

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Tentang *MyPertamina*

Pada tahun 2020, Pertamina menerapkan digitalisasi SPBU, yang dimana seluruh aplikasi dan situs yang berhubungan dengan SPBU terintegrasi satu sama lain. Pembayaran non-tunai sarana EDC merekap seluruh data transaksi *MyPertamina* dan LinkAja dengan server pusat. Selain itu difungsikan untuk mencetak transaksi, dengan dihubungkan dengan mesin dispenser di SPBU. Selain transaksi pembayaran, dengan digitalisasi SPBU kondisi stok BBM, penjualan BBM dapat dipantau oleh pihak yang berwenang seperti Pertamina, Kementerian ESDM, BPH Migas, Kementerian Keuangan, dan Kementerian BUMN.

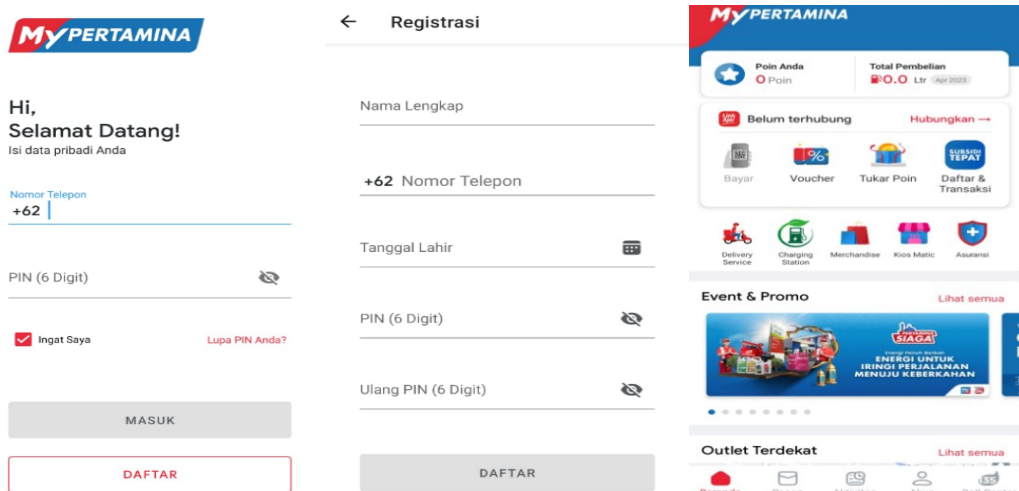
Inovasi yang dilakukan pemerintah dalam penerapan e-government dinilai dapat menyederhanakan persyaratan administrasi. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan pelanggan, khususnya di sektor retail BBM, PT Pertamina berusaha untuk menjaga pelanggannya agar tetap loyal dengan menciptakan loyalty program yaitu *MyPertamina*. *MyPertamina* adalah program loyalty dan e-payment yang memberikan user experiences dari PT Pertamina (Persero) dengan mudah untuk seluruh pelanggan Pertamina.

Dengan menggunakan aplikasi *MyPertamina*, pembayaran dapat dilakukan secara non-tunai melalui Link Aja, OVO, Gopay dan Kartu Debit (BRI, Mandiri dan BNI), sehingga lebih ringkas tanpa perlu mengantri menunggu kembalian dan lain sebagainya. Namun, dibalik berbagai fasilitas yang diberikan, masyarakat masih menemui beberapa kendala misalnya aplikasi *MyPertamina* yang sulit dibuka, banyaknya SPBU yang belum memiliki alat transaksi *MyPertamina*, namun seiring waktu semua SPBU saat ini di wilayah Palembang sudah hampir 97% memiliki alat transaksi menggunakan *MyPertamina*. Beberapa kendala pendaftaran akun yang sering kali gagal, transaksi yang sukses dengan *MyPertamina* namun poin nya tidak bertambah yang mengakibatkan kepercayaan pada *MyPertamina* berkurang dan konsumen kurang mendapatkan keuntungan dari adanya aplikasi tersebut.

Selain tujuan menerapkan transaksi non-tunai, *MyPertamina* juga digunakan untuk penjualan bahan bakar minyak atau BBM bersubsidi jenis Peralite dan solar yang diberlakukan sejak 1 Juli 2022 oleh PT. Pertamina Niaga. Hal ini, dijelaskan oleh Direktur Utama Pertamina Patra Niaga, Alfian Nasution, pada tanggal 27 Juni 2022 kepada CNBC Indonesia, menyalurkan BBM subsidi merupakan salah satu amanah yang diberikan kepada Pertamina Patra Niaga, Sub Holding Commercial & Trading PT. Pertamina (Persero) dalam rangka memenuhi kebutuhan energi yang terjangkau bagi masyarakat, sebagaimana Peraturan Presiden No. 191/2014 dan Surat Keputusan (SK) BPH Migas No. 4/2020 penyaluran Solar dan Peralite penugasan ini diatur oleh regulasi.

4.1.2. Pembelian Retail Melalui *MyPertamina*

MyPertamina hadir sebagai bentuk apresiasi kepada seluruh pelanggan setia produk PT. Pertamina Patra Niaga yang bekerja sama dengan LinkAja! dalam mendukung sistem pembayaran agar mempermudah pelanggan saat bertransaksi. *MyPertamina* adalah aplikasi yang mudah diakses melalui Playstore/ Appstore dengan banyak keuntungan serta sarana pelanggan untuk mendapatkan point yang dapat ditukarkan dengan berbagai macam rewards melalui aplikasi *MyPertamina*.

