

**PENGARUH LINGKUNGAN INTERNAL DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS**

**(Studi kasus pada konsumen PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik  
Dan Melengkapi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi (S1) Jurusan Manajemen**

**Disusun Oleh :**

**FAJRIAH PURWANINGSIH**

**2010410924**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2013**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fajriah Purwaningsih

Nim : 2010410924

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : “ Pengaruh Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Gas (Studi Kasus Pada Konsumen PT Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi)”

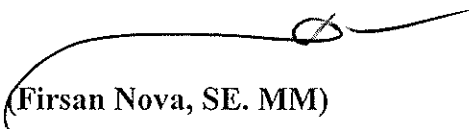
Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang ujian Skripsi sarjana tanggal 16 Agustus 2013



Jakarta, 16 Agustus 2013

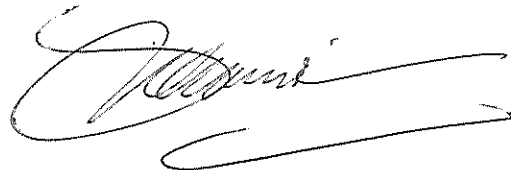
Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

  
(Firsan Nova, SE. MM)

Menyetujui

Pembimbing Materi

  
(Sukardi H.S, SE. MM)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fajriah Purwaningsih  
Nim : 2010410924  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : “ Pengaruh Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Gas (Studi Kasus Pada Konsumen PT Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi)”

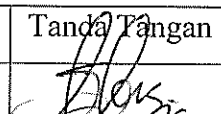

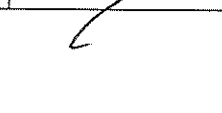
Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang ujian Skripsi Sarjana tanggal 16 Agustus 2013 dengan hasil A

Jakarta, 16 Agustus 2013

Ketua Jurusan Manajemen,

(Firsan Nova, SE. MM)

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

	Nama penguji	Jabatan Menguji	Tanda Tangan
1	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Ketua Penguji	
2	Sukardi H.S, SE. MM	Anggota Penguji	
3	Firsan Nova, SE, MM	Anggota Penguji	

Dekan Fakultas Ekonomi,

(Jombrik, SE, MM)

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS AKHIR

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Fajriah Purwaningsih

NIM : 2010910924

Program studi : S1 Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul;


“Pengaruh Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Gas (Studi Kasus Pada Konsumen PT Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi)”

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang tertulis di bawah bimbingan Bapak Sukardi Harjo Sentono, SE, MM. Seluruh isi yang ada di dalam skripsi ini merupakan karya tulis, dan menjadi tanggung jawab penulis sendiri apabila ada kesalahan dari isi dalam skripsi ini. Pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 16 Agustus 2013

Yang membuat pernyataan

METERAI  
TEMPEL  
PENGALIHAN KEASLIAN BANGSA  
2013  
BA3CAABF744745376  
ENAM RIBU RUPIAH  
6000 DJP



Fajriah Purwaningsih

## ABSTRAK

Fajriah Purwaningsih, NIM 10410924, Judul Penelitian : **PENGARUH LINGKUNGAN INTERNAL DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS. (Studi Kasus Pada Konsumen PT Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi)**, dibawah bimbingan Sukardi Sentono, SE, MM

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh lingkungan internal, dan lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian gas. Penggunaan variabel tersebut mampu menyelesaikan permasalahan pada PT Blue Gaz Indonesia.

Populasi penelitian ini adalah konsumen PT Blue Gaz Indonesia cabang Bekasi mulai dari tahun 2008 sampai tahun 2012. Dan sampel penelitian ini diambil melalui rumus slovin sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Jumlah ini diambil berdasarkan pertimbangan bahwa jumlah ini sudah melebihi dari jumlah sampel minimal untuk sampel penulisan, sehingga data yang diperoleh cukup. Teknik pengambilan sampel yaitu *Sampling Sistematis* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja atau kelipatan dari bilangan tertentu.

Analisis regresi yang digunakan dengan menggunakan *software* SPSS 18 yang digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa lingkungan internal dan lingkungan eksternal berpengaruh terhadap keputusan pembelian gas.

Pengaruh lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian gas, menurut hasil penelitian, nilai koefisien determinasi gabungan yaitu 0,554 atau 55,4% sedangkan sisanya sebesar 44,6% (100% - 55,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat, karunia, dan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : Pengaruh Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Gas (studi kasus pada konsumen PT Blue Gaz Indonsia cabang Bekasi).

