TUGAS AKHIR – TI 184833

ANALISIS KEBUTUHAN FASILITAS DAN LAYANAN PENUNJANG UNTUK RITEL STASIUN PENGISIAN BAHAN BAKAR DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PREFERENSI DAN PERILAKU KONSUMEN

ASTRID TRIAFANY AYUNDA
NRP 02411640000178

Pembimbing

Niniet Indah Arvitrida, ST., MT., Ph.D.
NIP. 198407062009122007

DEPARTEMEN TEKNIK SISTEM DAN INDUSTRI
Fakultas Teknologi Industri dan Rekayasa Sistem
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

FINAL PROJECT – TI 184833

ANALYSIS OF FACILITIES AND SUPPORT SERVICES REQUIREMENTS FOR GAS STATIONS CONSIDERING CONSUMER PREFERENCES AND BEHAVIOR

ASTRID TRIAFANY AYUNDA
NRP 02411640000178

Supervisor
Niniet Indah Arvitrida, ST., MT., Ph.D.
NIP. 198407062009122007

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL AND SYSTEM ENGINEERING
Faculty of Industrial Technology and System Engineering
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS KEBUTUHAN FASILITAS DAN LAYANAN PENUNJANG UNTUK RITEL STASIUN PENGISIAN BAHAN BAKAR DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PREFERENSI DAN PERILAKU KONSUMEN

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Departemen Teknik Sistem dan Industri
Fakultas Teknologi Industri dan Rekayasa Sistem
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya, Indonesia

Oleh:

ASTRID TRIAFANY AYUNDA

NRP 02411640000178

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Niniet Indah Arvitrida, ST., MT., Ph.D.

NIP. 198407062009122007

SURABAYA, AGUSTUS 2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

ANALISIS KEBUTUHAN FASILITAS DAN LAYANAN PENUNJANG UNTUK RITEL STASIUN PENGISIAN BAHAN BAKAR DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PREFERENSI DAN PERILAKU KONSUMEN

Nama	: Astrid Triafany Ayunda
NRP	: 02411640000178
Pembimbing	: Niniet Indah Arvitrida, ST., MT., Ph.D.

ABSTRAK

Salah satu faktor yang dapat membuat ritel berhasil memenangkan persaingan usaha adalah mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memahami aspirasi konsumen, maka perusahaan dapat berkompetisi dalam menyediakan fasilitas dan layanan pada ritel mereka. Tugas Akhir ini melakukan analisis untuk menentukan fasilitas dan layanan yang ada pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU). Dengan adanya banyak kompetitor, analisis yang mendalam diperlukan dengan mengidentifikasi kebutuhan fasiltas dan layanan. Untuk menunjang kebutuhan konsumen, perusahaan pengelola memberikan fasilitas dan layanan tambahan. Dimana, fasilitas dan layanan yang diberikan nantinya berbeda-beda tergantung perilaku dan preferensi konsumen. Perilaku konsumen mengacu pada tipe SPBU yang dikunjungi dan tujuan konsumen datang ke ritel, sedangkan preferensi konsumen dibutuhkan untuk mengetahui prioritas berdasarkan derajat kepentingan konsumen. Fasilitas dan layanan yang baik akan dapat memengaruhi pilihan konsumen mengunjungi SPBU, sehingga jumlah konsumen yang datang ke ritel SPBU dapat meningkat. Penelitian ini melakukan analisis dengan mengumpulkan data melalui kuesioner, sehingga akan dapat diketahui fasilitas dan layanan yang menjadi prioritas oleh konsumen dengan mempertimbangkan perilaku konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU.

Keywords: *Manajemen Ritel, Perilaku Konsumen, Preferensi Konsumen, Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU), Fasilitas dan Layanan, Sampling Aksidental*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

ANALYSIS OF FACILITIES AND SUPPORT SERVICES REQUIREMENTS FOR GAS STATIONS CONSIDERING CONSUMER PREFERENCES AND BEHAVIOR

Name	: Astrid Triafany Ayunda
NRP	: 02411640000178
Supervisor	: Niniet Indah Arvitrida, ST., MT., Ph.D.

ABSTRACT

One of the factors that can make retail successfully win business competition is being able to understand the needs and desires of consumers. By understanding consumer aspirations, companies can compete in providing the facilities and services that need to be in their retail. This Final Project conducts an analysis to determine the existing facilities and services at the Gas Station. With the presence of many competitors, in-depth analysis is needed by identifying the needs of facilities and services. To support the needs of consumers, the management company provides additional facilities and services at each gas station. Whereas the facilities and services provided will vary depending on consumer behaviour and preferences. Consumer behaviour refers to the type of gas station visited and the purpose of consumers coming to retail, while consumer preferences are needed to determine priorities based on the degree of consumer interest. Good facilities and services will be able to influence the choice of consumers that visit specific gas stations. Consideration of consumer behaviour and preferences can increase the number of consumers who come to retail stations. This research analyses by collecting data through a questionnaire, so that facilities and services can be identified as priorities and expectations of consumers by taking into account consumer behaviour visiting retail outlets.

