatan Jumlah Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyatakan bahwa produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan harus tepat jumlahnya sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai tanggapan pelanggan atas kesesuaian jumlah gas yang disalurkan dengan kontrak disajikan dalam Tabel 4.24 berikut ini.

Tabel 4.24
Kinerja atas Ketepatan Jumlah Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	0	0
Cukup Baik	3	5	15
Baik	4	17	68
Sangat Baik	5	10	50
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.24 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa jumlah gas yang disalurkan telah sesuai dengan jumlah gas dalam kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan.

4.2.1.5 *Spesivic Gravity* (SG)

PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu mengupayakan produk gas yang disalurkan ke pelanggan harus memiliki *spesivic gravity* (SG) gas pada nilai tertentu yang disesuaikan dengan kesepakatan dalam kontrak. Hasil pengolahan data mengenai tanggapan pelanggan atas kesesuaian *spesivic gravity* (SG) gas yang disalurkan dengan kontrak disajikan dalam Tabel 4.25 berikut ini.

Tabel 4.25
Kinerja atas *Spesivic Gravity* (SG)

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	0	0
Cukup Baik	3	8	24
Baik	4	18	72
Sangat Baik	5	6	30
Jumlah		32	126

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.25 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan *spesivic gravity* (SG) gas yang disalurkan telah sesuai dengan *spesivic gravity* (SG) gas dalam kontrak yang telah disepakati antara PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan.

4.2.1.6 *Impurities*/Kandungan Pengotor

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyatakan bahwa produk gas PT PERTAMINA EP Region Jawa yang disalurkan ke pelanggan dapat memenuhi standar *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) yang telah ditetapkan dalam kontrak. Hasil pengolahan data terhadap kinerja *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang disalurkan disajikan dalam Tabel 4.26 berikut ini.

Tabel 4.26
Kinerja atas *Impurities*

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	0	0
Cukup Baik	3	6	18
Baik	4	15	60
Sangat Baik	5	11	55
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.26 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang disalurkan sudah baik. Artinya, *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang disalurkan telah sesuai dengan *impurities*/kandungan pengotor (CO₂, H₂S, dll) dalam gas yang terdapat dalam kontrak yang disepakati oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa dengan pelanggan.

4.2.1.7 Gross Heating Value (GHV)

Nilai tertentu dari *Gross Heating Value* (GHV) selalu diupayakan agar sesuai dengan kesepakatan kontrak. Hasil pengolahan data mengenai tanggapan responden atas kualitas *Gross Heating Value* (GHV) dari produk PT PERTAMINA EP Region Jawa disajikan dalam Tabel 4.27 berikut ini.

Tabel 4.27
Kinerja atas *Gross Heating Value* (GHV)

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	1	2
Cukup Baik	3	4	12
Baik	4	18	72
Sangat Baik	5	9	45
Jumlah		32	131

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.27 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa *Gross Heating Value* (GHV) dari produk yang dihasilkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah dapat memenuhi kesepakatan yang ada dalam kontrak.

4.2.2 Kinerja *Perceived Service Quality*

4.2.2.1 Media Untuk Menyampaikan Saran/Komplain

PT PERTAMINA EP Region Jawa menyediakan media untuk menyampaikan saran/komplain yang mudah diakses/digunakan oleh semua pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai kinerja media untuk menyampaikan saran/komplain disajikan dalam Tabel 4.28 berikut ini.

Tabel 4.28

Kinerja atas Media Untuk Menyampaikan Saran/Komplain

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	4	4
Tidak Baik	2	4	8
Cukup Baik	3	2	6
Baik	4	3	12
Sangat Baik	5	19	95
Jumlah		32	125

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.28 di atas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa media yang disediakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa untuk menyampaikan saran/komplain dari pelanggan telah dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan.

4.2.2.2 Respon terhadap Saran/komplain

PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu berupaya untuk memberikan respon terhadap saran/komplain dari pelanggan dengan segera. Hasil pengolahan data mengenai kinerja respon PT PERTAMINA EP Region Jawa atas saran/komplain dari pelanggan disajikan dalam Tabel 4.29 berikut ini.

Tabel 4.29
Kinerja atas Respon terhadap Saran/komplain

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	3	3
Tidak Baik	2	6	12
Cukup Baik	3	0	0
Baik	4	15	60
Sangat Baik	5	8	40
Jumlah		32	115

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.29 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa PT PERTAMINA EP Region Jawa telah memberikan respon atas saran / komplain yang diajukan oleh pelanggan dengan baik.

4.2.2.3 Temu Pelanggan

PT PERTAMINA EP Region Jawa melaksanakan temu pelanggan setiap bulan agar terjadi hubungan yang baik dengan pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai kinerja kegiatan temu pelanggan yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa disajikan dalam Tabel 4.30 berikut ini.

Tabel 4.30
Kinerja atas Temu Pelanggan

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Tidak Baik	2	4	8
Cukup Baik	3	5	15
Baik	4	11	44
Sangat Baik	5	11	55
Jumlah		32	123

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.30 di atas menunjukkan bahwa kegiatan temu pelanggan yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa mampu menjadi sarana untuk menjalin hubungan yang baik antara pelanggan dengan PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.2.2.4 Alat-Alat Ukur Penyaluran Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu menggunakan alat-alat ukur penyaluran yang baik agar tidak merugikan kedua belah pihak.. Hasil pengolahan data mengenai kinerja alat-alat ukur penyaluran gas disajikan dalam Tabel 4.31 berikut ini.

Tabel 4.31
Kinerja atas Alat-Alat Ukur Penyaluran Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	1	1
Tidak Baik	2	5	10
Cukup Baik	3	5	15
Baik	4	11	44
Sangat Baik	5	10	50
Jumlah		32	120

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.31 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa alat ukur penyaluran gas PT PERTAMINA EP Region Jawa berada dalam kondisi yang baik.

4.2.2.5 Informasi Adanya Perubahan Terkait Produk

PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu berusaha untuk menginformasikan adanya perubahan yang terkait produk dengan segera kepada pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai kinerja pemberian informasi oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa kepada pelanggan terkait adanya perubahan produk disajikan dalam Tabel 4.32 berikut ini.

Tabel 4.32

Kinerja atas Informasi Adanya Perubahan Terkait Produk

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	0	0
Cukup Baik	3	9	27
Baik	4	9	36
Sangat Baik	5	14	70
Jumlah		32	133

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.32 diatas menunjukkan bahwa kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa untuk dengan segera memberikan informasi kepada pelanggan terkait adanya perubahan produk sudah baik. Artinya PT PERTAMINA EP Region Jawa selalu memberikan informasi dengan cepat kepada pelanggan berkaitan dengan adanya perubahan produk.

4.2.2.6 Fasilitas Penyaluran Gas

PT PERTAMINA EP Region Jawa berusaha untuk senantiasa melaksanakan pemeliharaan rutin terhadap fasilitas/sarana penyaluran gas agar proses penyaluran gas dapat memenuhi harapan/kontrak. Hasil pengolahan data mengenai kinerja fasilitas penyaluran gas PT PERTAMINA EP Region Jawa disajikan dalam Tabel 4.33 berikut ini.

Tabel 4.33
Kinerja atas Fasilitas Penyaluran Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	1	2
Cukup Baik	3	10	30
Baik	4	16	64
Sangat Baik	5	5	25
Jumlah		32	121

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.33 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan bahwa fasilitas penyaluran gas yang dimiliki oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa berada dalam kondisi yang baik.

4.2.2.7 Kaidah *Health, Safety and Environment* (HSE)

PT PERTAMINA EP Region Jawa senantiasa berupaya agar *Health, Safety and Environment* (HSE) dapat dijalankan dengan baik. Hasil pengolahan data mengenai kinerja pelaksanaan *Health, Safety and Environment* (HSE) yang baik disajikan dalam Tabel 4.34 berikut ini.

Tabel 4.34

Kinerja atas Kaidah *Health, Safety and Environment* (HSE)

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	1	2
Cukup Baik	3	8	24
Baik	4	19	76
Sangat Baik	5	4	20
Jumlah		32	122

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.34 diatas menunjukkan bahwa *Health, Safety and Environment* (HSE) dapat dilaksanakan dengan baik oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa.

4.2.3 *Perceived Price*

4.2.3.1 Harga Jual Gas Disesuaikan Dengan Kuota Gas Yang Dikirim

PT PERTAMINA EP Region Jawa menetapkan harga jual gas ke pelanggan berbeda-beda, tergantung/disesuaikan dengan jumlah/kuota gas yang dikirim ke pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai kinerja kesesuaian harga jual gas dengan kuota yang dikirim disajikan dalam Tabel 4.35 di bawah ini.