Sebagaimana telah diketahui, bahwa skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada. Dari awal penelitian hingga selesainya skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan serta petunjuk baik berupa moril maupun materil dari beberapa pihak sehingga skripsi dapat selesai

Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis terutama kepada :

1. Bapak Jombrik , SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Sukardi Harjo Sentono, SE, MM. selaku Pembimbing Materi I Skripsi ini dan juga selaku WADEK I Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Firsan Nova, SE, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada dan Bapak/Ibu dan staff pengajar di lingkungan FE

Universitas Darma Persada, terima kasih atas pemberian ilmunya, dukungan dan bantuannya selama saya kuliah.

4. Seluruh Staff dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi, terutama Mbak Lis, Pak Har, Mbak Puji, dan Mas Jum.
5. Semua responden yang dengan ikhlas bersedia menjawab kuesioner dalam penelitian ini.
6. Kedua Orang Tuaku tercinta, serta adik-adiku Sofyan dan Evita terima kasih atas dukungannya selama ini kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kuliah baik berupa doa-doa, motivasi dan materi.
7. Masmoch Faisal Fahrurodji selaku orang yang selalu memberikan semangat baru kepada penulis, terima kasih atas dukungannya sampai skripsi ini selesai
8. Bapak Joseph Carter Wijaya, Bapak Heru Pramono dan Kartika Andriyani selaku *Senior Manajer Marketing, Customer Care Supervisor* dan *Sales Reffil Analyst*, terima kasih atas kesempatannya untuk melakukan penelitian di kantor tercinta.
9. Nuni Hastuti, Rothsill Diana, Indah Marjani dan khususnya Mas Yudhi Heryanto terima kasih atas bantuannya, mohon maaf selalu merepotkan. Serta rekan FCC Jabotabek dan rekan-rekan kerja yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
10. Seluruh rekan-rekan dan sahabat seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas bantuan, saran, kritik dan masukan yang telah diberikan kepada penulis.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Baik dari isi maupun cara penyajiannya mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat berharap akan kritikan serta saran yang nantinya dapat menyempurnakan skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 16 Agustus 2013



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Fajriah Purwaningsih".

Fajriah Purwaningsih

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep Bauran Pemasaran .....	11
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
B. Perilaku Konsumen.....	14
1. Model Perilaku Konsumen .....	16
2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	17
C. Pengambilan Keputusan Konsumen .....	30
D. Keputusan Pembelian.....	35
E. Pengertian Gas .....	37
F. Kerangka Pikir .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Jenis Data	
1. Data Primer .....	41
2. Data Sekunder .....	41
C. Populasi dan Sampel	
1. Populasi .....	42
2. Sampel .....	42

D. Teknik Pengambilan Sampel .....	43
E. Pengumpulan Data .....	44
F. Uji Keabsahan data .....	44
1. Validalitas .....	44
2. Reliabilitas .....	45
3. Analisis Regresi .....	46
4. Uji F.....	48
5. Uji t (Uji Parsial).....	49
6. Definisi Variabel Operasional .....	50

#### **BAB IV ANALISIS DATA**

A. Profil Perusahaan .....	54
B. Visi Perusahaan.....	55
C. Bisnis PT Blue Gaz Indonesia .....	56
D. Lokasi PT Blue Gaz Indonesia .....	58
E. Standar Produksi dan Sertifikasi.....	60
F. Layanan Pelanggan .....	64
G. Struktur Organisasi .....	66
H. Uji Validitas.....	67
I. Uji Reliabilitas .....	68
J. Analisis Profil Responden .....	69
K. Analisis Korelasi .....	95
L. Analisis Regresi .....	99
M. Hasil Uji t (Uji Parsial).....	100
N. Hasil Uji F .....	102
O. Hasil Uji Determinasi Gabungan .....	104

