

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A.D., & Kamaruddin, S.A., (2024). Pemasaran. In Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi (Vol. 7, Nomor 1).
- Arifin, M. Z., Rasyidah, I. M., & Bisari, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 Jombang). *Jurnal Inovasi Penelitian*. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i2.1751>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2015). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- D, H., Purba, S., & Rangkuti, I. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Antusiasme Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah Mtss Nurul Ilmi Desa Pantai Gemi Kecamatan Stabat. *Serunai : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 9(1), 77–87. Retrieved From
- Fathorrahman. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nk Café Malang. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 215–229. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12518>
- Firdaus, M. A., Ediyanto, E., & Tulhusnah, L. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tanjung di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1573-1586
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran* (Issue December). Deepublish.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. Aprilia. (2023). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hadi, A. S. (2021). *The influence of product attribute, promotion mix, distribution channel, and price toward repurchase intention on iPhone*. *Asian Management and Business Review*. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art2>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. *In Sage*.
- Hamid, R. S. dan, & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian (Konsep Dasar Dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis)*. Penerbit : Pt. Inkubator Penulis indonesia
- Handayani, D. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Resto Gurame Cobek Mang Dayat. *The Management*

Journal of BINANIAGA.

- Hariyanto, D. . (2023). Buku Ajar Komunikasi Pemasaran. *Umsida Press*, 1–142.
<https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-068-7>
- Hartono, R., & Purba, T. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Sugar Café Batam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*, 5(2), 1139–1149.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.659>
- Heri Sudarsono. (2020). Manajemen pemasaran (Nomor 62). Buku Ajar manajemen pemasaran. Penerbit : Cv.Pustaka Abadi.
- Hasan, A., & SE, M. (2014). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan (Cetakan Kedua). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Hermita Putri, & Riski Taufik Hidayah. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Skincare Avoskin Beauty Melalui Platform Media Sosial Tiktok. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*.,
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.50227>
- Hidayah, S. N., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi (JIABI)*,
[DOI:https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/niaga/article/view/5811](https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/niaga/article/view/5811)
- Ibrahim, D. M., & Hasbullah, A. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Pertamina Patra Niaga Fungsi Retail Sales Jawa Bagian Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(2).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i2.718>
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.
- Junaris, S. A., Pd, M. I., & Haryanti, N. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan Penerbit CV. Eureka Media Aksara.
- Khairuna, D. J. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Korean Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management* (6th ed., Global Edition). *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Armstrong, G.(2024). *Principles of marketing* (19th Global ed.). *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2017). *Principles of marketing* (7th European ed.). *Pearson Education Limited*.

- Kurniawan, G. (2020). Pengaruh Celebgram Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram Produk Erha Clinic Di Surabaya. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 5(1), 39–47. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i1.101>
- Kurniawan, D. (2020). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth (ewom) dan Brand Ambassador terhadap Purchase Intention (Studi Pelanggan E-Commerce di Kota Medan). *Jurnal ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 345–354.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- M. Anang Firmansyah, (2018) *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran* (Yogyakarta Deepublish,)
- Madjowa, I. S., Levyda, L., & Abdullah, S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jesya*, 6(1), 184–193. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.909>
- Melati (2020). *Manajemen pemasaran (edisi ke-1)*. Penerbit : CV Budi Utama
- MKJI (1997_27). *Manual Kapasitas Jalan Indonesia*. Republik Indonesia, Direktorat Jendral Bina Marga, Direktorat Bina Jalan Kota (Binkot)
- Mohammad Alaikal Firdaus, Ediyanto & Lusiana Tulhusnah (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tanjung Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Vol. 1, No. 8, Agustus 2022 : 1573-1586
- Mulyana, L. I., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas produk melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening terhadap loyalitas pelanggan pada produk Indomie (Studi pada mahasiswa perguruan tinggi negeri di Surabaya). *Journal Publicuho*, 5(1), 29–49. <http://dx.doi.org/10.35817/jpu.v5i1.23470>
- Nosita, F. (2020). E-Servqual, Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Marketplace. *Journal of Applied Business Administration*, 4(1), 38–44. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i1.1937>
- Paris, Y., Sultan, & Wiranata, D. H. (2020). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Bongaya Journal of Research in Management*, 3(2), 14–20. <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/index.php/BJRM>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.