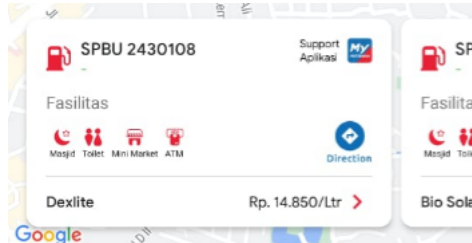


MyPertamina diciptakan oleh Pertamina untuk memudahkan masyarakat dalam melaksanakan Pembelian Product Pertamina dengan Pembayaran elektronik e-payment. Selain itu terdapat beberapa fungsi lain pada aplikasi *MyPertamina*, diantaranya:

1) Navigasi SPBU *MyPertamina*

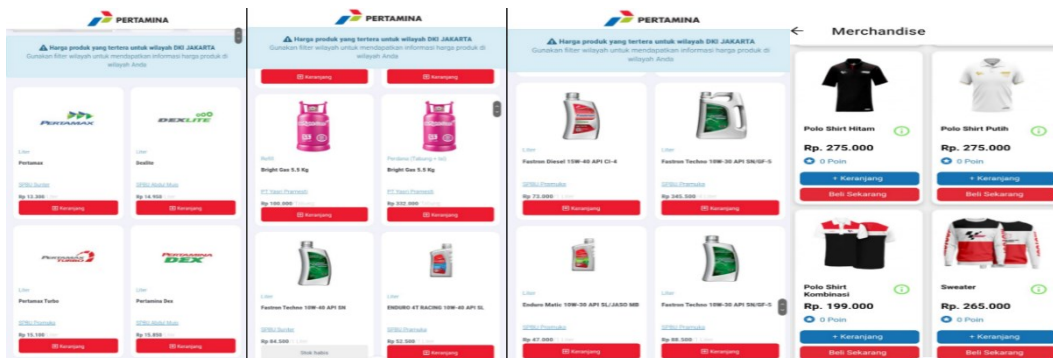
Sistem navigasi ini mirip dengan pemetaan web yang ada di Google Maps. Tapi pemetaannya khusus untuk letak SPBU-SPBU Pertamina di Indonesia yang sudah terintegrasi dengan EDC LinkAja. Fitur ini tersambung dengan Google Maps.

← Outlet terdekat List



2) Pengenalan Produk Pertamina

Pertamina memiliki beberapa produk BBM diantaranya: Pertamina Turbo, Pertamina, Peralite, Pertamina Dex, Dexlite, dan produk selain BBM seperti elpiji, *refrigant*, *lubricant* (pelumas), dan layanan belanja Bright, termasuk *merchandise*. Setiap produk Pertamina tersebut dijelaskan dan dikenalkan melalui *MyPertamina*.



3) Informasi Event dan Promo

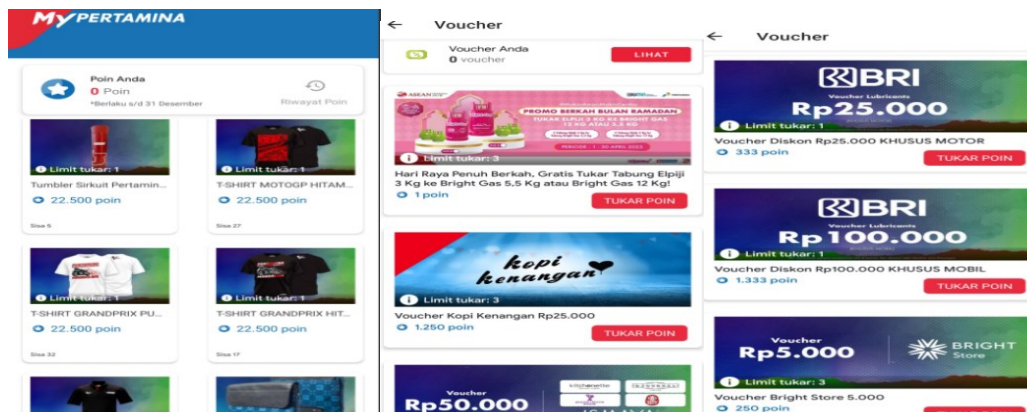
Aplikasi *MyPertamina* juga menginformasikan tentang event seperti konser Pertashow dan promo yang diselenggarakan oleh Pertamina.



4) Penukaran Poin

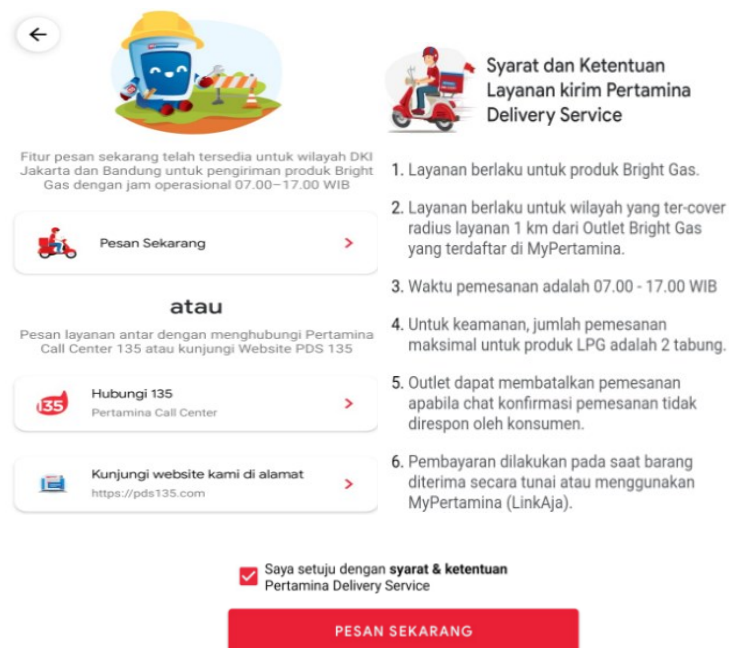
Aplikasi *MyPertamina* menyediakan poin bagi orang yang melakukan non tunai ketika membeli BBM di SPBU. Poin tersebut dapat ditukar dengan voucher, produk Pertamina, dan layanan kesehatan gratis dengan ketentuan yang berlaku.