Tabel 4.35

Kinerja atas Kesesuaian Harga Jual Gas Dengan Kuota Gas Yang Dikirim

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	3	3
Tidak Baik	2	3	6
Cukup Baik	3	3	9
Baik	4	12	48
Sangat Baik	5	11	55
Jumlah		32	121

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.35 diatas menunjukkan bahwa harga jual gas yang ditetapkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah sesuai dengan kuota gas yang dikirim ke pelanggan.

4.2.3.2 Harga Jual Gas Disesuaikan dengan Titik Serah Gas

Harga jual gas yang ditetapkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa disesuaikan dengan titik penyerahan gas kepada pelanggan. Hasil pengolahan data mengenai kinerja kesesuaian harga jual gas dengan titik serah gas disajikan dalam Tabel 4.36 di bawah ini.

Tabel 4.36

Kinerja atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan Titik Serah Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	2	4
Cukup Baik	3	4	12
Baik	4	14	56
Sangat Baik	5	12	60
Jumlah		32	132

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.36 diatas menunjukkan bahwa harga jual gas yang ditetapkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah sesuai dengan titik serah gas yang dikirim ke pelanggan.

4.2.3.3 Harga Jual Gas Disesuaikan dengan Spesifikasi/Jenis Gas

Harga jual gas yang ditetapkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan disesuaikan dengan spesifikasi/jenis gas yang diinginkan pelanggan misal : kandungan/komposisi gas dan pengotor gas/impurities. Hasil pengolahan data mengenai kinerja kesesuaian harga jual gas dengan spesifikasi gas disajikan dalam Tabel 4.37 di bawah ini.

Tabel 4.37

Kinerja atas Kesesuaian Harga Jual Gas dengan Spesifikasi/Jenis Gas

Kategori Jawaban	Skor (S)	Frekuensi (F)	F x S
Sangat Tidak Baik	1	0	0
Tidak Baik	2	0	0
Cukup Baik	3	6	18
Baik	4	19	76
Sangat Baik	5	7	35
Jumlah		32	129

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.37 diatas menunjukkan bahwa harga jual gas yang ditetapkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah sesuai dengan spesifikasi gas yang harus dikirim ke pelanggan.

4.3 Analisis Tingkat Kesesuaian antara Harapan Pelanggan dengan Kinerja Perusahaan

Berdasarkan data harapan pelanggan dan kinerja perusahaan maka langkah analisis selanjutnya adalah melakukan perhitungan terhadap tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan, sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan. Perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$TKi = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

TKi = Tingkat kesesuaian

X_i = Skor penilaian kinerja (*performance*) PT PERTAMINA EP
Region Jawa

Y_i = Skor kepentingan pelanggan

Berikut ini akan disajikan perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan pada masing-masing indikator.

4.3.1 Variabel Kualitas Produk

4.3.1.1 Kontinuitas Supply Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kontinuitas supply gas seperti dalam kesepakatan kontrak disajikan di bawah ini.

$$X_1 = 133$$

$$Y_1 = 135$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{133}{135} \times 100\% \\ &= 98.52\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kontinuitas *supply* gas yang sesuai dengan kesepakatan kontrak adalah sebesar 98.52%. Hal ini menunjukkan bahwa kontinuitas *supply* gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa hampir mendekati harapan pelanggan.

4.3.1.2 Tekanan Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kesesuaian tekanan gas dengan kesepakatan kontrak disajikan di bawah ini.

$$X_2 = 132$$

$$Y_2 = 133$$

$$T_{ki} = \frac{132}{133} \times 100\%$$

$$= 99.25 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian tekanan gas dengan kesepakatan kontrak adalah sebesar 99.25%. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan gas yang dihasilkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah hampir mendekati harapan pelanggan.

4.3.1.3 Komposisi Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kesesuaian komposisi gas dengan kesepakatan kontrak disajikan di bawah ini.

$$X_3 = 130$$

$$Y_3 = 130$$

$$T_{ki} = \frac{130}{130} \times 100\%$$

$$= 100 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas komposisi gas yang sesuai dengan kesepakatan kontrak adalah sebesar 100%. Hal ini menunjukkan bahwa komposisi gas yang dihasilkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah sesuai dengan harapan pelanggan.

4.3.1.4 Ketepatan Jumlah Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas ketepatan jumlah gas dengan kesepakatan kontrak disajikan di bawah ini.

$$X_4 = 133$$

$$Y_4 = 134$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{133}{134} \times 100\% \\ &= 99.25\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian atas harapan dan kinerja perusahaan dalam ketepatan jumlah gas yang sesuai dengan kesepakatan kontrak adalah sebesar 99.25%. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan jumlah gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa hampir mendekati harapan pelanggan.

4.3.1.5 *Spesivic Gravity* (SG)

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas *Spesivic Gravity* (SG) yang sesuai dengan kesepakatan kontrak disajikan di bawah ini.

$$X_5 = 126$$

$$Y_5 = 131$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{126}{131} \times 100\% \\ &= 96.18\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas *Spesivic Gravity* (SG) yang sesuai dengan kesepakatan kontrak adalah sebesar 96.18 %. Hal ini menunjukkan bahwa *Spesivic Gravity* (SG) dalam produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa hampir mendekati harapan pelanggan.

4.3.1.6 Impurities/Kandungan Pengotor

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas *impurities/kandungan pengotor* dengan kesepakatan kontrak disajikan di bawah ini.

$$X_6 = 133$$

$$Y_6 = 134$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{133}{134} \times 100\% \\ &= 99.25\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian *impurities/kandungan pengotor* dalam gas dengan kesepakatan kontrak adalah sebesar 99.25%. Hal ini menunjukkan bahwa *impurities/kandungan pengotor* dalam gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa hampir mendekati harapan pelanggan.

4.3.1.7 Gross Heating Value (GHV)

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kesesuaian *Gross Heating Value* (GHV) dengan kesepakatan kontrak disajikan di bawah ini.

$$X_7 = 131$$

$$Y_i = 132$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{131}{132} \times 100\% \\ &= 99.25\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penyaluran gas dengan nilai *Gross Heating Value* (GHV) sesuai dengan kesepakatan kontrak adalah sebesar 99.25%. Hal ini menunjukkan bahwa *Gross Heating Value* (GHV) produk gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah hampir mendekati harapan pelanggan.

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja masing-masing indikator pengukur variabel kualitas produk maka dapat ditentukan pula rata-rata tingkat kesesuaian untuk variabel kualitas produk, yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} &= \frac{(98.52 + 99.25 + 100 + 99.25 + 96.18 + 99.25 + 99.25)\%}{7} \\ &= 99.81\% \end{aligned}$$

4.3.2 *Perceived Service Quality*

Variabel *perceived service quality* diukur dengan menggunakan tujuh indikator. Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja perusahaan atas indikator-indikator *perceived service quality* diuraikan di bawah ini.

4.3.2.1 Media Untuk Menyampaikan Saran/Komplain

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa atas media yang disediakan untuk menyampaikan saran/komplain adalah sebagai berikut :

$$X_8 = 125$$

$$Y_8 = 133$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{125}{133} \times 100\% \\ &= 93.98\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja media penyampaian saran/komplain yang mudah diakses adalah sebesar 93.98%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemudahan untuk mengakses media penyampaian saran/komplain yang disediakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa hampir mendekati harapan pelanggan.

4.3.2.2 Respon Saran/Komplain

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa atas respon terhadap saran/komplain yang disampaikan oleh pelanggan adalah sebagai berikut :

$$X_9 = 115$$

$$Y_9 = 134$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{115}{134} \times 100\% \\ &= 85.82\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa untuk merespon saran/komplain dengan cepat adalah sebesar 85.82%. Hal ini menunjukkan bahwa respon PT PERTAMINA EP Region Jawa atas saran/komplain yang diajukan oleh pelanggan masih harus ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

4.3.2.3 Temu Pelanggan

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja kegiatan temu pelanggan yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebagai berikut :

$$X_{10} = 123$$

$$Y_{10} = 131$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{123}{131} \times 100\% \\ &= 93.89\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja kegiatan temu pelanggan yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebesar 93.89 %. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan temu pelanggan yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa untuk menjalin hubungan dengan pelanggannya dapat dikatakan hampir memenuhi harapan pelanggan.

4.3.2.4 Alat Ukur Penyaluran Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja alat ukur penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebagai berikut :

$$X_{11} = 120$$

$$Y_{11} = 133$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{120}{133} \times 100\% \\ &= 90.22\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja alat-alat ukur penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebesar 90.22%. Hal ini menunjukkan bahwa alat-alat ukur penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa dalam kondisi baik sehingga hampir dapat memenuhi harapan pelanggan.