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 105  
B. Saran..... 106

**DAFTAR PUSTAKA ..... 108**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN ..... 111**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Target Pengalihan Minyak Tanah Ke LPG .....	3
Tabel 1.2. Daftar Perbandingan Harga Gas Di Bekasi .....	5
Tabel 1.3. Banyak Pelanggan dan Data Penjualan .....	7
Tabel 2.1. Model Perilaku Konsumen .....	16
Tabel 3.1. Definisi Variabel Operasional .....	51
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.3. Jenis Kelamin .....	70
Tabel 4.4. Pendidikan .....	71
Tabel 4.5. Usia .....	72
Tabel 4.6. Pekerjaan .....	73
Tabel 4.7. Pengeluaran .....	74
Tabel 4.8. Lama Penggunaan .....	75
Tabel 4.9. Rata-rata Persepsi Konsumen .....	75
Tabel 4.10 Interval Tanggapan .....	76
Tabel 4.11. Dorongan Kebutuhan .....	77
Tabel 4.12 Kebersihan Tabung .....	77
Tabel 4.13 Terkenal dan Familiar .....	78
Tabel 4.14 Tabel Bersih dan Layak Pakai .....	78
Tabel 4.15 Pengalaman Diri Sendiri .....	79
Tabel 4.16 Informasi dari teman .....	79
Tabel 4.17 Informasi dari media iklan .....	80
Tabel 4.18 Kepuasan dalam pemakaian .....	80
Tabel 4.19 Kepuasan pelayanan terhadap pelayanan .....	81
Tabel 4.20 Keyakinan terhadap manfaat Bluegaz .....	81
Tabel 4.21 Informasi kualitas produk .....	82
Tabel 4.22 Skor rata-rata variabel .....	82

Tabel 4.23 Rata-rata persepsi konsumen .....	83
Tabel 4.24 Mengikuti perkembangan budaya .....	84
Tabel 4.25 Mencerminkan gaya hidup .....	85
Tabel 4.26 Tingkat pendapatan .....	85
Tabel 4.27 Pengaruh lingkungan pergaulan.....	86
Tabel 4.28 Informasi dari keluarga .....	86
Tabel 4.29 Informasi dari tetangga dan tokoh panutan .....	87
Tabel 4.30 Bluegaz berkualitas tinggi .....	87
Tabel 4.31 Produk Bluegaz sesuai keinginan konsumen.....	88
Tabel 4.32 Adanya potongan harga.....	89
Tabel 4.33 Adanya angsuran kredit.....	89
Tabel 4.34 Informasi dari media iklan.....	90
Tabel 4.35 Informasi dari demo dan bazaar.....	90
Tabel 4.36 Kemudahan mendapatkan produk Bluegaz .....	91
Tabel 4.37 Informasi dari demo dan bazaar.....	91
Tabel 4.38 Skor rata-rata variabel .....	92
Tabel 4.39 Karena ingin mencoba.....	93
Tabel 4.40 Bluegaz familiar dan merek terkenal .....	93
Tabel 4.41 Mengulangi pembelian Bluegaz .....	94
Tabel 4.42 Sarankan kepada teman membeli Bluegaz .....	94
Tabel 4.43 Skor rata-rata variabel .....	95
Tabel 4.44 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	95
Tabel 4.45 Uji Korelasi.....	96
Tabel 4.46 Persamaan Regresi .....	99
Tabel 4.47 Anova.. .....	102
Tabel 4.48 Koefisien Determinasi Gabungan .....	104

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Diagram Perbandingan Penjualan Gas .....	6
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	6
Gambar 2.2. Peranan Pembelian Konsumen .....	7
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	41



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi baik kebutuhan yang bersifat biogenetik seperti kesediaan membelinya akan menciptakan permintaan rasa lapar dan haus maupun kebutuhan yang bersifat psikogenetik yaitu kebutuhan akan pengakuan, penghargaan dan rasa kepemilikan. Kebutuhan adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar dan bersifat naluriah sedangkan keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut, sehingga keinginan merupakan kebutuhan buatan yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya.

Setiap perusahaan akan selalu berusaha mempengaruhi calon pembeli agar tujuan dan sasaran perusahaan dapat tercapai. Perusahaan tidak hanya menawarkan produk yang baik dengan harga yang wajar melainkan juga memberi informasi kepada calon pelanggan mengenai produk tersebut dan dimana mereka dapat membelinya. Untuk mencapai keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan, maka perusahaan dalam melaksanakan bauran pemasaran harus waspada karena bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan sangat menentukan penjualan yang dicapai oleh perusahaan dan dengan demikian penjualan suatu produk tergantung

pada kualitas produk, harga jual, promosi penjualannya dan penyalurannya (*marketing mix*).