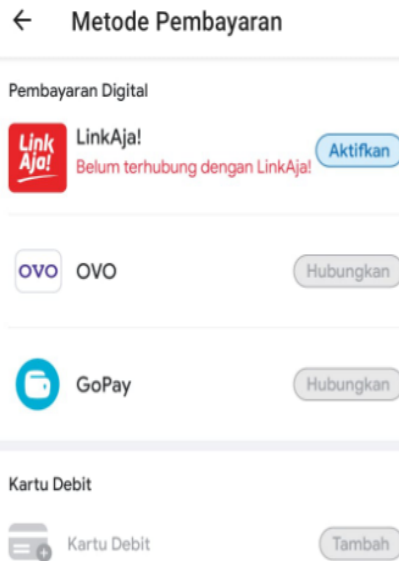
5) Delivery Services

Inovasi pelayanan dari Pertamina khusus bagi pengguna produk Pertamina Turbo, Pertamina Dex serta LPG Bright Gas dengan menghubungi *call centre* 135.



6) E-Payment

MyPertamina menggunakan system terintegrasi dengan link aja tapi saat ini juga bisa menyinkronkan dengan OVO, Gopay dan Kartu Debit yang konsumen miliki, seperti gambar berikut:



4.1.3. Pembelian BBM Bersubsidi Melalui *MyPertamina*

4.1.3.1. Pembelian BBM Bersubsidi

1) Apa itu BBM Subsidi?

Merupakan BBM yang diberikan subsidi oleh Pemerintah menggunakan dana APBN, memiliki jumlah yang terbatas sesuai dengan kuota, harganya ditetapkan Pemerintah dan diperuntukan untuk konsumen pengguna tertentu. Jenis BBM yang termasuk BBM bersubsidi adalah Biosolar dan Peralite.

2) Siapa saja penerima subsidi?

Konsumen Pengguna Biosolar Subsidi

*Sesuai lampiran Perpres No 191 tahun 2014 **

Konsumen yang berhak mendapatkan solar bersubsidi diatur sesuai Peraturan Presiden Nomor 191 Tahun 2014 tentang Penyediaan, Pendistribusian, dan Harga Jual Eceran Bahan Bakar Minyak.

1) Transportasi Darat

- Kendaraan pribadi

- Kendaraan umum plat kuning
- Kendaraan angkutan barang (kecuali untuk pengangkut hasil pertambangan dan perkebunan dengan roda > 6).
- Mobil layanan umum: Ambulance, Mobil Jenazah, Sampah dan Pemadam Kebakaran

2) Transportasi Air

- Transportasi Air dengan Motor Tempel, ASDP, Transportasi Laut Berbendera Indonesia, Kapal Pelayaran Rakyat/Perintis, dengan verifikasi dan rekomendasi Kepala SKPD / Kuota oleh Badan Pengatur.

3) Usaha Perikanan

- Nelayan dengan kapal ≤ 30 GT yang terdaftar di kementerian kelautan dan perikanan, verifikasi dan rekomendasi SKPD.
- Pembudidaya ikan skala kecil dengan verifikasi dan rekomendasi SKPD.

4) Usaha Pertanian

- Petani/kelompok tani/usaha pelayanan jasa alat mesin pertanian dengan luas tanah ≤ 2 ha \rightarrow SKPD.

5) Layanan Umum/ Pemerintah

- Krematorium dan tempat ibadah untuk kegiatan penerangan sesuai dengan verifikasi dan rekomendasi SKPD.
- Panti asuhan dan Panti Jompo untuk penerangan sesuai dengan verifikasi dan rekomendasi SKPD
- Rumah sakit type C & D.

6) Usaha Mikro

- Usaha Mikro / Home Industry dengan verifikasi dan rekomendasi SKPD.

7) Konsumen Pengguna Peralite

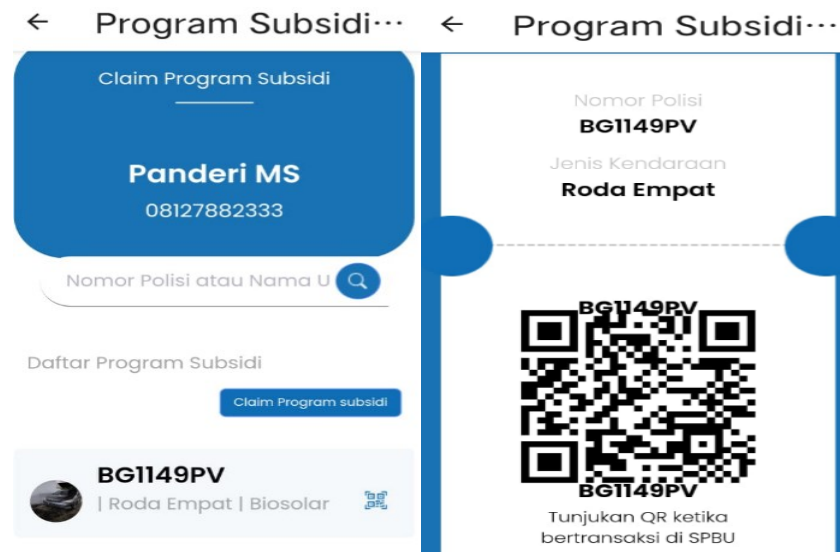
Dalam tahap penerbitan revisi Perpres No 191 tahun 2014