4.3.2.5 Informasi Perubahan Produk

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penyampaian informasi terkait perubahan produk yang dilakukan PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebagai berikut :

$$X_{12} = 133$$

$$Y_{12} = 133$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{133}{133} \times 100\% \\ &= 100\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penyampaian informasi terkait perubahan produk yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebesar 100%. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi secara cepat terkait perubahan produk yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa telah dapat memenuhi harapan pelanggan.

4.3.2.6 Fasilitas Penyaluran Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja fasilitas penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebagai berikut :

$$X_{13} = 121$$

$$Y_{13} = 134$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{121}{134} \times 100\% \\ &= 90.29\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja fasilitas penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebesar 90.29 %. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa dalam kondisi baik sehingga hampir dapat memenuhi harapan pelanggan.

4.3.2.7 Kaidah *Health, Safety and Environment* (HSE)

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja pelaksanaan kaidah *Health, Safety, and Environment* (HSE) yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebagai berikut :

$$X_{14} = 122$$

$$Y_{14} = 130$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{122}{130} \times 100\% \\ &= 93.85\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja pelaksanaan kaidah *Health, Safety, and Environment* (HSE) yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebesar 93.85%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kaidah *Health, Safety, and Environment* (HSE) telah dapat dilakukan dengan baik oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa sehingga dapat dikatakan hampir memenuhi harapan pelanggan.

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja masing-masing indikator pengukur variabel *perceived service quality* maka dapat ditentukan pula rata-rata tingkat kesesuaian untuk variabel *perceived service quality*, yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} &= \frac{(93.98 + 85.82 + 93.89 + 90.22 + 100 + 90.29 + 93.85)\%}{7} \\ &= 92.58\% \end{aligned}$$

4.3.3 *Perceived Price*

Variabel *perceived price* diukur dengan menggunakan tiga indikator. Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja masing-masing indikator diuraikan secara lengkap di bawah ini.

4.3.3.1 Harga Jual Gas Disesuaikan Dengan Kuota Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penetapan harga jual gas berdasarkan kuota gas yang dikirim oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa kepada pelanggan adalah sebagai berikut :

$$X_{15} = 121$$

$$Y_{15} = 136$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{121}{136} \times 100\% \\ &= 88.97\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penetapan harga jual gas berdasarkan kuota gas yang dikirim oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa adalah sebesar 88.97%. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual gas yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa berdasarkan jumlah gas yang disalurkan belum secara optimal memenuhi harapan pelanggan.

4.3.3.2 Harga Jual Gas Disesuaikan Titik Serah Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penetapan harga jual gas berdasarkan titik serah gas kepada pelanggan adalah sebagai berikut:

$$X_{16} = 132$$

$$Y_{16} = 134$$

$$\begin{aligned} T_{ki} &= \frac{132}{134} \times 100\% \\ &= 98.51\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penetapan harga jual gas berdasarkan titik serah gas kepada pelanggan adalah sebesar 98.51%. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual gas yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa berdasarkan titik serah gas kepada pelanggan dapat dikatakan hampir memenuhi harapan pelanggan.

4.3.3.3 Harga Jual Gas Disesuaikan Spesifikasi/Jenis Gas

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penetapan harga jual gas berdasarkan spesifikasi/jenis gas adalah sebagai berikut:

$$X_{17} = 129$$

$$Y_{17} = 136$$

$$T_{ki} = \frac{129}{136} \times 100\%$$
$$= 94.85 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja penetapan harga jual gas berdasarkan spesifikasi/jenis gas adalah sebesar 94.85%. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual gas yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa berdasarkan spesifikasi/jenis gas dapat dikatakan hampir memenuhi harapan pelanggan.

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja masing-masing indikator pengukur variabel *perceived price* maka dapat ditentukan pula rata-rata tingkat kesesuaian untuk variabel *perceived price*, yaitu sebagai berikut :

$$= \frac{(88.97 + 98.51 + 94.85)\%}{3}$$

$$= 94.11\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat harapan pelanggan dan kinerja PT PERTAMINA EP Region Jawa terhadap 17 indikator maka dapat disajikan tingkat kesesuaian untuk ketiga variabel penelitian yang disajikan dalam Tabel 4.38.

Tabel 4.38
Rekapitulasi Perhitungan Tingkat Kesesuaian untuk Ketiga Variabel
Penelitian

No.	Indikator Variabel	Skor Kinerja	Skor Harapan	T _{ki} (%)
Kualitas Produk				
1.	Kontinuitas <i>supply</i> gas	133	135	98.52
2.	Tekanan gas	132	133	99.25
3.	Komposisi gas	130	130	100.00
4.	Ketepatan jumlah gas	133	134	99.25
5.	<i>Spesivic Gravity</i> (SG) gas	126	131	96.18
6.	<i>Impurities</i> /kandungan pengotor	133	134	99.25
7.	<i>Heating Value</i> (GHV) produk gas	131	132	99.25
	Rata-Rata			99.81
<i>Perceived Service Quality</i>				
1.	Media penyampaian saran/komplain	125	133	93.98
2.	Respon terhadap saran/komplain	115	134	85.82
3.	Temu pelanggan gas	123	131	93.89
4.	Alat-alat ukur penyaluran gas	120	133	90.22
5.	Informasi perubahan terkait produk	133	133	100.00
6.	Fasilitas penyaluran gas	121	134	90.29
7.	<i>Health, Safety and Environment</i> (HSE)	122	130	93.85
	Rata-Rata			92.58
<i>Perceived Price</i>				
1.	Harga jual gas sesuai kuota	121	136	88.97
2.	Harga jual gas sesuai titik serah gas	132	134	98.51
3.	Harga jual gas sesuai spesifikasi/jenis gas	129	136	94.85
	Rata-Rata			94.11

Dari Tabel 4.38 diatas dapat diuraikan nilai rata-rata tingkat kesesuaian dari masing-masing indikator, sebagai berikut :

a. Variabel Kualitas Produk

Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk variabel kualitas produk adalah 99.81%. Nilai terendah pada variabel ini terletak pada indikator *Spesivic Gravity* (SG) gas yang disalurkan ke pelanggan sedangkan nilai tertinggi terletak pada indikator kesesuaian komposisi gas dengan kontrak yang telah disepakati.

b. Variabel *Perceived Service Quality*

Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk variabel *perceived service quality* adalah 92.58%. Nilai terendah pada variabel ini terletak pada indikator respon terhadap saran/komplain dari pelanggan sedangkan nilai tertinggi terletak pada indikator penyampaian informasi pada pelanggan terkait adanya perubahan produk.

c. Variabel *Perceived Price*

Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk variabel *perceived price* adalah 94.11%. Nilai terendah pada variabel ini terletak pada indikator kesesuaian harga jual gas dengan kuota gas yang disalurkan sedangkan nilai tertinggi terletak pada indikator kesesuaian harga jual gas dengan titik serah gas.

4.4 *Importance Performance Analysis*

Setelah melalui perhitungan tingkat harapan dan tingkat kinerja perusahaan, maka selanjutnya akan dijelaskan mengenai perhitungan rata-rata dari

rata-rata tingkat kepentingan (harapan) dengan penilaian pelaksanaan (kinerja) dari indikator-indikator variabel kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari rata-rata nilai pelaksanaan/kinerja (\bar{X}) yang dilaksanakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa. Untuk keperluan tersebut maka dilakukan pengkategorian sebagai berikut :

- a. Kelas tertinggi = 5
- Kelas terendah = 1
- b. Lebar interval = $\frac{\text{Jarak Pengukuran}}{\text{Jumlah Interval}}$
- = $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Interval}}$
- = $\frac{5-1}{5} = 0.80$
- c. Kategorisasi
- Nilai 4.60 – 5.00 = Sangat Memuaskan
- Nilai 3.70 – 4.50 = Memuaskan
- Nilai 2.80 – 3.60 = Cukup Memuaskan
- Nilai 1.90 – 2.70 = Kurang Memuaskan
- Nilai 1.00 – 1.80 = Tidak Memuaskan

Perhitungan rata-rata nilai pelaksanaan/kinerja (\bar{X}) yang dilaksanakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa dapat dilihat dalam Tabel 4.39 berikut ini.