<https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode riset penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen. Deepublish.
- Saputri, O. A., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Merek Viva Cosmetics di Kota Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (Costing)*, 7(3), 4442–4449. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.8210>
- Sanjaya, P. S., Suyantari, E. P., Dewi, P. P., Jamil, S. H., Kusuma, P. S. A. J., Wahyuni, R., Sunarmi, S., Atmoko, A. D., & Permana, G. P. L. (2023). Akuntansi Manajemen. Penerbit : Intelektual Manifes Media Bali.
- Siagian, O. P., & Simanjuntak, M. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Air Mineral Merek Tirta Tio. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, 2(3), 371–378. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12662522>
- Simanjuntak, N. R. B., & Djumarno, D. (2023). The influence of brand image, service quality and price on consumer satisfaction. *International Journal of Social Service and Research (IJSSR)*, <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i2.272>
- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In Cv. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Dr. Sugiyono; Editor: Sutopo).
- Sumardjono, & Ardila, H. (2018). The Effect of Marketing Mix Upon the Consumer'S Decision Making To Buy a Product At Pt Griya Pagelaran Bogor. *The Management Journal of Binaniaga*, 3(01), 59. <https://doi.org/10.33062/mjb.v3i1.241>
- Surianti. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan produk Floridina. *Jurnal Investasi*, 4(2). <https://doi.org/10.31943/investasi.v4i2.12>
- Swari, D. A. D. I., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2024). Peran mediasi kepuasan pelanggan pada pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan PT. Pelita Air Service Denpasar). *VALUES*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>
- Tambunan, S. A., & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh brand image dan celebrity

- endorser terhadap minat beli produk skincare Ms Glow. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 1(4), 146–154. <https://doi.org/10.55904/cocreation.v1i4.625>
- Thamrin, G., Bernarto, I., & Kawata, Y. (2020). The influence of trust, satisfaction, value, and brand image on loyalty. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 12(2), 168. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p168-185>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed). Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Uddin, M. B. (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. *British Food Journal*, 121(11), 2791–2808. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2019-0140>
- Yasin Yasin, Asih Susanti Putri, Wanda Nabilatuzzahro, & Pupung Purnamasari. (2025). Pengaruh Citra Merk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mie Gacoan Lippo. *Akuntansi Pajak Dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 2(1), 82–92. <https://doi.org/10.61132/apke.v2i1.807>
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh brand image (citra merek) terhadap loyalitas konsumen produk oli pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 798–804.
- Zhu, J., Zhu, M., Chen, L., Luo, L., Wang, W., Zhu, X., & Sun, Y. (2024). *Multi-Objective Optimization of Urban Gas Station Site Selection Under Territorial Spatial Planning Constraints*. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/ijgi13110375>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Table Responden