4.1.4. Tata Cara Pendaftaran Subsidi Tepat Melalui Aplikasi MyPertamina

Pendaftaran dapat dilakukan melalui aplikasi MyPertamina yang mudah diakses melalui Playstore/ Appstore atau melalui website: <https://subsidiempat.MyPertamina.id/>



Setelah pencocokan data maksimal 14 hari kerja, maka pengguna BBM Bersubsidi mendapatkan barcode sesuai kendaraan terdaftar. Pembelian BBM Subsidi harus disertai barcode seperti gambar berikut:



Kelompok kami merasa tujuan *MyPertamina* ini baik yaitu untuk menekan penyalahgunaan BBM Bersubsidi, mengurangi penggunaan uang tunai (*cashless*), memanfaatkan perkembangan teknologi (*digitalisasi*) serta memperkenalkan aplikasi layanan keuangan dari Pertamina dan BUMN yang terkait.

4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan, maka hasil kuisioner yang dibagikan kepada 30 responden dibuat tabulasinya untuk kemudian diolah dengan menggunakan program komputer analisis statistik SPSS, untuk dilakukan uji validitas dan uji reliabilitasnya. Berikut ini hasil uji validitas dan uji reliabilitas.

4.2.1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Adapun hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dapat disajikan dalam Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas

Indikator	<i>Product Moment Pearson's</i>	Sig.		α	Keterangan
X1.1	0,800	0,000	<	0,05	Valid
X1.2	0,662	0,000	<	0,05	Valid
X1.3	0,684	0,000	<	0,05	Valid
X1.4	0,475	0,008	<	0,05	Valid
X1.5	0,868	0,000	<	0,05	Valid
X2.1	0,652	0,000	<	0,05	Valid
X2.2	0,411	0,000	<	0,05	Valid
X2.3	0,754	0,000	<	0,05	Valid
X2.4	0,586	0,001	<	0,05	Valid
X2.5	0,509	0,004	<	0,05	Valid
Y.1	0,373	0,043	<	0,05	Valid
Y.2	0,755	0,000	<	0,05	Valid
Y.3	0,712	0,000	<	0,05	Valid
Y.4	0,739	0,000	<	0,05	Valid
Y.5	0,625	0,000	<	0,05	Valid

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa masing-masing indikator (item) pada masing-masing variabel Brand Image dan promosi penjualan yang merupakan variabel independen terhadap keputusan pembeli yang merupakan variabel dependen mempunyai hasil nilai *product moment pearson's* dengan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga indikator (*item*) yang digunakan dalam variabel penelitian ini dapat dinyatakan sesuai atau relevan dan dapat digunakan sebagai item dalam pengumpulan data.

4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan bertujuan untuk mengukur konsisten atau tidak kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel X dengan variabel Y. Sebelum dilakukannya pengujian reliabilitas harus ada dasar pengambilan keputusan yaitu alpha sebesar 0,60. Variabel yang dianggap reliabel jika nilai variabel tersebut lebih besar dari $>0,60$ jika lebih kecil maka variabel yang diteliti

tidak bisa dikatakan reliabel karena $<0,60$. Adapun hasil reliabilitas yang dilakukan terhadap instrument penelitian ini dapat dijelaskan pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cutt Off</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Brand Image (X ₁)	0,744	> 0,60	5	Reliabel
Promosi Penjualan (X ₂)	0,737	> 0,60	5	Reliabel
Keputusan Pembeli (Y)	0,664	> 0,60	5	Reliabel

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.2, maka dari hasil uji reliabilitas variabel independen Brand Image (X₁) dan promosi penjualan (X₂) menunjukkan bahwa data yang diperoleh bersifat reliabel karena nilai *cronbach's alpha* yakni 0,744 dan 0,737 sedangkan hasil uji reliabilitas variabel dependen keputusan pembeli (Y) menunjukkan bahwa data yang diperoleh bersifat reliabel karena nilai *cronbach's alpha* yakni 0,664.

4.3. Gambaran Profil Responden Penelitian

Dalam penelitian ini yang dipilih sebagai objek penelitian oleh peneliti adalah konsumen yang menggunakan aplikasi *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran di kota Palembang. Selain itu konsumen yang menggunakan aplikasi *MyPertamina* dalam melakukan transaksi pembayaran diharapkan dapat mewakili keanekaragaman golongan konsumen baik secara jenis kelamin, usia dan pendidikan. Dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi kuesioner yang berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan brand image, promosi penjualan dan keputusan pembelian. Adapun hasil gambaran profil responden penelitian yang ini dapat dijelaskan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3. Profil Responden Penelitian

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	56	56.0
2	Perempuan	44	44.0
Total		100	100

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	17 – 25	15	15.0
2	26 – 35	48	48.0
3	35 – 50	28	28.0
4	>51	9	9.0
Total		100	100

No	Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SMA	21	21.0
2	Diploma	12	12.0
3	S1	52	52.0
4	S2/ S3	11	11.0
5	Lainnya	4	4.0
Total		100	100

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3, jenis kelamin responden yang mendominasi sebanyak 56 orang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 56%. Sedangkan minoritas responden adalah perempuan yang menjadi responden dengan jumlah 44 orang atau sekitar 44%.