Tabel 4.39
Perhitungan Rata-Rata dari Rata-Rata Penilaian Harapan dan Kinerja pada
Berbagai Indikator Variabel

No.	Indikator Variabel	Skor Kinerja (X _i)	Skor Harapan (Y _i)	\bar{X}	\bar{Y}	Kategori
Kualitas Produk						
1.	Kontinuitas <i>supply</i> gas	133	135	4.16	4.22	Memuaskan
2.	Tekanan gas	132	133	4.13	4.16	Memuaskan
3.	Komposisi gas	130	130	4.06	4.06	Memuaskan
4.	Ketepatan jumlah gas	133	134	4.16	4.19	Memuaskan
5.	<i>Spesific Gravity</i> (SG) gas	126	131	3.94	4.09	Memuaskan
6.	<i>Impurities</i> /kandungan pengotor	133	134	4.16	4.19	Memuaskan
7.	<i>Gross Heating Value</i> (GHV)	131	132	4.09	4.13	Memuaskan
	Rata-Rata			4.10	4.15	Memuaskan
<i>Perceived Service Quality</i>						
1.	Media penyampaian saran/komplain	125	133	3.91	4.16	Memuaskan
2.	Respon terhadap saran/komplain	115	134	3.59	4.19	Cukup Memuaskan
3.	Temu pelanggan gas	123	131	3.84	4.09	Memuaskan
4.	Alat-alat ukur penyaluran gas	120	133	3.75	4.16	Memuaskan
5.	Informasi perubahan produk	133	133	4.16	4.16	Memuaskan
6.	Fasilitas penyaluran gas	121	134	3.78	4.19	Memuaskan
7.	<i>Health, Safety and Environment</i> (HSE)	122	130	3.81	4.06	Memuaskan
	Rata-Rata			3.83	4.14	Memuaskan
<i>Perceived Price</i>						
1.	Harga jual gas sesuai kuota	121	136	3.78	4.25	Memuaskan
2.	Harga jual gas sesuai titik serah	132	134	4.13	4.19	Memuaskan
3.	Harga jual gas sesuai spesifikasi/jenis gas	129	136	4.03	4.25	Memuaskan
	Rata-Rata			3.98	4.23	Memuaskan

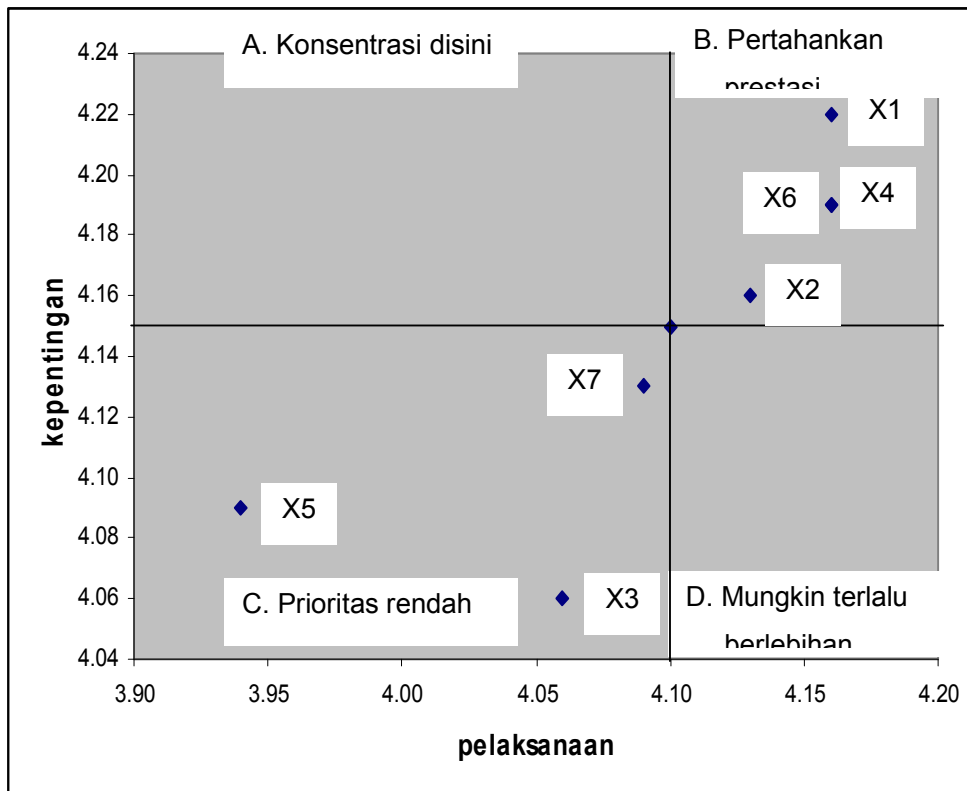
4.5 Diagram Kartesius

Setelah dilakukan perhitungan pada masing-masing indikator variabel penelitian, langkah selanjutnya adalah menggambarkan letak tingkat kepuasan pelanggan dalam masing-masing kuadran yang terdapat pada diagram kartesius. Masing-masing kuadran yang terdapat dalam diagram kartesius ini akan menunjukkan tingkat kinerja kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* yang telah dijalankan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa dan indikator mana yang dianggap penting oleh pelanggan serta indikator mana yang perlu diperbaiki oleh perusahaan di masa yang akan datang.

4.5.1 Diagram Kartesius Variabel Kualitas Produk

Gambar 4.1

Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Produk PT PERTAMINA EP Region Jawa



Berdasarkan Gambar 4.1 diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak perusahaan sehingga tingkat kinerja (*performance*) di bawah rata-rata dan kurang memuaskan pelanggan. Pihak perusahaan harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja pada indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini.

Dari ketujuh indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk, tidak terdapat satu indikator pun yang berada di kuadran A.

2. Kuadran B

Kuadran ini menunjukkan indikator kualitas produk yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja perusahaan diatas rata-rata sehingga pelanggan menjadi puas. Tugas perusahaan adalah menjaga kinerja yang sudah ada agar tetap baik. Indikator-indikator kualitas produk yang berada pada kuadran B adalah :

- a. Kesesuaian Kontinuitas supply gas dengan kontrak yang telah disepakati (X1)
- b. Kesesuaian tekanan gas dengan kontrak yang telah disepakati (X2)
- c. Ketepatan jumlah gas yang disalurkan sesuai dengan kontrak yang telah disepakati (X4)
- d. Kesesuaian *impurities*/kandungan pengotor dengan kontrak yang telah disepakati (X6)

Kontinuitas supply, kesesuaian tekanan, jumlah gas serta kesesuaian *impurities* / kandungan pengotor merupakan hal yang dianggap penting dalam kualitas produk gas PT PERTAMINA EP Region Jawa. Pelanggan gas PT PERTAMINA EP Region Jawa yang keseluruhannya merupakan industri / perusahaan akan menggunakan produk gas tersebut sebagai salah satu bahan baku untuk memproduksi produk perusahaan tersebut sehingga jaminan mengenai kontinuitas supply, kesesuaian tekanan, jumlah gas serta kesesuaian *impurities* / kandungan pengotor menjadi hal penting bagi keberlangsungan

produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Dalam hal ini, harapan pelanggan akan hal tersebut telah mampu dipenuhi oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa.

3. Kuadran C

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap suatu yang kurang penting oleh pelanggan dan kurang diperhatikan oleh perusahaan sehingga perusahaan melakukannya secara wajar / biasa (prioritas rendah). Indikator-indikator kualitas produk yang berada di kuadran C meliputi :

- a. Kesesuaian komposisi gas dengan kontrak yang telah disepakati (X3)
- b. Kesesuaian *Spesivic gravity* (SG) dengan kontrak yang telah disepakati (X5)
- c. Kesesuaian *Gross Heating Value* (GHV) dengan kontrak yang telah disepakati (X7)

Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing konsumen gas memiliki kepentingan yang berbeda terhadap komposisi gas, *Spesivic gravity* (SG) maupun *Gross Heating Value* (GHV), yang disesuaikan dengan karakteristik industri mereka masing-masing. Sebagai contoh, tingkat kepentingan / harapan konsumen terhadap komposisi gas akan berbeda pada konsumen yang bergerak di bidang usaha/ industri pupuk dibandingkan dengan konsumen industri yang bergerak di bidang pembangkitan energi listrik. Selain itu, pihak pelanggan juga memberikan ambang batas yang masih dapat ditolerir dalam produk gas yang mereka butuhkan.