Keywords: *Retail Management, Consumer Behavior, Consumer Preferences, Gas Stations, Facilities and Services, Accidental Sampling*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "**Analisis Kebutuhan Fasilitas dan Layanan Penunjang untuk Ritel Stasiun Pengisian Bahan Bakar dengan Mempertimbangkan Preferensi dan Perilaku Konsumen"** sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) Departemen Teknik Sistem dan Industri ITS. Penulisan skripsi ini dimulai pada bulan Februari 2020 hingga Juli 2020 di Surabaya dan Jakarta. Selama proses penulisan Tugas Akhir, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan dukungan baik secara fisik maupun moral dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan. Adapun pihak-pihak yang telah mendukung, memotivasi, dan mendorong penulis dalam penyelesaian penelitian ini, yaitu:

1. Ibu Niniet Indah Arvitrida, ST., MT., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan panduan kepada penulis untuk mengeksplorasi topik, memberikan tantangan, memberi dukungan dan motivasi, serta selalu memberi kritik dan saran kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr.Eng. Ir. Ahmad Rusdiansyah, MEng., Ibu Nani Kurniati, ST, MT., Ph.D, Bapak Dody Hartanto, ST., MT., Bapak Iwan Vanany, S.T., M.T., Ph.D., dan Ibu Rindi Kusumawardani, S.Si., M.Sc., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan ilmu, masukan, dan saran dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Ibu Maharani Putri, selaku pihak perusahaan PT Shell Indonesia yang berkenan memberikan informasi, ilmu, serta masukan dalam penelitian Tugas Akhir ini.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan kepercayaan dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman seperjuangan yang telah banyak membantu dan menjadi teman berdiskusi yaitu Laras, Salsa, Najmi, Syifa, Marchya, Natasya, Amalia, Ayu.

6. Teman-teman yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis yaitu Devyta, Denise, Adela, Prinka, Savira, Harits, dan Dovian.
7. Falah Thariq selaku teman yang selalu percaya dan mendukung segala langkah yang akan dilakukan oleh penulis.
8. Keluarga Mahasiswa Teknik Sistem dan Industri 2016 yang telah memberikan banyak dukungan dan kenangan manis selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyelesaian penelitian Tugas Akhir ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan doanya kepada penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, terima kasih sudah mau bangkit dan berjuang untuk meyakinkan sekeliling bahwa Tugas Akhir ini dapat selesai tepat waktu.

Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi pembelajaran bagi banyak pihak, memberikan manfaat dan mendorong untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, Juli 2020

Astrid Triafany Ayunda

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... *i*
ABSTRACT ..... *iii*
KATA PENGANTAR ..... *v*
DAFTAR ISI ..... *vii*
DAFTAR GAMBAR ..... *xi*
DAFTAR TABEL ..... *xiii*
DAFTAR LAMPIRAN ..... *xv*
BAB I PENDAHULUAN *1*
1.1 Latar Belakang Penelitian **1**
1.2 Rumusan Masalah **4**
1.3 Tujuan Penelitian **4**
1.4 Manfaat Penelitian **5**
1.5 Ruang Lingkup Penelitian **5**
1.5.1 Batasan 6
1.5.2 Asumsi 6
1.6 Sistematika Penelitian **6**
BAB II TINJAUAN PUSTAKA *9*
2.1 Retail Management **9**
2.2 Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) **12**
2.3 Perilaku Konsumen **13**
2.4.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen 16
2.4.2 Perilaku Pembelian Konsumen 16
2.4 Teknik Sampling **18**
2.5 Likert Scale **21**
2.6 Penelitian Terdahulu **25**
BAB III METODOLOGI PENELITIAN *31*
3.1 Tahap Identifikasi Kebutuhan Data **32**
3.1.1 Karakteristik Konsumen berdasarkan Data Demografis 32
3.1.2 Kriteria SPBU berdasarkan Lokasi 32
3.1.3 Perilaku Konsumen berdasarkan Tipe dan Tujuan Konsumen 32