1	Nama	Pekerjaan	Kendaraan	BBM	alasan	BI1	BI2	BI3	H1	H2	H3	LP1	LP2	LP3	LP4
2	Rudi tabuti	7	1	1	5	2	1	3	4	4	2	4	3	2	3
3	Mama Makoli	2	1	1	5	3	3	3	5	4	2	2	3	2	3
4	Roger fred	4	3	5	2	3	3	2	4	5	1	2	4	2	3
5	Ahmad kondi	6	2	2	1	2	2	4	5	4	3	4	4	2	4
6	bela	2	1	1	2	2	1	1	5	5	3	2	4	1	3
7	Karlvantersteeg	3	2	2	5	2	2	2	5	4	3	3	3	3	3
8	franky Johansyah	1	1	1	1	2	3	3	4	4	2	3	4	2	3
9	Homsah	5	2	3	2	2	3	3	4	4	2	3	3	2	3
10	Lucas Cangreta	2	2	4	1	2	1	3	4	4	2	1	2	1	1
11	Ahmad Samar	4	3	6	2	4	4	5	5	5	3	3	2	1	1
12	Juned iskandar	2	2	7	1	4	4	3	3	5	3	4	4	2	3
13	ramsun doni	5	1	1	1	2	3	3	5	4	2	3	3	3	3
14	albantani	6	1	1	2	4	3	4	5	5	3	5	5	1	4
15	pricila anastasya	5	2	2	1	4	4	5	4	4	3	2	2	1	2
16	Gratcia wyne	5	1	1	1	3	3	4	5	3	2	2	2	2	1
17	Garlova	8	2	1	5	2	2	2	3	4	3	4	3	2	3
18	Nayla Putri	9	1	2	5	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3
19	Aji Saefulloh	8	1	2	2	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4
20	Ade Irma	8	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	gratcia wyne	8	1	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
22	Aldo Edgard	8	1	1	5	3	1	3	5	5	3	3	2	1	1
23	Ilham Azhar	8	1	1	1	3	3	3	4	3	3	2	4	2	2
24	Keke	2	1	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3
25	Regi Pratasyah	6	1	1	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
26	ilham fitrana	1	1	1	2	3	2	5	4	4	4	3	4	5	3
27	Tristiya	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	Yesi	8	1	1	1	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3
29	Tina Febrianti	10	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
30	Kamilnuri	2	1	1	1	1	2	3	4	4	3	1	1	1	1
31	aulia	8	1	1	1	3	4	4	5	4	3	2	3	4	3
32	Zahra Fitria Ridha	2	1	2	2	4	4	4	5	5	2	2	3	2	2
33	Dara	2	1	1	1	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
34	Mila	4	1	3	5	3	3	2	4	5	3	4	3	2	3
35	Misbahudin	8	1	1	1	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
36	selamet	8	1	1	1	3	2	2	4	4	2	3	2	2	4
37	Hasan	8	1	1	1	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4
38	adam	4	1	2	2	3	4	2	4	3	2	4	3	2	3
39	samir	8	1	1	1	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2
40	Adelia Agustin	4	1	1	7	3	2	2	5	5	3	2	2	4	4
41	ujang	8	1	2	2	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3
42	Nayla tria	4	1	1	5	4	4	4	5	4	2	3	3	1	3
43	Syaiful	1	1	2	2	4	3	3	4	4	2	4	2	2	3
44	Siti rukiah	3	2	4	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	1
45	rahmat sulaiman	8	1	3	3	1	2	3	5	4	1	2	2	3	1
46	kenzi	8	1	2	1	4	2	2	4	4	2	3	3	2	2
47	ananda riandini	2	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	vira syafa	6	1	2	6	4	3	3	5	4	2	4	3	3	2
49	vanesha	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4
50	sobari	8	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	3