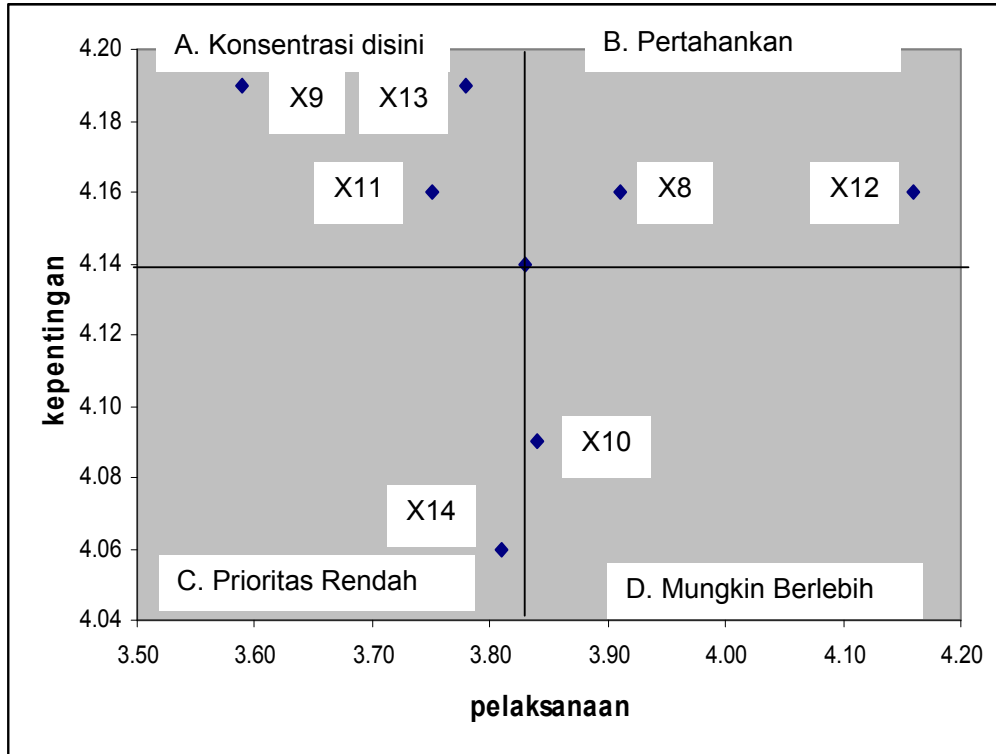
4. Kuadran D

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap kurang penting oleh pelanggan akan tetapi dilaksanakan sangat baik oleh perusahaan yang mungkin sangat berlebihan. Sebaiknya pihak perusahaan mengurangi pengeluaran untuk hal ini serta mengalokasikan penghematan tersebut untuk memperbaiki kinerja perusahaan pada indikator yang dianggap penting oleh pelanggan akan tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak perusahaan. Berdasarkan Gambar 4.1, tidak terdapat indikator-indikator kualitas produk yang berada pada kuadran D.

4.5.2 Diagram Kartesius Variabel *Perceived Service Quality*

Gambar 4.2

Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan atas *Perceived Service Quality* PT PERTAMINA EP Region Jawa



Berdasarkan Gambar 4.2 diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak perusahaan sehingga tingkat kinerja (*performance*) di bawah rata-rata dan kurang memuaskan pelanggan. Pihak perusahaan harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja pada indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini. Indikator *perceived service quality* yang terdapat dalam kuadran A yaitu :

- a. Respon terhadap saran / komplain yang disampaikan oleh pelanggan kepada pihak PT PERTAMINA EP Region Jawa (X9)
- b. Kondisi alat-alat ukur penyaluran gas yang dimiliki oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa (X11)
- c. Kondisi fasilitas penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa (X13)

Respon terhadap saran / komplain, kondisi alat ukur dan kondisi fasilitas penyaluran gas merupakan hal yang penting bagi pelanggan akan tetapi dalam pelaksanaannya PERTAMINA EP Region Jawa belum memberikan perhatian yang cukup mengenai hal ini. PERTAMINA EP Region Jawa memang saat ini telah menyediakan forum / wadah penyaluran aspirasi, saran, atau komplain bagi pelanggan namun respon yang diberikan oleh pihak PERTAMINA EP Region Jawa terkesan sangat lambat.

Kondisi alat ukur dan fasilitas penyaluran gas dianggap penting oleh pelanggan karena berkaitan dengan faktor keamanan dan ketepatan kualitas produk, namun oleh PERTAMINA EP Region Jawa kurang mendapat perhatian karena kegiatan maintenance maupun regenerasi peralatan dilakukan secara terlambat.

2. Kuadran B

Kuadran ini menunjukkan indikator *perceived service quality* yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja perusahaan diatas rata-rata sehingga pelanggan menjadi puas. Tugas perusahaan adalah menjaga kinerja yang

sudah ada agar tetap baik. Indikator-indikator *perceived service quality* yang berada pada kuadran B adalah :

- a. Media untuk menyampaikan saran / komplain yang mudah diakses (X8)
- b. Kecepatan penyampaian informasi terkait perubahan produk (X12)

Media penyampaian saran / komplain dan kecepatan penyampaian informasi merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan dan PERTAMINA EP Region Jawa telah melakukannya dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya media / sarana pelanggan dalam penyampaian saran / komplain serta bentuk kerja sama yang baik dari PERTAMINA EP Region Jawa yang diwujudkan dalam bentuk layanan informasi yang cepat dan akurat.

3. Kuadran C

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap suatu yang kurang penting oleh pelanggan dan kurang diperhatikan oleh perusahaan sehingga perusahaan melakukannya secara wajar / biasa (prioritas rendah). Indikator-indikator *perceived service quality* yang berada di kuadran C yaitu pelaksanaan kaidah *Health, Safety and Environment* (HSE) oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa (X14).

Health, Safety and Environment (HSE) merupakan suatu hal yang dianggap kurang penting bagi pelanggan demikian pula dengan PT PERTAMINA EP Region Jawa melakukannya secara wajar. Meskipun demikian, pihak PT PERTAMINA EP Region Jawa seharusnya memberikan edukasi / pendidikan mengenai pentingnya *Health, Safety and Environment* (HSE) kepada pelanggan agar tingkat kepedulian mereka terhadap *Health, Safety and*

Environment (HSE) dapat meningkat serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam penerapan aspek *Health, Safety and Environment* (HSE).

4. Kuadran D

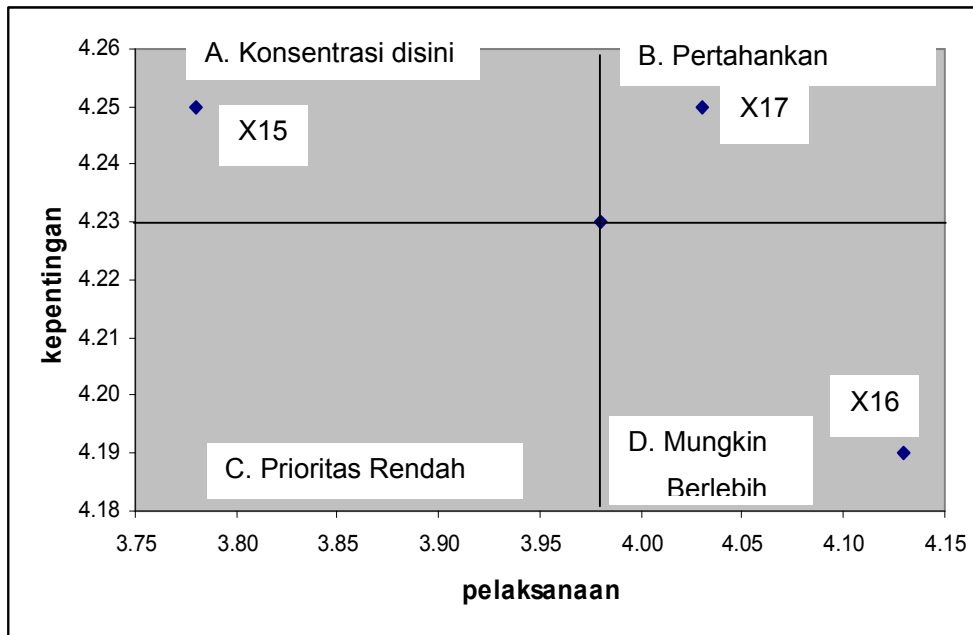
Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap kurang penting oleh pelanggan akan tetapi dilaksanakan sangat baik oleh perusahaan yang mungkin sangat berlebihan. Sebaiknya pihak perusahaan mengurangi pengeluaran untuk hal ini serta mengalokasikan penghematan tersebut untuk memperbaiki kinerja perusahaan pada indikator yang dianggap penting oleh pelanggan akan tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak perusahaan. Berdasarkan Gambar 4.2, indikator-indikator *perceived service quality* yang berada pada kuadran D, yaitu kegiatan temu pelanggan gas yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa (X10).