Salah satu permasalahan yang belum terselesaikan oleh bangsa Indonesia adalah krisis sumber daya alam, khususnya krisis energi. Krisis energi berdampak pada kelangkaan sejumlah bahan bakar tertentu sehingga menyebabkan lonjakan harga bahan bakar di pasaran seperti halnya minyak tanah. Minyak tanah banyak digunakan sebagai kebutuhan utama dalam memasak skala rumah tangga oleh sebagian besar kalangan. Beberapa tahun belakangan, ketersediaan minyak tanah menipis sehingga terjadi kenaikan harga dan kelangkaan minyak tanah di beberapa daerah. Hal ini membuat keadaan ekonomi masyarakat lapisan bawah semakin terhimpit.

Sudah bisa ditebak, masyarakat kecil semakin menjerit. Mereka harus rela mengantri berjam-jam hanya untuk mendapatkan beberapa liter minyak tanah saja. Beberapa oknum-oknum tertentu, momen tahun baru sangat cocok digunakan sebagai ajang untuk menaikkan harga sembako, terutama minyak tanah. Karena minyak tanah termasuk salah satu dari sembilan bahan pokok, dampak dari kenaikan harga ini sangat dirasakan oleh masyarakat kecil. Protes terhadap pemerintah muncul dimana-mana. Akhirnya pemerintah berinisiatif untuk memberi bantuan kepada masyarakat berupa kompor LPG yang mungkin bisa sedikit meringankan beban masyarakat kecil. Sejak 2008, langkah pemerintah untuk mengatasi hal ini adalah dengan mengkonversi minyak tanah ke gas sebagai bahan

bakar untuk memasak. Diharapkan dengan adanya program konversi minyak tanah ke gas ini akan terpenuhinya kebutuhan bahan bakar yang ramah lingkungan, berkualitas serta berkeadilan untuk masyarakat. Dalam hal yaitu meningkatkan peran pemerintah daerah sampai tingkat kelurahan atau desa untuk melakukan pengawasan terhadap pemberian tabung LPG 3kg serta gas perdana, kompor LPG dan aksesorisnya kepada masyarakat sesuai skala prioritas. Berikut tabel 1.1 Target Pengalihan Minyak Tanah ke LPG

**Tabel 1.1**  
**Target Pengalihan Minyak Tanah ke LPG**

TAHUN	TARGET KK	VOLUME (Metric Ton)	WILAYAH
2007	6.000.000	64.390,018	Jawa-Bali & Palembang
2008	9.000.000	1.171.019,93	Medan, Pekanbaru, Sumsel, Jawa-bali, Balikpapan, Makasar
2009	14.020.000	2.727.963,63	Seluruh Jawa - Bali
2010	4.500.000	3.836.328'63	Luar Jawa
2011	4.000.000	4.374.915,97	Luar Jawa
2012	4.000.000	4.918.742,80	Luar Jawa

Sumber : Ditjen Migas ESDM & Pertamina tahun 2009

Dengan bantuan ini, masyarakat tidak perlu lagi ngantri untuk membeli minyak tanah yang harganya melambung ini. Masyarakat mulai lega, namun diantara mereka ada yang takut menggunakan LPG karena sangat rawan terhadap keselamatan masyarakat itu sendiri apalagi bagi mereka yang pengetahuannya kurang. Akan tetapi muncul banyak masalah

lain salah satunya keamanan dalam pemakaian bahan bakar gas. Banyak kejadian tabung gas meledak di beberapa daerah bahkan sampai menelan korban jiwa.

PT. Blue Gaz Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan Group Tigaraksa Satria Tbk yang bergerak di bidang industri alat dapur dan pengisian gas LPG dan telah berpengalaman lebih dari 10 tahun dalam pembuatan kompor gas portable, pengisian dan distribusi gas refill LPG yang memanfaatkan peluang yang ada dari masalah-masalah tersebut.

Dalam memilih PT. Blue Gaz masyarakat di janjikan dan dipengaruhi bahwa produk yang ditawarkan sangat aman untuk digunakan. Dengan menggunakan regulator CSL (*Child Safety Lock*) sangat aman dari jangkauan anak-anak, menggunakan drat ulir, mudah dan aman dalam pemakaian. Regulator akan menutup secara otomatis jika terjadi kebocoran. Kompor gas model terbaru bernuansa futuristik. Api yang dihasilkan kompor bersilang dan berpusat sehingga lebih efisien dalam pemakaian. Dilengkapi dengan pemantik elektrik untuk memudahkan penggunaan. Permukaan kompor terbuat dari stainless steel tanpa lubang sehingga mudah dibersihkan. Dan tentu saja anti gores dan anti karat.