3.1.4 Fasilitas dan Layanan berdasarkan Kondisi Eksisting SPBU 33
3.2 Tahap Perancangan dan Penyebaran Kuesioner 33
3.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data 34
3.3.1 Data Demografis 35
3.3.2 Network Segmentation 35
3.3.3 Customer Segmentation 36
3.3.4 Fasilitas dan Layanan 36
3.4 Tahap Analisis dan Interpretasi Data 36
3.4.1 Analisis Deskriptif Data Demografis dan Kriteria SPBU 37
3.4.2 Analisis Kebutuhan dan Prioritas Konsumen 37
3.4.3 Analisis Rekomendasi Fasilitas dan Layanan 37
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA 39
4.1. Gambaran Umum Fasilitas dan Layanan di SPBU 39
4.2. Kriteria SPBU 43
4.3. Pengumpulan Data 46
4.4. Deskriptif Hasil Penelitian 47
4.4.1. Deskriptif Data Demografi 47
4.4.2. Deskriptif Data Network Segmentation 53
4.4.3. Deskriptif Data Customer Segmentation 56
4.4.4. Pengolahan Data Kebutuhan dan Prioritas Konsumen 59
4.4.5. Deskriptif Kebutuhan Konsumen terhadap Fasilitas dan Layanan ... 65
BAB V 67
ANALISIS DAN PEMBAHASAN 67
5.1. Analisis Data Demografis 67
5.2. Analisis Kriteria SPBU 68
5.2.1. Analisis Network Segmentation 70
5.2.2. Analisis Customer Segmentation 73
5.3. Analisis Kebutuhan dan Prioritas Konsumen 75
5.3.1. Fasilitas Prioritas Berdasarkan Preferensi Konsumen 75
5.3.2. Layanan Prioritas Berdasarkan Preferensi Konsumen 77
5.4. Analisis Rekomendasi Fasilitas dan Layanan 78
BAB VI 81

KESIMPULAN DAN SARAN ***81***
6.1. Kesimpulan **81**
6.2. Saran **82**
6.2.1. Saran Untuk Perusahaan Pengelola Ritel SPBU 83
6.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya 83
DAFTAR PUSTAKA ***85***
BIOGRAFI PENULIS ***188***

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2014 - 2018 2
Gambar 1. 2 Stasiun Pengisian Bahan Bakar di Indonesia 3
Gambar 2. 1 Lingkup Perilaku Konsumen 15
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian 16
Gambar 2. 3 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen 17
Gambar 2. 4 Pesebaran Rating Scale 23
Gambar 3. 1 Flowchart Metodologi Penelitian 31
Gambar 4. 1 Hasil Rekapitulasi Data Jenis Kelamin Berdasarkan Domisili 49
Gambar 4. 2 Hasil Rekapitulasi Data Usia Responden 50
Gambar 4. 3 Hasil Rekapitulasi Data Pekerjaan Responden 51
Gambar 4. 4 Hasil Rekapitulasi Data Pendapatan Responden 52
Gambar 4. 5 Hasil Rekapitulasi Data Domisili Responden 52
Gambar 4. 6 Hasil Rekapitulasi Data SPBU Pilihan 54
Gambar 4. 7 Hasil Rekapitulasi Data Alasan Kunjungan 55
Gambar 4. 8 Hasil Rekapitulasi Data Frekuensi Kunjungan 55
Gambar 4. 9 Hasil Rekapitulasi Data Tipe Konsumen 57
Gambar 4. 10 Hasil Rekapitulasi Data Tujuan Konsumen 58
Gambar 4. 11 Klasifikasi Rating Scale Fasilitas ATM 60
Gambar 4. 12 Klasifikasi Rating Scale Layanan Kebersihan Fasilitas 63
Gambar 4. 13 Hasil Rekapitulasi Data Kebutuhan Konsumen terhadap Fasilitas dan Layanan 66

(halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Faktor Skala Jawaban 22
Tabel 2. 2 Perhitungan Skor Ideal.....22
Tabel 2. 3 Perhitungan Hasil Skor 23
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu 25
Tabel 4. 1 Perbedaan Fasilitas dan Layanan di SPBU 41
Tabel 4. 2 Fasilitas dan Layanan yang Belum Diterapkan.....42
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Data Demografi Responden 47
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Data Network Segmentation 53
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Data Customer Segmentation.....56
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Fasilitas ATM 59
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Skor Ideal Fasilitas.....60
Tabel 4. 8 Perhitungan Hasil Skor Fasilitas ATM 60
Tabel 4. 9 Hasil Penentuan Fasilitas Prioritas.....61
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Layanan Kebersihan Fasilitas 62
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Skor Ideal Layanan 63
Tabel 4. 12 Perhitungan Hasil Skor Layanan Kebersihan Fasilitas 63
Tabel 4. 13 Hasil Penentuan Layanan Prioritas 64

(halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....89
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian 98
Lampiran 3 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Fasilitas.....186
Lampiran 4 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Layanan 187