Pelanggan menganggap kegiatan temu pelanggan gas yang dilakukan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa terlalu berlebihan sehingga mereka berharap agar biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan ini dapat disederhanakan dan selanjutnya dialokasikan untuk peningkatan kualitas produk. Dalam hal ini perusahaan perlu melakukan inovasi dalam pelaksanaan temu pelanggan gas agar tidak menjadi suatu kegiatan yang monoton dan membosankan namun dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

4.5.3 Diagram Kartesius Variabel *Perceived Service Price*

Gambar 4.3

Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan atas *Perceived Price* PT PERTAMINA EP Region Jawa



Berdasarkan Gambar 4.3 diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak perusahaan sehingga tingkat kinerja (*performance*) di bawah rata-rata dan kurang memuaskan pelanggan. Pihak perusahaan harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja pada indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini. Indikator *perceived price* yang terdapat dalam kuadran A yaitu kesesuaian harga dengan quota gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa (X15).

Kesesuaian harga dengan quota gas dianggap responden sebagai hal yang sangat penting akan tetapi PT PERTAMINA EP Region Jawa belum melaksanakannya dengan baik. Pelanggan berharap agar pihak PT PERTAMINA EP Region Jawa dapat menyalurkan gas sesuai dengan quotanya tanpa harus dikurangi.

2. Kuadran B

Kuadran ini menunjukkan indikator *perceived price* yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja perusahaan diatas rata-rata sehingga pelanggan menjadi puas. Tugas perusahaan adalah menjaga kinerja yang sudah ada agar tetap baik. Indikator-indikator *perceived price* yang berada pada kuadran B adalah kesesuaian harga dengan spesifikasi / jenis gas yang disalurkan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa ke pelanggan (X17).

PT PERTAMINA EP Region Jawa saat ini telah memberikan harga yang sesuai atau sebanding dengan spesifikasi / jenis gas yang disalurkan kepada pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas dengan hal ini.

3. Kuadran C

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap suatu yang kurang penting oleh pelanggan dan kurang diperhatikan oleh perusahaan sehingga perusahaan melakukannya secara wajar / biasa (prioritas rendah). Indikator-indikator *perceived service quality* yang berada di kuadran C tidak ada.

4. Kuadran D

Kuadran ini menunjukkan indikator yang dianggap kurang penting oleh pelanggan akan tetapi dilaksanakan sangat baik oleh perusahaan yang mungkin sangat berlebihan. Sebaiknya pihak perusahaan mengurangi pengeluaran untuk hal ini serta mengalokasikan penghematan tersebut untuk memperbaiki kinerja perusahaan pada indikator yang dianggap penting oleh pelanggan akan tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak perusahaan. Berdasarkan Gambar 4.3, indikator-indikator *perceived price* yang berada pada kuadran D, yaitu kesesuaian harga gas dengan titik serah gas ke pelanggan (X16).

Saat ini PT PERTAMINA EP Region Jawa melakukan penyerahan produk gas di lokasi masing-masing pelanggan atau yang dekat dengan lokasi pelanggan. Yang akan datang, PT PERTAMINA EP Region Jawa cukup melakukan penyerahan gas pada titik yang strategis dimana tiap-tiap perusahaan dapat mengaksesnya. Hal ini penting agar PT PERTAMINA EP Region Jawa dapat melakukan penghematan biaya.

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data variabel kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai harapan pelanggan atas kualitas produk adalah sebesar 4,15 sedangkan nilai kinerja perusahaan atas kualitas produk adalah sebesar 4,10. Tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas kualitas produk adalah sebesar 99.81%, hal ini berarti bahwa kinerja perusahaan atas kualitas produk sudah dapat memenuhi harapan/kepentingan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai harapan pelanggan atas *perceived service quality* adalah sebesar 4,14 sedangkan nilai kinerja perusahaan atas *perceived service quality* adalah sebesar 3,83. Tingkat kesesuaian/ kepuasan pelanggan atas *perceived service quality* adalah sebesar 92.58%. Hal ini berarti kinerja perusahaan atas *perceived service quality* sudah dapat memenuhi harapan/kepentingan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai harapan pelanggan atas *perceived price* adalah sebesar 4,23 sedangkan nilai kinerja perusahaan atas *perceived price* adalah sebesar 3,98. Tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan

atas *perceived price* adalah sebesar 94.11%. Hal ini berarti kinerja perusahaan atas *perceived price* sudah dapat memenuhi harapan/kepentingan pelanggan.

4. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

a. Pada variabel kualitas produk :

i. Perusahaan harus mempertahankan *Kontinuitas Supply Gas* sesuai dengan kontrak yang telah disepakati (X1), kesesuaian tekanan gas dengan kontrak yang telah disepakati (X2), ketepatan jumlah gas yang disalurkan kepada pelanggan sesuai dengan kontrak yang telah disepakati (X4) dan kesesuaian *impurities*/kandungan pengotor dengan kontrak yang telah disepakati (X6).

b. Pada variabel *perceived service quality* :

i. Perusahaan harus memprioritaskan perbaikan terhadap indikator : respon terhadap saran / komplain yang disampaikan oleh pelanggan kepada pihak PT PERTAMINA EP Region Jawa (X9), kondisi alat-alat ukur penyaluran gas yang dimiliki oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa (X11), dan kondisi fasilitas penyaluran gas yang dimiliki PT PERTAMINA EP Region Jawa (X13);

ii. Perusahaan harus mempertahankan indikator : media untuk menyampaikan saran / komplain yang mudah diakses (X8) dan kecepatan penyampaian informasi terkait perubahan produk (X12),

- iii. Memberikan edukasi kepada pelanggan mengenai pentingnya aspek *Health, Safety and Environment (HSE)*.
 - iv. Melakukan inovasi pada kegiatan temu pelanggan gas yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa (X10) agar lebih memberikan manfaat pada pelanggan.
- c. Pada variabel *perceived price* :
- i. Perusahaan harus memprioritaskan perbaikan pada indikator kesesuaian harga dengan quota gas yang disalurkan ke pelanggan (X15),
 - ii. Perusahaan harus mempertahankan kesesuaian harga dengan spesifikasi / jenis gas yang disalurkan ke pelanggan (X17),
 - iii. Perusahaan harus melakukan inovasi agar tercipta efisiensi dan efektivitas pada indikator kesesuaian harga gas dengan titik serah gas ke pelanggan (X16).

5.2 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian / tingkat kepuasan pelanggan untuk masing-masing variabel yang diteliti, maka dapat diambil beberapa implikasi kebijakan dalam rangka memperbaiki kualitas produk, *perceived service quality*, dan *perceived price* sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat, yaitu:

1. Meningkatkan kualitas produk dengan cara :
 - a. Memenuhi *Kontinuitas Supply Gas* sesuai dengan kontrak yang telah disepakati dengan pelanggan
 - b. Memenuhi tekanan gas sesuai dengan kontrak yang telah disepakati dengan pelanggan
 - c. Memenuhi ketepatan jumlah gas yang disalurkan kepada pelanggan berdasarkan kesepakatan dalam kontrak
 - d. Memenuhi kandungan *impurities*/kandungan pengotor yang disesuaikan dengan kontrak yang telah disepakati dengan pelanggan.

2. Meningkatkan *Perceived service quality* melalui :
 - a. Memberikan respon yang cepat terhadap saran / komplain yang disampaikan oleh pelanggan kepada pihak PT PERTAMINA EP Region Jawa.
 - b. Melakukan service secara berkala dan peneraan/kalibrasi oleh dinas instansi yang berwenang untuk mempertahankan kondisi alat-alat ukur penyaluran gas yang dimiliki oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa agar senantiasa berada dalam kondisi yang baik dan mengikutsertakan perwakilan pelanggan untuk menyaksikan kegiatan peneraan/kalibrasi tersebut.
 - c. Melakukan service secara berkala untuk mempertahankan kondisi fasilitas penyaluran gas yang dimiliki oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa agar senantiasa berada dalam kondisi yang baik.

- d. Memberikan edukasi kepada pelanggan mengenai pentingnya aspek *Health, Safety and Environment* (HSE).
 - e. Menyederhanakan dan melakukan inovasi pada kegiatan temu pelanggan gas yang diadakan oleh PT PERTAMINA EP Region Jawa (X10) agar dapat lebih memberikan manfaat pada pelanggan.
3. Meningkatkan *Perceived Price* melalui :
- a. Memberlakukan segmentasi harga gas berdasarkan jumlah quota yang harus disalurkan.
 - b. Menyesuaikan harga gas dengan spesifikasi / jenis gas yang diminta oleh pelanggan.
 - c. Beberapa industri yang letaknya berdekatan, titik serahnya dijadikan satu sedangkan beban biaya dari titik serah sampai ke industri diserahkan ke industri masing-masing.