51	bela	8	2	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	riandini	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	salsa vanesha	3	2	4	5	3	3	4	4	5	4	2	2	3	2
54	miftah maulana	2	1	2	2	3	3	2	5	5	1	3	4	2	1
55	septa aditya	2	2	1	1	2	2	3	3	5	2	3	2	3	2
56	syafa	4	3	5	1	3	4	2	3	4	3	2	3	1	2
57	candra	4	3	5	1	4	3	3	5	5	2	3	4	4	4
58	yusron	5	2	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	2	4
59	yandi	8	1	2	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3
60	hasna	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
61	mahmun	8	1	2	5	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3
62	jeni	8	1	1	4	1	1	1	4	4	2	2	3	2	2
63	bahar	5	1	1	1	3	3	4	3	5	2	2	3	3	3
64	syifa	8	1	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3
65	ratna	1	1	1	1	4	3	3	4	5	2	3	3	3	3
66	ocah	4	1	1	1	3	4	3	5	5	3	3	3	4	2
67	fikri	1	1	1	1	3	3	3	4	4	2	4	2	3	3
68	sri	6	1	1	1	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3
69	agam	8	2	2	5	2	1	2	4	5	2	4	3	4	3
70	aviva	8	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
71	fasya	2	1	2	1	3	3	3	4	5	2	3	3	4	3
72	layla	6	1	1	1	3	3	3	4	5	2	4	3	3	2
73	jayus	2	1	1	1	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3
74	jaelani	5	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3
75	opik	5	1	2	2	4	3	2	4	4	3	4	3	2	3
76	karim	3	2	4	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3
77	yuwin	4	1	1	1	4	3	3	3	3	3	2	2	1	2
78	endang	5	2	4	6	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3
79	feri ferdian	2	1	2	1	2	2	2	5	5	2	2	2	1	2
80	dira	5	2	3	2	2	3	3	5	5	2	3	2	1	3
81	maikel edison	2	2	2	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3
82	jidani	6	1	1	1	3	3	4	5	4	2	2	2	2	3
83	heri rudianto	2	1	1	2	3	2	2	3	4	2	1	2	2	3
84	haerani	5	1	1	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
85	mukmin	4	1	1	1	1	2	2	5	4	3	4	4	3	4
86	haedarudin	5	1	1	1	2	3	2	4	4	2	4	3	1	3
87	nurivana	1	2	3	5	4	3	3	3	4	2	3	4	2	4
88	ida	2	1	1	1	4	3	3	5	5	3	3	4	3	3
89	nofal	4	2	4	6	4	3	4	4	4	2	3	4	2	3
90	rahman suhendar	3	1	2	2	4	2	3	5	5	3	2	2	3	2
91	Milosevic kovacic	4	1	1	1	3	3	3	4	5	2	3	4	2	3
92	mang amung	6	1	1	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3
93	jaka	6	2	1	1	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3
94	edi sunaedi	2	2	2	4	4	2	3	4	4	2	4	3	2	3
95	peter demeron	2	1	2	3	2	3	2	4	4	2	3	3	2	3
96	Parta sunento	1	1	1	1	3	3	3	4	5	2	3	4	4	3
97	yani	2	2	2	2	4	3	2	3	4	3	2	2	2	1
98	raymona	5	1	1	1	3	2	3	3	3	2	3	4	2	3
99	nur	8	1	1	1	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4
100	zen	8	1	1	1	3	3	3	5	5	3	4	4	3	3
101	risa	2	1	1	1	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4

LAMPIRAN 2

Perbandingan HARGA dari kompetitor Pertamina

Januari					Februari				
BBM	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	
RON 90	Rp 10.000,00	—	Rp 12.680,00	—	Rp 10.000,00	—	Rp 13.260,00	—	
RON 92	Rp 12.500,00	Rp 12.930,00	Rp 12.770,00	Rp 12.810,00	Rp 12.900,00	Rp 13.350,00	Rp 13.350,00	Rp 13.350,00	
RON 95	Rp 13.400,00	Rp 13.650,00	Rp 13.480,00	Rp 13.530,00	Rp 13.700,00	Rp 13.940,00	Rp 13.940,00	Rp 13.940,00	
RON 98	Rp 13.700,00	Rp 13.850,00	—	—	Rp 14.000,00	Rp 14.110,00	—	—	
DISEL (CN 48)	Rp 6.800,00	—	—	—	Rp 6.800,00	—	—	—	
DISEL (CN 51)	Rp 13.600,00	Rp 14.150,00	Rp 13.990,00	Rp 14.030,00	Rp 14.600,00	Rp 15.030,00	Rp 15.030,00	Rp 15.030,00	
DISEL (CN 53)	Rp 13.900,00	—	—	—	Rp 14.800,00	—	—	—	
Rata Rata	Rp 11.985,71	Rp 13.645,00	Rp 13.230,00	Rp 13.456,67	Rp 12.400,00	Rp 14.107,50	Rp 13.895,00	Rp 14.106,67	