Pada saat ini LPG tidak hanya menyediakan ukuran 3Kg saja yang merupakan solusi PERTAMINA dalam melaksanakan program diversifikasi energi yang dicanangkan pemerintah dengan mengkonversi penggunaan minyak tanah menjadi LPG namun sudah ada dalam kemasan ukuran 12Kg dan 50Kg. Bahkan LPG menghadirkan Ease Gas yang

merupakan produk LPG Premium dari Pertamina. Ease Gas hadir dalam kemasan 9Kg dan 14Kg. Komposisi Ease Gas sebagian besar terdiri dari gas Propane ( $C_3H_8$ ) dan Butane ( $C_4H_{10}$ ) yang telah memenuhi Standard fan Mutu (Spesifikasi) Bahan Bakar Gas jenis LPG campuran yang berlaku (Menurut Keputusan Dirjen Migas No.25 K/36/DDJM/1990 tanggal 14 Mei 1990) dan dengan tampilan tabung yang lebih elegant dan bersih serta kualitas tabung yang terbuat dari baja terbaik. Pada tabel 1.2, dapat dilihat daftar harga gas yang beredar di masyarakat.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Perbandingan Harga Gas di Bekasi**

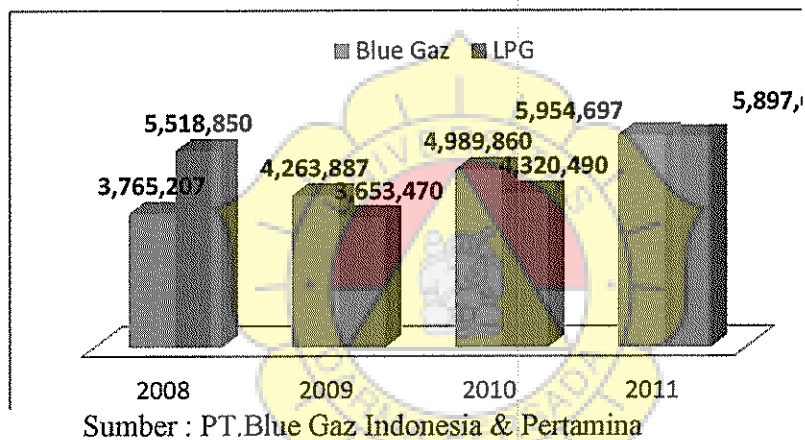
LPG		Ease Gas		Blue Gaz	
Ukuran	Harga	Ukuran	Harga	Ukuran	Harga
3Kg	Rp17,500	9Kg	Rp95,000	3Kg	Rp45,000
12Kg	Rp78,000	14Kg	Rp148,000	5,5Kg	Rp90,000
50Kg	Rp650,000	-	-	-	-

Sumber : PT.Blue Gaz Indonesia & Pertamina

Walaupun untuk isi gas hampir sama dengan Ease Gas atau LPG lainnya yaitu Campuran 70% butane dan 30% propane (Menurut Keputusan Dirjen Migas No.25 K/36/DDJM/1990 tanggal 14 Mei 1990) namun Blue Gaz melihat bahwa adanya aspek keamanan penggunaan gas akhir-akhir ini menjadi sorotan publik. Dalam hal ini Blue Gaz berupaya menjaga keamanan penggunaan gas yang dapat dikelompokkan menjadi tiga aspek keamanan yaitu keamanan tabung, aksesoris dan peralatan memasak gas, kewanaman proses pengisian dan

pendistribusian tabung gas serta keamanan cara penggunaan gas itu sendiri. Sedangkan untuk kemasan Blue Gaz hanya menghadirkan untuk ukuran 3Kg dan 5,5Kg saja dan dengan menggunakan gas atau LPG non-subsidi yang bisa dikatakan untuk harga blue gaz jauh lebih mahal jika dibandingkan daripada LPG. Pada Gambar 1.1 dapat dilihat diagram perbandingan penjualan gas yang beredar di masyarakat