Tabel 5.1
Implikasi Kebijakan

Variabel	Harapan Pelanggan	Rencana Tindakan	S k a l a P r i o r i t a s	
			Jangka Pendek	Jangka Panjang
Kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kontinuitas supply</i> sesuai kesepakatan dalam kontrak • Tekanan gas sesuai kontrak • Ketepatan jumlah gas sesuai kesepakatan dalam kontrak • Kandungan <i>impurities/ pengotor</i> sesuai kontrak 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjaga <i>Kontinuitas supply</i>, tekanan gas, ketepatan jumlah gas, kandungan <i>impurities/ pengotor</i> sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspeksi rutin secara mingguan untuk memantau kualitas produk dengan melibatkan perwakilan pelanggan dan hasilnya disampaikan kepada pelanggan secara tertulis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari sumber gas yang baru • Melakukan upaya <i>research and development</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Perceived Service Quality 	<ul style="list-style-type: none"> • Respon yang cepat terhadap saran / komplain 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempercepat penanganan saran / komplain yang diajukan oleh pelanggan • Adanya media online yang mudah diakses pelanggan untuk menampilkan data kualitas dan kuantitas gas dalam kondisi terkini 	<ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki SOP dalam menyelesaikan komplain pelanggan • Membuat pusat pengaduan pelanggan (baik melalui call center maupun website) dan mensosialisasikannya kepada pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan training kepada petugas lapangan baik mengenai pelayanan terhadap pelanggan maupun mengenai aspek teknis pekerjaan sehingga dapat memberikan respon lebih

				<p>cepat terhadap saran/komplain pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memasang alat penganalisa kondisi gas yang bisa diakses secara online
	<ul style="list-style-type: none"> • Distribusi produk tidak terhambat karena alasan kerusakan peralatan • Produk yang diterima sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan kondisi alat-alat ukur dan fasilitas penyaluran gas agar senantiasa berada dalam kondisi yang baik sehingga dapat menyalurkan produk sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak. 	<ul style="list-style-type: none"> • Service secara berkala • Kalibrasi alat secara rutin dengan melibatkan perwakilan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan peralatan yang lebih berkualitas dan sesuai dengan standar yang telah ditentukan
	<ul style="list-style-type: none"> • Temu pelanggan tidak monoton dan membosankan 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan inovasi pada kegiatan temu pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat program workshop dan transfer knowledge pada kegiatan temu pelanggan 	
Perceived Price	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan berskala besar mendapatkan perhatian mengenai harga 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberlakukan segmentasi harga gas berdasarkan jumlah quota yang harus disalurkan dan ketersediaan cadangan gas 	<ul style="list-style-type: none"> • Eskalasi kenaikan harga diatur secara jelas selama jangka waktu kontrak 	

			<ul style="list-style-type: none"> • Membuat kontrak yang lebih fleksibel 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Harga gas berbeda untuk tiap spesifikasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyesuaikan harga gas dengan spesifikasi / jenis gas yang diminta oleh pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberlakukan standarisasi harga gas untuk setiap spesifikasi gas 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Titik serah gas menentukan harga gas 	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa industri yang letaknya berdekatan, titik serahnya dijadikan satu sedangkan beban biaya dari titik serah sampai ke industri diserahkan ke industri masing-masing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Melaksanakan sistem toll fee bagi industri yang menggunakan fasilitas pipa gas PERTAMINA 	<ul style="list-style-type: none"> • Membangun stasiun pengumpul gas yang portabel

5.3 Keterbatasan Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan gas PT PERTAMINA EP Region Jawa sehingga hasil-hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisir untuk kasus di luar industri migas atau yang memiliki karakteristik tidak sama dengan industri migas.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini masih terbuka untuk dilakukan pada industri lain yang memiliki karakteristik tidak sama dengan industri migas maupun di dalam industri migas itu sendiri namun di sektor hilir dengan menambah jumlah variabel dan indikator serta melakukannya pada lokasi penelitian yang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

- Anderson, Eugene W dan Mary Sullivan, 1993, "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms", *Marketing Science*, Vol. 12, p. 125-143.
- Anderson, Eugene W, C Fornell, dan DR Lehmann, 1994, "Customer Satisfaction, Market Share and Profitability : Findings from Sweden", *Journal of Marketing*, Vol. 58, p. 53-66.
- Andreassen W, Lindstead B, 1998, "Customer Loyalty and Complex Services : The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 9 No.1, pp.7-23.
- Arikunto, Suharsimi, 1995, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Athansopoulos, A. D, 2000, "Customer satisfaction cues to support market segmentation and explain switching behavior", *Journal of Business Research*, 47 (3), 191-207.
- Biong, H, 1993, "Satisfaction and Loyalty to Suppliers within Grocery Trade," *European Journal of Marketing*, Vol.27, pp. 21-38
- Bitner, Mary Jo, 1995, "Building Service Relationship : It's About Promises", *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 23, p. 246-251.
- Cronin, J Joseph., Michael K Brady, dan G Thomas M Hult, 2000, "Assessing the Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, p. 193-218.
- Cronin, J Joseph dan Steven A Taylor, 1992, "Measuring Service Quality : A Reexamination and extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, p. 55 – 68.

- Dodds, William, 1991, "In Search Of Value: How Price And Store Name Information Influence Buyer's Product Perception", *The Journal of Service Marketing*.
- Dutka, Alan, 1995, *AMA Handbook For Customer Satisfaction: A Complete Guide To Research, Planning And Implementation*, NTC Business Books., Lincolnwood.
- Engel, JF, RD Blackwell dan PW Miniard, 1990, *Consumer Behavior*, Drydenm Chicago.
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fornel, 1996, "A National Customer Satisfaction Barometer,"The Swedish Experience, *Journal Marketing*.
- Garvin, David, 1988, *Managing Quality*, Free Press, New York.
- Hadi, Sutrisno, 2001, *Statistik*, Yogyakarta, Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Hawkins, Del I., Roger J Best dan Kenneth A Coney, 1995, *Consumer Behavior*, Irwin, Chicago.
- Hill, Nigel, 1996, *Handbook Of Customer Satisfaction Measurement*, Gower Publishing Limited, Hampshire.
- Johnson, Michael D dan Anders Gustafsson, 2000, *Improving Customer Satisfaction, Loyalty And Profit*, Jossey Bass, Farncisco.
- Kotler, Philip, 2006, *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Buku Dua, Salemba Empat, Jakarta.
- Monfort, K.V, E Masurel, I.V Rijn, 2000, "Service Satisfaction : An Empirical Analysis of Consumer Satisfaction in Financial Service", *The Service Industries Journal*, Vol.20 No. 3

- Morgan, Michael, 1996, *Marketing for Leisure and Tourism*, Prentice Hall, London.
- Mowen, John C, 1993, *Consumer Behavior*, McMillan Publishing Company, New York.
- Muhmin, Abdul, 2002, "Effects of Supplier' Marketing Program Variables on Industrial Buyers' Relationship Satisfaction and Commitment", *The Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 17,pp.637-651.
- Naser, Kamal; Jamal, Ahmad; Al Khatib, Khalid, 1999, "Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan", *International Journal of Bank Marketing*, Vol 17, No 3, pp.135-150
- Naumann, Earl dan Kathleen Giel, 1995, *Customer Satisfaction Measurement And Management*, Thompson Executive Press, Cincinnati.
- Parasuraman, A, Valarie A Zeithaml dan Leonard L Berry, 1988, "SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, p. 12-40.
- Parasuraman, A, Valarie A Zeithaml dan Leonard L Berry, 1994, Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implications for Further Research, *Journal of Marketing*, Vol. 58, p. 111-124.
- Reeves, Carol A; Bednar, David A, 1994, "Defining Quality: Alternatives and Implications," *Academy of Management Review*, Vol.19, No 3
- Schiffman, Leon G dan Leslie L Kanuk, 1997, *Consumer Behavior*, Prentice Hall, New Jersey.
- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods For Business*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Selnes, Fred, 1993, “An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty”, *European Journal of Marketing*, Vol.27 No 9, pp.19-35
- Sethi, Rajesh, 2000, “New Product Quality And Product Development Teams”, *Journal of Marketing*, Vol. 64, p. 1-14.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1989, *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES
- Smith, P.R, 2001, *Great Answer to Tough Marketing Question*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William. J, 1991, *A Profile of Tomorrow Manufacturer’s Leader*, Harvard Business Review, p.120-133.
- Sureshchandar, G.S, Rajendran, C. Anantharaman R.N, 2002, “The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction – A Factor Specific Approach”, *Journal of Service Marketing*, Vol. 16 No. 4, p. 353-379.
- Tjiptono, Fandy, 2001, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Zeithamal, VA dan MJ Bitner, 2003, *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Mc Graw Hill, New York.
- Zeithaml, A Valerie, 1988, “Consumer Perceptions Of Price, “Quality And Values: A Means – End Model And Synthesis Of Evidence”, *Journal of Marketing*, Vol. 52., p. 2-22.
- Zhang, Qingyu, 2001, “Quality Dimensions, Perspectives and Practices: A Mapping Analysis”, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol 18 No 7

www.pertamina-ep.com

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pelanggan PEP Region Jawa

Di Tempat

Bersama ini saya :

Nama : Anggadewi Widyastuti

Nim : 083 21 316

Keterangan : Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Diponegoro
Semarang

Untuk keperluan penelitian yang saya lakukan, maka saya mohon kepada Bapak/Ibu Pelanggan PEP Region Jawa berkenan mengisi kuesioner ini. Semua informasi dari kuesioner ini terjamin kerahasiannya. Kuesioner ini dilakukan **bukan** untuk kepentingan PEP Region Jawa, tetapi untuk kepentingan saya pribadi. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih atas kesediaan dan bantuan bapak/ibu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Anggadewi Widyastuti

PETUNJUK PENGISIAN

Berikan jawaban atas pernyataan dalam kuesioner dengan memberikan tanda \surd pada skala 1–5 yang sudah tersedia. Penilaian terhadap pernyataan tersebut diharapkan sesuai dengan realita yang sesungguhnya.