Usia responden yang paling banyak atau mayoritas adalah responden yang berumur diantara 26 - 35 tahun berjumlah 48 orang dengan persentase 48%, sedangkan responden dengan umur yang menjadi minoritas adalah usia yang berkisar > 51 tahun yang berjumlah 9 orang dengan persentase 9%.

Tingkat pendidikan responden yang paling banyak atau mayoritas adalah responden kategori tingkat pendidikan S1 yang berjumlah 52 orang dengan persentase

52%, sedangkan minoritas adalah responden dengan kategori tingkat pendidikan Lainnya berjumlah 4 orang dengan persentase 4%.

4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil dari sebaran jawaban kuesioner, selanjutnya diperoleh jawaban responden masing-masing variabel yang didasarkan pada nilai-nilai skor rata-rata dikategorikan ke dalam rentang skor. Survei ini menggunakan skala likert dengan bobot terendah adalah 1 dan tertinggi adalah 5 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka range skor menjadi sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik
- 1,81 – 2,60 = Tidak Baik
- 2,61 – 3,40 = Cukup
- 3,41 – 4,20 = Baik
- 4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Sumber: (Sugiyono, 2016)

4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image (X1)

Tanggapan responden berkaitan dengan variabel persepsi harga akan memberikan gambaran mengenai sejauh mana *Brand Image* dalam menggunakan *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran di kota Palembang. Variabel Brand Image diwakili oleh lima item pertanyaan. Adapun pendapat responden terhadap item-item variabel *Brand Image* dapat dijelaskan pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4. Tanggapan Responden Pada Variabel *Brand Image* (X1)

Variabel	Pernyataan	STS (1) %	TS (2) %	N (3) %	S (4) %	SS (5) %	Jumlah	Rata-rata	Interpretasi
X1.1	Aplikasi MyPertamina merupakan aplikasi milik PT Pertamina (Persero) yang sudah sangat	0	0	8	52	40	100	4,32	Sangat Baik

X1.2	terkenal dan familiar di semua masyarakat Logo MyPertamina memiliki desain yang menarik dan mudah diingat	0	0	15	49	36	100	4,21	Sangat Baik
X1.3	PT Pertamina (Persero) memanfaatkan perkembangan teknologi serta kebutuhan masyarakat dalam melakukan pembayaran dalam melakukan pemasaran mengenai manfaat dan penggunaan aplikasi MyPertamina	0	0	12	46	42	100	4,30	Sangat Baik
X1.4	Saya merasa aman serta cepat tanggap dalam proses pelayanan yang diberikan jika melakukan pembayaran melalui aplikasi MyPertamina	0	0	0	15	85	100	4,85	Sangat Baik
X1.5	Saya merasakan banyak manfaat saat menggunakan Aplikasi MyPertamina	0	4	42	34	20	100	3,70	Baik
Rata-rata							100	4,27	Sangat Baik

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa pada variabel *Brand Image* pada indikator saya merasakan banyak manfaat saat menggunakan Aplikasi *MyPertamina* menunjukkan nilai yang paling rendah yaitu sebesar 3,70. Hal ini diduga bahwa tidak semua konsumen selalu menggunakan aplikasi *MyPertamina* dalam melakukan pembelian baik BBM atau produk PT Pertamina Patra Niaga. Pada indikator saya merasa aman serta cepat tanggap dalam proses pelayanan yang diberikan jika melakukan pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina* menunjukkan skor yang paling tinggi sebesar 4,85. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan dalam melakukan pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina* memberikan jalur khusus, dimana antrian tidak terlalu panjang jika dibandingkan dengan pembayaran dengan cara tunai. Dengan demikian, total nilai skor rata-rata pada variabel Brand Image yaitu sebesar 4,27 dan termasuk dalam kategori “Sangat Baik”.

4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan (X2)

Tanggapan responden berkaitan dengan variabel promosi penjualan akan memberikan gambaran mengenai sejauh mana promosi penjualan dalam menggunakan *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran di kota Palembang. Variabel promosi penjualan diwakili oleh lima item pertanyaan. Adapun pendapat responden terhadap item-item variabel promosi penjualan dapat dijelaskan pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5. Tanggapan Responden Pada Variabel Promosi Penjualan (X2)

Variabel	Pernyataan	STS (1) %	TS (2) %	N (3) %	S (4) %	SS (5) %	Jumlah	Rata-rata	Interpretasi
X2.1	Pertamina sering memberikan potongan harga jika melakukan transaksi menggunakan aplikasi MyPertamina	0	9	65	23	3	100	3,20	Baik
X2.2	Aplikasi MyPertamina selalu memberikan tambahan point bagi semua pengguna MyPertamina	0	0	2	33	65	100	4,63	Sangat Baik
X2.3	MyPertamina sering melaksanakan tebar hadiah melalui penukaran point	0	3	34	52	11	100	3,71	Baik
X2.4	Point MyPertamina dapat ditukarkan dengan voucher makanan di restoran tertentu	0	1	28	60	11	100	3,81	Baik
X2.5	Point MyPertamina dapat ditukar dengan merchandise menarik dari Pertamina	0	1	25	69	5	100	3,78	Baik
Rata-rata							100	3,82	Baik

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pada variabel promosi penjualan pada indikator Pertamina sering memberikan potongan harga jika melakukan transaksi menggunakan aplikasi *MyPertamina* menunjukkan nilai yang paling rendah yaitu sebesar 3,20. Hal ini diduga bahwa pemberian potongan harga ini dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, salah satunya dengan melakukan pembelian minimum liter BBM baru bisa mendapatkan potongan harga. Pada indikator aplikasi *MyPertamina*

selalu memberikan tambahan point bagi semua pengguna *MyPertamina* menunjukkan nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 4,63. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian dengan pembayaran menggunakan aplikasi *MyPertamina*, konsumen mendapatkan point. Dengan demikian total nilai skor rata-rata pada variabel promosi penjualan sebesar 3,82 dan termasuk dalam kategori “Baik”.