Maret					April				
BBM	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	
RON 90	Rp 10.000,00	—	Rp 13.390,00	—	Rp 10.000,00	—	Rp 12.800,00	—	
RON 92	Rp 12.900,00	Rp 13.590,00	Rp 13.590,00	Rp 13.300,00	Rp 12.500,00	Rp 12.920,00	Rp 12.920,00	Rp 12.800,00	
RON 95	Rp 13.700,00	Rp 14.060,00	Rp 14.060,00	Rp 14.060,00	Rp 13.250,00	Rp 13.370,00	Rp 13.370,00	Rp 13.370,00	
RON 98	Rp 14.000,00	Rp 14.240,00	—	—	Rp 13.500,00	Rp 13.550,00	—	—	
DISEL (CN 48)	Rp 6.800,00	—	—	—	Rp 6.800,00	—	—	—	
DISEL (CN 51)	Rp 14.300,00	Rp 14.760,00	Rp 14.760,00	Rp 14.760,00	Rp 13.600,00	Rp 14.060,00	Rp 14.060,00	Rp 14.060,00	
DISEL (CN 53)	Rp 14.600,00	—	—	—	Rp 13.900,00	—	—	—	
Rata Rata	Rp 12.328,57	Rp 14.162,50	Rp 13.950,00	Rp 14.040,00	Rp 11.935,71	Rp 13.475,00	Rp 13.287,50	Rp 13.410,00	

Mei					Juni				
BBM	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	
RON 90	Rp 10.000,00	—	Rp 12.650,00	—	Rp 10.000,00	—	Rp 12.260,00	—	
RON 92	Rp 12.400,00	Rp 12.730,00	Rp 12.730,00	Rp 12.600,00	Rp 12.100,00	Rp 12.370,00	Rp 12.340,00	Rp 12.370,00	
RON 95	Rp 13.150,00	Rp 13.170,00	Rp 13.170,00	Rp 13.170,00	Rp 12.800,00	Rp 12.840,00	Rp 12.810,00	Rp 12.840,00	
RON 98	Rp 13.300,00	Rp 13.360,00	—	—	Rp 13.050,00	Rp 13.070,00	—	—	
DISEL (CN 48)	Rp 6.800,00	—	—	—	Rp 6.800,00	—	—	—	
DISEL (CN 51)	Rp 13.350,00	Rp 13.810,00	Rp 13.810,00	Rp 13.810,00	Rp 12.740,00	Rp 13.250,00	Rp 13.210,00	Rp 13.250,00	
DISEL (CN 53)	Rp 13.750,00	—	—	—	Rp 13.200,00	—	—	—	
Rata Rata	Rp 11.821,43	Rp 13.267,50	Rp 13.090,00	Rp 13.193,33	Rp 11.527,14	Rp 12.882,50	Rp 12.655,00	Rp 12.820,00	

Juli					Agustus				
BBM	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	 Pertamina	 Shell	 VIVO	 BP-AMR	
RON 90	Rp 10.000,00	—	Rp 12.730,00	—	Rp 10.000,00	—	Rp 12.490,00	—	
RON 92	Rp 12.500,00	Rp 12.810,00	Rp 12.810,00	Rp 12.600,00	Rp 12.200,00	Rp 12.580,00	Rp 12.580,00	Rp 12.550,00	
RON 95	Rp 13.250,00	Rp 13.300,00	Rp 13.300,00	Rp 13.300,00	Rp 13.000,00	Rp 13.050,00	Rp 13.050,00	Rp 13.050,00	
RON 98	Rp 13.500,00	Rp 13.540,00	—	—	Rp 13.200,00	Rp 13.230,00	—	—	
DISEL (CN 48)	Rp 6.800,00	—	—	—	Rp 6.800,00	—	—	—	
DISEL (CN 51)	Rp 13.320,00	Rp 13.830,00	Rp 13.800,00	Rp 13.800,00	Rp 13.850,00	Rp 14.380,00	Rp 14.380,00	Rp 14.380,00	
DISEL (CN 53)	Rp 13.650,00	—	—	—	Rp 14.150,00	—	—	—	
Rata Rata	Rp 11.860,00	Rp 13.370,00	Rp 13.160,00	Rp 13.233,33	Rp 11.885,71	Rp 13.310,00	Rp 13.125,00	Rp 13.326,67	