Nilai Harapan/ Kepentingan :

- 1 : Sangat Tidak Penting**
- 2 : Tidak Penting**
- 3 : Cukup Penting**
- 4 : Penting**
- 5 : Sangat Penting**

Nilai Kinerja :

- 1 : Sangat Tidak Baik**
- 2 : Tidak Baik**
- 3 : Cukup Baik**
- 4 : Baik**
- 5 : Sangat Baik**

DAFTAR PERNYATAAN

I. PRODUK

1. *Kontinuitas supply gas*

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Kontinuitas supply gas yang disalurkan					
Berapa lama supply gas yang Anda inginkan / butuhkan ?										
.....										

2. Tekanan gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Tekanan gas yang disalurkan					
Berapa tekanan gas yang Anda inginkan ?										
.....										

3. Komposisi gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Komposisi gas yang disalurkan					
Bagaimana komposisi gas yang Anda inginkan ?										
.....										

4. Ketepatan jumlah gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Ketepatan jumlah gas yang disalurkan					
Berapa jumlah gas yang Anda inginkan / butuhkan ?										
.....										

5. Spesific Gravity (SG)

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					<i>Spesific Gravity (SG)</i> gas yang disalurkan					
Berapa <i>Spesific Gravity (SG)</i> gas yang Anda inginkan ?										
.....										

6. Kandungan pengotor/ *impurities*

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Kandungan pengotor/ <i>impurities</i> gas yang disalurkan					
Berapa jumlah/kadar <i>impurities</i> gas yang Anda inginkan ?										
.....										

7. Gross Heating Value (GHV)

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					<i>Gross Heating Value (GHV)</i> produk gas yang disalurkan					
Berapa Heating Value (GHV) produk gas yang Anda inginkan ?										
.....										

II. *PERCEIVED SERVICE QUALITY*

1. Media untuk menyampaikan saran dan komplain

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Adanya media untuk menyampaikan saran dan komplain yang mudah diakses					
Media apa yang Anda inginkan tersedia di perusahaan untuk menyampaikan saran/ komplain ?										
.....										

2. Respon terhadap saran /komplain

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Respon terhadap saran /komplain cepat					
Dalam waktu berapa lama perusahaan merespon saran/ komplain Anda ?										
.....										

3. Temu Pelanggan Gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Temu Pelanggan Gas					
Anda menginginkan Temu Pelanggan Gas dilaksanakan tiap										
.....										

4. Alat Ukur penyaluran gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Alat Ukur penyaluran gas baik					
Apa saja Alat Ukur penyaluran gas yang Anda inginkan tersedia di perusahaan ?										
.....										

5. Informasi tentang perubahan terkait produk

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Informasi perubahan terkait produk disampaikan cepat					
Informasi apa saja yang pernah Anda terima tentang perubahan terkait produk?										
.....										

6. Fasilitas penyaluran gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Fasilitas penyaluran gas baik					
Apa saja fasilitas penyaluran gas yang Anda inginkan tersedia di perusahaan ?										

7. Penerapan Kaidah HSE

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Penerapan Kaidah HSE (Health, Safety & Environment) baik					
Apa saja Kaidah HSE yang masih kurang di PT PERTAMINA EP Region Jawa ?										

III. PERCEIVED PRICE

1. Kesesuaian harga dengan kuota gas yang dikirim

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Kesesuaian harga dengan kuota gas yang dikirim					
Berapa harga gas yang menurut Anda sesuai dengan kuota gas yang Anda terima ?										

2. Kesesuaian harga dengan titik serah gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Kesesuaian harga dengan titik serah gas					
Berapa harga gas yang menurut Anda sesuai dengan titik serah gas yang Anda terima ?										

3. Kesesuaian harga dengan spesifikasi/ komposisi gas

Nilai Harapan					Kriteria	Nilai Kinerja				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Kesesuaian harga dengan spesifikasi/ komposisi gas					
Berapa harga gas yang menurut Anda sesuai dengan spesifikasi/komposisi gas yang Anda terima ?										

Saran :

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Data Harapan

NO.	Kualitas Produk							Perceived Service Quality						
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14
1	4	4	5	5	4	5	1	3	3	4	3	4	4	3
2	4	5	2	4	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3
3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	3	5	3	2	5	3	4	4	3	4	4	3
5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5
6	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3
7	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4
8	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4
10	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4
11	3	4	5	4	3	5	4	4	2	3	4	5	4	5
12	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
13	5	3	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4
14	5	3	4	4	4	2	5	5	4	5	3	4	5	4
15	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
16	3	4	4	4	3	2	5	4	4	4	3	5	4	4
17	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3
18	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3
19	4	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
20	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4
21	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4
22	4	3	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4
23	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5
24	5	2	3	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4	4
25	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
26	5	5	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
28	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
29	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
30	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5
31	5	3	2	4	2	5	5	4	5	4	5	5	5	5
32	4	5	5	4	4	5	1	3	4	5	5	4	3	3

NO.	Perceived Price		
	X15	X16	X17
1	4	3	5
2	4	4	4
3	4	4	5
4	4	4	4
5	4	4	2
6	4	4	3
7	5	4	4
8	4	5	5
9	4	4	4
10	3	4	4
11	4	3	5
12	5	5	5
13	4	4	5
14	4	5	4
15	5	4	1
16	4	4	4
17	4	3	5
18	4	4	4
19	5	4	4
20	5	5	5
21	4	4	4
22	4	4	5
23	5	4	5
24	4	4	4
25	4	4	4
26	5	4	4
27	4	5	5
28	4	5	4
29	5	5	4
30	4	5	5
31	5	5	5
32	4	4	5

Data Kinerja

NO.	Kualitas Produk							Perceived Service Quality						
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14
1	2	4	4	4	4	4	3	1	1	1	2	3	4	4
2	1	3	5	3	4	3	4	2	2	2	2	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	5	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	1	5	2	3	4	5	2
5	4	4	4	5	4	3	4	2	4	5	1	3	3	4
6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
7	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3
8	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	3
9	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	2	4
10	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	3	5	3
11	2	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4
12	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5
13	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5
14	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4
15	4	5	2	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	3
16	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4
17	4	3	4	3	3	4	3	5	4	2	5	4	4	4
18	5	4	3	4	4	3	3	1	1	4	4	4	4	4
19	5	4	4	4	4	5	5	1	1	4	4	5	4	4
20	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	3	3
21	2	5	5	5	4	5	4	3	2	3	5	3	3	4
22	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3
23	5	4	4	4	4	5	5	5	2	3	3	5	3	4
24	5	4	4	4	4	5	4	4	2	3	4	5	3	4
25	5	4	4	4	4	5	5	5	2	2	2	5	4	4
26	5	5	4	5	5	4	4	2	4	5	2	5	3	3
27	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
28	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5
29	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	2	4	4	5
30	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4
31	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4
32	5	5	4	5	3	3	2	4	5	3	5	3	5	3

NO.	Perceived Price		
	X15	X16	X17
1	5	4	4
2	2	4	5
3	5	3	4
4	3	4	3
5	4	2	3
6	4	4	3
7	3	2	4
8	4	5	4
9	5	5	4
10	5	5	4
11	4	5	3
12	5	4	5
13	4	4	4
14	5	3	4
15	4	5	3
16	4	4	3
17	1	4	4
18	1	5	4
19	1	5	4
20	5	4	5
21	4	5	4
22	3	4	4
23	4	3	4
24	4	4	4
25	2	4	4
26	2	5	4
27	5	3	5
28	5	4	4
29	4	5	4
30	5	4	5
31	4	5	5
32	5	5	5