**Gambar 1.1**  
**Diagram perbandingan penjualan gas**  
**yang beredar di masyarakat 2008-2011**



Menyikapi tingkat persaingan yang semakin ketat tersebut perusahaan melakukan pembenahan diri dan restrukturisasi dengan meningkatkan efektifitas usaha dalam rangka mencapai tujuannya. Salah satu bentuk peningkatan efektifitas dengan selalu meningkatkan mutu pelayanan baik dalam sektor produk tabung gas itu sendiri maupun dalam sektor pelayanan kepada konsumen sehingga menimbulkan minat untuk membeli tabung gas tersebut. Pelayanan dikatakan prima tidaklah berarti dapat memenuhi ketentuan yang kaku namun yang dimaksudkan adalah

sebuah bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen mendekati kriteria yang diharapkan dan dapat diterima walaupun tidak sepenuhnya dapat memenuhi tuntutan atau keluhan konsumen merupakan alat pengawasan terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga diharapkan setiap bentuk keluhan perlu segera di respon dan ditangani dengan serius atau sebagai bahan evaluasi terhadap kebijakan yang ada.

**Tabel 1.3**  
**Banyak Pelanggan dan Data Penjualan**  
**PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi Tahun 2008-2012**

Tahun	Jumlah Pelanggan gas (Pelanggan)	Volume Penjualan Gas (SalesOut/Tabung)	Nilai Penjualan Gas (juta Rp)
(1)	(2)	(3)	(4)
2008	2,816	275,306	16,518,360,000
2009	4,718	174,414	10,464,840,000
2010	5,473	193,461	11,607,660,000
2011	6,535	240,870	16,860,900,000
2012	8,010	256,379	17,946,530,000

Sumber : PT.Blue Gaz Indonesia

Jumlah pelanggan PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi dari tahun 2008-2012 mengalami peningkatan. Pada tahun 2008, jumlah pelanggan di Bekasi sebanyak 2.816 pelanggan, kemudian pada tahun 2012 meningkat, jumlah pelanggan sebesar 8.010 pelanggan. Dalam kurun waktu 4 tahun, terjadi peningkatan pelanggan sebesar 69,77 persen.

Jika dilihat dari volume penjualan gas di Bekasi, dari tahun 2008-2009 terjadi penurunan volume penjualan gas karena terjadi penurunan pasokan gas dari Pemasok LPG Negara sehingga pemerintah provinsi Jakarta membatasi konsumsi gas di sektor industri untuk

menghindari konsumsi gas yang berlebihan. Namun dari tahun 2009 hingga tahun 2012 terjadi peningkatan volume penjualan gas yang cukup signifikan.

Keputusan konsumen dalam memutuskan membeli dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal di lingkungan konsumen berada. Karena berdasarkan faktor tersebut konsumen akan menentukan membeli satu kebutuhan sesuai minatnya.

Perilaku konsumen dalam menentukan keputusan akhir untuk membeli atau tidaknya cenderung akan memilih yang memiliki keunggulan pelayanan. Keunggulan pelayanan ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan bila perlu jangan sampai ditiru oleh pesaing. Dari hal itulah maka kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat krusial dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana **“Pengaruh Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Gas (Studi kasus pada konsumen PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi) ”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan memperhatikan lingkungan internal dan eksternal yang sebelumnya maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap proses keputusan pembelian gas.

Permasalahan-permasalahan yang dapat teridentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keputusan pembelian Gas (Studi kasus pada konsumen PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi) secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keputusan pembelian Gas (Studi kasus pada konsumen PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi) secara simultan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari identifikasi permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal secara parsial terhadap keputusan pembelian Gas (Studi kasus pada konsumen PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi).
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal sehingga nantinya akan diketahui hasilnya secara keseluruhan dan dominan terhadap keputusan pembelian Gas (Studi kasus pada konsumen PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi).

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penulisan ini adalah :

1. Bagi perusahaan, Dapat dipakai sebagai usaha untuk menjelaskan

pengaruh lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian gas (Studi kasus pada konsumen PT. Blue Gaz Indonesia Cabang Bekasi) sehingga dijadikan masukan bagi perusahaan yang terkait.

2. Bagi penulis untuk melatih menganalisis kondisi lapangan dan mengintegrasikan teori yang didapat dari meja kuliah dengan kondisi lapangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya. Dapat dijadikan referensi dan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