LAMPIRAN 3

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Perkenalkan, saya Khariz Gylbran dari Universitas Binaniaga Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada SPBU Pajajaran sebelum dan sesudah isu blending BBM dan dugaan korupsi.

Penelitian ini bertujuan mengetahui perbedaan persepsi pelanggan sebelum dan sesudah isu blending BBM dan dugaan korupsi, khususnya terkait Brand Image, Harga, dan dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data penelitian. Seluruh jawaban bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama:

Pekerjaan:

1. Ibu Rumah Tangga
2. Karyawan Swasta
3. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
4. Pelajar/Mahasiswa
5. Sopir/Ojek/Pengemudi
6. Wirausaha
7. Tidak sedang bekerja
8. Lainnya...

Jenis kendaraan yang digunakan:

1. Motor
2. Mobil bensin
3. Mobil/Truk disel

Jenis BBM yang digunakan (berdasarkan 1 jenis kendaraan yang digunakan pada pengisian form diatas):

1. Pertalite (RON 90)
2. Pertamax (RON 92)

3. Pertamax Turbo (RON 98)
4. Pertamax Green 95 (RON 95)
5. Biosolar (CN 48)
6. Dexlite (CN 51)
7. Pertamina Dex (CN 53)

Alasan memilih BBM tersebut :

1. Harga lebih terjangkau
2. Kualitas lebih baik (irit, mesin lebih bersih, performa lebih bagus, dll.)
3. Rekomendasi dari pabrikan kendaraan
4. Ketersediaan di SPBU terdekat
5. Kebiasaan sejak lama
6. Faktor lingkungan (lebih ramah lingkungan, rendah emisi, dll.)

B. Keterangan Jawaban

Sangat Setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Ragu (R)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

PERNYATAAN KUESIONER

Variable Brand Image		STS	TS	R	S	SS
Keunggulan Asosiasi Merek						
BI1	BBM Pertamina memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan merek lain.					
Kekuatan Asosiasi Merek						
BI2	Saya percaya bahwa Pertamina memiliki citra yang kuat dan konsisten di benak saya					
Keunikan Asosiasi Merek						
BI3	Saya memilih SPBU Pertamina karena memiliki karakteristik produk dan layanan yang tidak dimiliki SPBU lain.					

Variable Harga		STS	TS	R	S	SS
Keterjangkauan Harga						
H1	Harga BBM yang ditawarkan di SPBU Pajajaran 34.16102 sesuai dengan kemampuan daya beli saya.					
Daya Saing Harga						
H2	Saya memilih SPBU Pertamina karena harganya masih kompetitif dibandingkan SPBU swasta lainnya.					
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
H3	saya merasa harga BBM Pertamina sesuai dengan manfaat dan kualitasnya					

Variable Loyalitas Pelanggan		STS	TS	R	S	SS
Pembelian ulang (<i>Repeat Purchase</i>)						
LP1	Saya secara rutin mengisi BBM di SPBU Pajajaran 34.16102 Pertamina.					
Mempertahankan Pelanggan (<i>Retention</i>)						
LP2	Saya akan terus menggunakan BBM Pertamina dalam jangka panjang					
Rekomendasi (<i>Referrals</i>)						
LP3	Saya bersedia merekomendasikan SPBU Pertamina kepada keluarga atau teman untuk mengisi BBM di merk tersebut.					
Keengganan untuk Beralih (<i>Resistance to Switch</i>)						
LP4	Saya tetap memilih SPBU Pertamina Pajajaran dan berkomitmen untuk tidak berpindah ke SPBU kompetitor					