4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembeli (Y)

Tanggapan responden berkaitan dengan variabel keputusan pembeli akan memberikan gambaran mengenai sejauh mana keputusan pembeli dalam menggunakan *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran di kota Palembang. Variabel keputusan pembeli diwakili oleh lima item pertanyaan. Adapun pendapat responden terhadap item-item variabel keputusan pembeli dapat dijelaskan pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6. Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembeli (Y)

Variabel	Pernyataan	STS (1) %	TS (2) %	N (3) %	S (4) %	SS (5) %	Jumlah	Rata-rata	Interpretasi
Y.1	Saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui <i>MyPertamina</i> karena dapat terintegrasikan dengan kartu debit, Link Aja, Ovo, dan Gopay	0	0	1	8	91	100	4,90	Sangat Baik
Y.2	Saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui <i>MyPertamina</i> karena selalu mendapatkan tambahan point yang dapat ditukarkan dengan hadiah menarik	0	3	35	39	23	100	3,82	Baik
Y.3	Saya dapat menggunakan aplikasi <i>MyPertamina</i> dalam melakukan pembayaran pada pembelian BBM di SPBU milik Pertamina	0	1	8	39	52	100	4,42	Sangat Baik
Y.4	Pembayaran melalui aplikasi <i>MyPertamina</i> memudahkan saya dalam melakukan pembayaran	0	1	6	34	59	100	4,51	Sangat Baik

Y.5	dengan cepat dan praktis dalam melakukan transaksi pembayaran MyPertamina system pembayaran elektrik sehingga cukup membawa smartphone saat melakukan pembelian produk Pertamina	0	0	5	41	54	100	4,49	Sangat Baik
Rata-rata							100	4,42	Sangat Baik

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

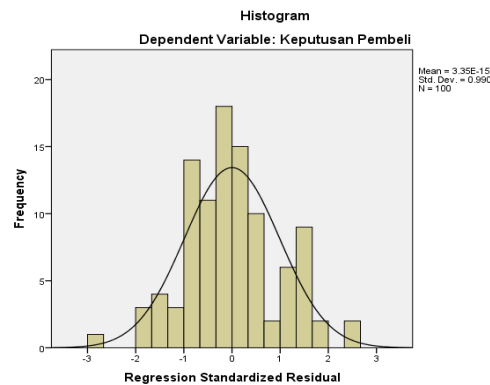
Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa pada variabel keputusan pembeli pada indikator saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui *MyPertamina* karena selalu mendapatkan tambahan point yang dapat ditukarkan dengan hadiah menarik menunjukkan nilai yang paling rendah yaitu sebesar 3,82. Hal ini diduga bahwa penambahan point ini diberikan dengan jumlah minimum pembelian, dimana jika konsumen melakukan pembelian dengan jumlah dibawah batas minimum pembelian (terutama untuk kendaraan roda dua) yang biasanya melakukan pembelian BBM dibawah 5 liter per transaksi tidak mendapatkan point. Pada indikator saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui MyPertamina karena dapat terintegrasikan dengan kartu debit, Link Aja, Ovo, dan Gopay menunjukkan nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 4,90. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya aplikasi *MyPertamina* lebih memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian, total nilai skor rata-rata variabel keputusan pembeli sebesar 4,42 dan termasuk dalam kategori “Sangat Baik”.

4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berdistribusi normal, dalam penelitian ini peneliti

menggunakan uji normalitas. Berikut adalah hasil uji normalitas dapat dilihat dari Gambar 4.1.



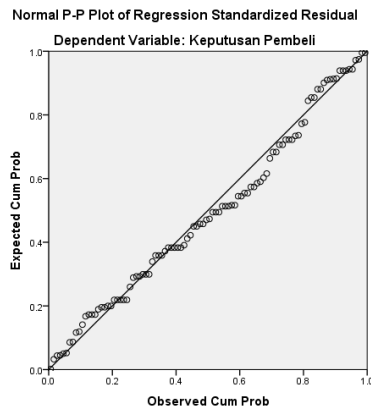
Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Gambar 4.1.
Grafik Histogram

Berdasarkan Gambar 4.1 terlihat bahwa pola distribusi mendekati normal, akan tetapi jika kesimpulan normal tidaknya data hanya dilihat dari grafik histogram, maka hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Salah satu pendekatan yang dilakukan untuk uji normalitas adalah menggunakan uji normal probability plot (P-P Plot). Adapun kriteria dalam uji normal probability plot sebagai berikut:

- 1) Jika titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonalnya maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.



Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Gambar 4.2.
Normal Probability Plot

Berdasarkan pada Gambar 4.3, uji normal P-P Plot of Regression, dapat dijelaskan bahwa garis diagonal dalam grafik ini menggambarkan keadaan ideal dari data yang mengikuti distribusi normal. Karena titik-titik di sekitar garis adalah keadaan data yang diuji. Gambar diatas menunjukkan kebanyakan titik-titik berada sangat dekat dengan garis atau bahkan menempel pada garis, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh mengikuti distribusi normal atau data berdistribusi normal.

Adapun langkah lain yang dapat ditempuh untuk melakukan uji normalitas yaitu menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov Test sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.58532113
Most Extreme Difference	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.127

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.7 tersebut menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan dengan uji *kolmogorov-smirnov* yang menunjukkan hasil yang memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,127 yang berada diatas 0,05.

4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai Variance Inflation Factors (VIF), kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai VIF < 10, maka tidak terdapat multikolinieritas di antara variabel independent, dan sebaliknya jika pada tabel ditunjukkan nilai VIF seluruhnya > 10, maka terjadi multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas dapat dijelaskan pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinieritas

Test Of Multikolinierity	VIF	Cutt Off	Keterangan
Brand Image	1.835	< 10	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Promosi Penjualan	1.711	< 10	Tidak Terjadi Multikolinieritas

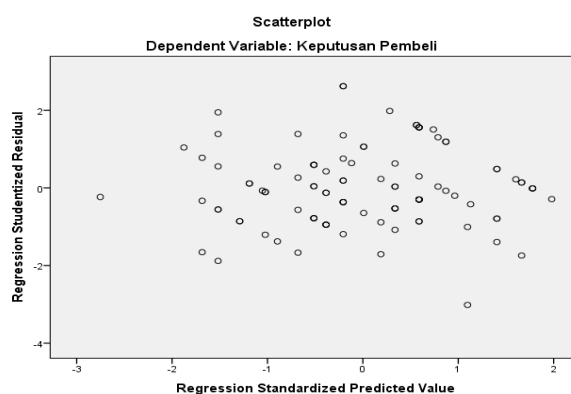
Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.8 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen karena menunjukkan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinearitas.

4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji Scatterplot. Dasar uji heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Gambar 4.3.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.3, menunjukkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas, karena sebaran data tidak membentuk garis tertentu atau tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y.

4.6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Brand Image (X_1) dan promosi penjualan (X_2) terhadap keputusan pembeli (Y). Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.9 diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients			
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	Sig
1	B		Beta	
	Constant	.537	.254	
	Brand Image	.647	.080	.649
	Promosi Penjualan	.207	.080	.208

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.9 tersebut, hasil analisis regresi linier berganda dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,537 + 0,647X_1 + 0,207X_2 + e$$

Persamaan regresi linier di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta 0,537 menunjukkan besarnya keputusan pembeli adalah 0,537. Jika variabel brand image (X_1) dan promosi penjualan (X_2) adalah 0 (nol).
- 2) Nilai koefisien regresi variabel brand image sebesar 0,647 mempunyai arti jika brand image semakin meningkat, maka keputusan pembeli dalam menggunakan MyPertamina sebagai alat transaksi pembayaran akan meningkat. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis pertama

dapat diterima. Dengan nilai tersebut dan nilai koefisien regresi sebesar 0,647, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif antara brand image terhadap keputusan pembeli dalam menggunakan *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran.

- 3) Nilai koefisien regresi variabel promosi penjualan sebesar 0,207 mempunyai arti jika promosi penjualan semakin meningkat, maka keputusan pembeli dalam menggunakan *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran akan meningkat. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. Signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis kedua dapat diterima. Dengan nilai tersebut dan nilai koefisien regresi sebesar 0,207, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif antara promosi penjualan terhadap keputusan pembeli dalam menggunakan *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran.

Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798	.637	.630	.591325

Sumber Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan *output model summary* pada Tabel 4.10, hasil uji koefisien korelasi (r) terlihat bahwa besarnya pengaruh variabel Brand Image dan promosi penjualan terhadap keputusan pembeli yaitu sebesar 0,798 atau sebesar 79,8%. Besarnya angka R square (R²) adalah 0,637 atau sebesar 63,7%, angka tersebut digunakan untuk melihat bagaimana Brand Image dan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembeli dalam menggunakan *MyPertamina* sebagai alat transaksi pembayaran di kota Palembang. Angka tersebut mempunyai maksud bahwa bagaimana variabel Brand Image dan promosi penjualan dalam menunjukkan faktor apa saja yang dapat

mempengaruhi keputusan pembeli dan secara bersama-sama sebesar 63,7% sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, citra perusahaan, harga.

4.7. Uji Hipotesis

4.7.1. Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji kesesuaian model atau yang lebih populer disebut sebagai uji F dalam penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi model persamaan regresi layak atau tidak layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil pengujian dan pengolahan data, maka diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)

		ANNOVA ^b				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.598	2	29.799	85.221	.000 ^a
	Residual	33.917	97	.350		
Total		93.515	99			

Sumber `Data: Diolah dari Kuesioner, 2023

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.11, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa model regresi linier yang diperoleh layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh Brand Image dan promosi penjualan terhadap keputusan pembeli.

4.8. Pembahasan Hasil Penelitian

Brand Image (citra merek) menggambarkan sifat ekstrinsik dari suatu produk atau jasa termasuk cara dimana mereka berusaha memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Konsumen dalam melakukan pembelian suatu

produk tidak hanya melihat produk dari segi kualitas, harga dan promosi saja tapi juga citra merek yang melekat pada produk. Ketika suatu citra merek (*brand image*) telah mampu untuk membangun karakter produk dan memberikan *value proposition*, kemudian menyampaikan karakter produk tersebut kepada pelanggannya secara unik, berarti emosional lebih dari kekuatan rasional yang dimiliki produk tersebut. Hal ini akan membuat pelanggan mengasosiasikan hal positif dalam pikirannya ketika memikirkan *brand* tersebut.

Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Wu, 2022); (Ahmad., Zakaria, W., Marlina, W. 2021) (Kebkole, 2021); (Ernawati, 2021); (Tyas & Hartelina, 2021); (Fransiska & Madiawati, 2021); (Haqiqi & Khuzaini, 2020); (Anwar & Andrean, 2020); (Amalia, 2019); (Hakim & Saragih, 2019); (Foster, 2018); (Novansa & Ali, 2018); (Hendro & Hidayat, 2018); (Utomo & Waluyo, 2018); (Pratama & Santoso, 2018); (Mahanani, 2018) menunjukkan hasil bahwa Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Image yang dihubungkan dengan beberapa dimensi seperti *brand identity*, *brand association*, *brand benefit and competence*. Pada indikator saya merasakan banyak manfaat saat menggunakan Aplikasi *MyPertamina* menunjukkan nilai yang paling rendah. Hal ini diduga bahwa tidak semua konsumen selalu menggunakan aplikasi *MyPertamina* dalam melakukan pembelian baik BBM atau produk PT Pertamina Patra Niaga lainnya. Berdasarkan wawancara langsung dengan beberapa responden yang berusia >40 tahun mengatakan bahwa melakukan pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina* dirasa masih merepotkan karena konsumen perlu melakukan top up, dimana tidak semua konsumen dapat

melakukan top up pada e-wallet yang tersedia, dikarenakan *MyPertamina* bisa terkoneksi dengan kartu debit belum tersosialisasi dengan baik. Berbeda dengan konsumen yang berada pada usia dibawah 17-25 tahun dan 26-35 tahun lebih efektif dan efisien dalam mengurangi antrian dan lebih up to date dalam mengatakan bahwa dengan adanya aplikasi *MyPertamina* ini memudahkan dalam melakukan pembayaran dan dirasakan menggunakan digitalisasi.

Pada indikator saya merasa aman serta cepat tanggap dalam proses pelayanan yang diberikan jika melakukan pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina* menunjukkan skor yang paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan dalam melakukan pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina* dengan tidak perlu adanya pembayaran secara cash, dimana meminimalisir kesalahan dan penerimaan uang cash dengan kondisi yang kurang baik. Selain itu juga, dengan melakukan pembayaran secara cashless dapat mengurangi antrian karena pembayaran dilakukan dengan cara scan barcode yang sudah terkoneksi dengan beberapa system pembayaran yang bekerja sama pada aplikasi *MyPertamina*. Berdasarkan wawancara dengan beberapa responden, mengatakan dengan melakukan pembayaran secara cashless melalui aplikasi *MyPertamina* membuat konsumen dapat mengontrol jumlah pengeluaran BBM yang dapat dilihat melalui Riwayat pembelian pada aplikasi.

Promosi (*promotion*) merupakan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli (Kotler & Armstrong, 2015). Promosi penjualan merupakan suatu kunci dalam strategi persuasi yang terdiri dari alat-alat insentif berjangka pendek ditujukan agar dapat merangsang pembelian suatu produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat oleh konsumen (Kotler & Keller, 2016). Kegiatan promosi bukan saja

berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Suatu perusahaan dalam memasarkan produknya perlu melakukan promosi, karena betapa bagusnya suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin terhadap produk tersebut, maka calon konsumen tidak akan melakukan pembelian. Sehingga promosi sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk (Gerung, 2017).

Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Ernawati, 2021); (Tyas & Hartelina, 2021); (Fransiska & Madiawati, 2021); (Saputra, 2020); (Islam, 2020); (Rafdinal & Rafdinal, 2019); Nasution, 2019); (Tulanggow, 2019); (Mishra, 2018); (Utomo & Waluyo, 2018); (Gusrita & Rahmidani, 2018); (Wangarry, 2018) menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan yang dihubungkan dengan beberapa indikator seperti potongan harga/ diskon dan point. Pada indikator Pertamina sering memberikan potongan harga jika melakukan transaksi menggunakan aplikasi *MyPertamina* menunjukkan nilai yang paling rendah. Hal ini diduga bahwa pemberian potongan harga ini diberikan jika memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku, salah satunya dengan melakukan pembelian minimum liter BBM baru bisa mendapatkan potongan harga. Beberapa responden dilapangan mengatakan perlu adanya evaluasi dalam pemberian potongan harga kepada konsumen yang melakukan pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina* untuk memberikan potongan harga dengan

tanpa adanya minimum pembelian. Karena dengan banyaknya jumlah kendaraan roda dua yang lebih banyak akan memberikan daya tarik kepada konsumen untuk selalu menggunakan aplikasi *MyPertamina* selain diberikannya jalur khusus jika melakukan transaksi pada aplikasi *MyPertamina*.

Pada indikator aplikasi *MyPertamina* selalu memberikan tambahan point bagi semua pengguna *MyPertamina* menunjukkan nilai yang paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian dengan pembayaran menggunakan aplikasi *MyPertamina*, konsumen mendapatkan point. Berdasarkan wawancara langsung dengan responden yang merupakan konsumen yang melakukan pembelian BBM menggunakan kendaraan roda 4, responden mengatakan bahwa pemberian point ini diberikan dengan adanya pembelian minimum, dimana hal ini hanya didapatkan untuk kendaraan roda 4 yang melakukan pembelian BBM dengan jumlah yang jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan kendaraan roda 2. Sedangkan berdasarkan wawancara dengan responden yang menggunakan kendaraan roda 2, mengatakan untuk tambahan point agar diberikan tanpa adanya minimum pembelian BBM.