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I
PENDAHULUAN

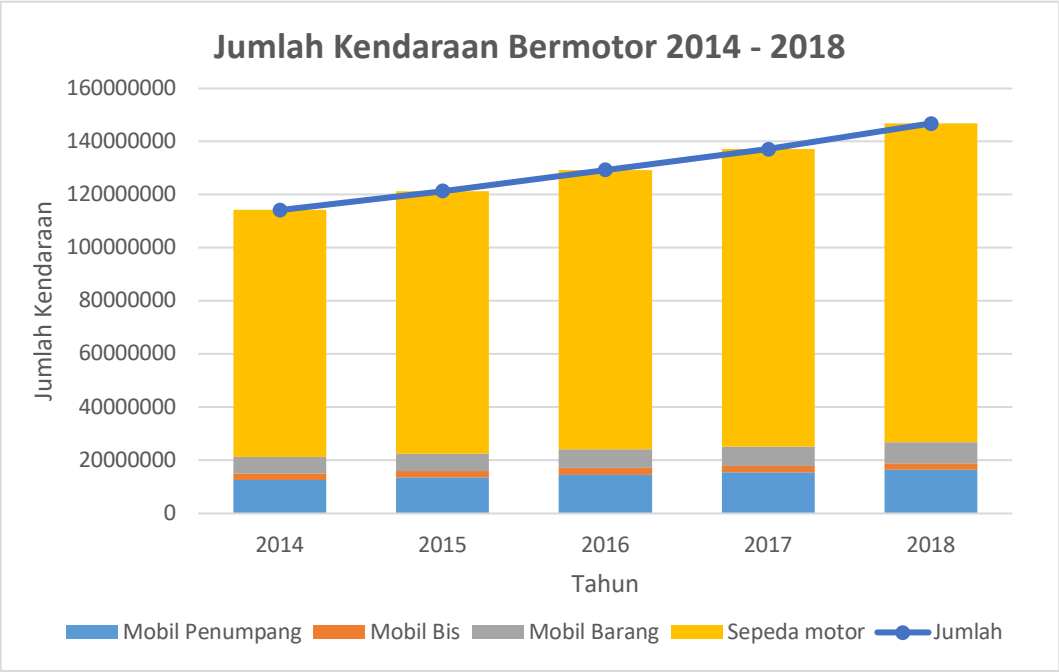
Pada bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis di Indonesia semakin menjamur mulai dari perusahaan besar sampai keseluruh jenis ritel, hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan asing yang telah, sedang, dan akan berinvestasi di Indonesia (Martinus, 2011). Namun seiring berjalannya waktu, peta persaingan bisnis mengalami perubahan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai hal, antara lain; ketatnya persaingan ritel *offline* dan terdapat perubahan strategi bisnis pada perusahaan (Katadata.co.id, 2019). Kondisi seperti ini mengakibatkan banyaknya perusahaan semakin tumbuh dan berkembang, namun demikian banyak juga perusahaan-perusahaan yang menutup beberapa cabangnya.

Industri ritel merupakan suatu industri yang memiliki beberapa tantangan besar. Dalam hal ini, pola belanja, kekuatan daya beli, pertambahan jumlah penduduk, dan adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan konsumsi sangat berpengaruh (Soliha, 2008). Untuk itu para pemain bisnis ritel sudah seharusnya memikirkan dengan teliti cara yang dapat dilakukan demi memenangkan persaingan bisnis serta mempertahankan eksistensinya. Pada era digital saat ini, menjaga loyalitas konsumen cukup sulit mengingat terdapat berbagai alternatif pilihan konsumen dengan penawaran yang tidak jauh berbeda. Perilaku konsumen lebih dari sekadar cara seseorang membeli produk, namun juga mencakup penggunaan fasilitas, layanan, kegiatan, pengalaman, dan ide-ide konsumen serta menentukan berbagai hal berdasarkan preferensinya (Hoyer, Maclnnis, & Pieters, 2013). Maka, pelaku bisnis sudah harus merancang fasilitas dan layanan yang komperhensif yang dapat diberikan atau ditawarkan kepada konsumen, sehingga bisnis ritel ini akan menarik dan menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Persaingan bisnis tidak memandang latar belakang perusahaan, baik perusahaan nasional maupun perusahaan multinasional, semua dapat terdampak jika adanya perubahaan dari keputusan yang diberikan oleh konsumen. Banyak faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan perusahaan untuk dapat melangsungkan bisnisnya secara aman dan berkelanjutan. Sebagai contoh, perusahaan ritel minyak dan gas perlu mempertimbangkan peningkatan pada jumlah kendaraan dan kebutuhan bahan bakar. Berdasarkan data jumlah kendaraan bermotor yang dilansir oleh Badan Pusat Statistik tahun 2020, diketahui bahwa dari tahun 1949 sampai saat ini terjadi peningkatan jumlah kendaraan setiap tahunnya yang cukup signifikan di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2020).



Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2014 - 2018

Sumber: https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133

Gambar 1.1 menunjukkan adanya peningkatan kendaraan pada masing-masing jenis kendaraan seperti, mobil penumpang, mobil bis, mobil barang, dan sepeda motor. Dari tahun 2014 sampai tahun 2018 memperlihatkan laju pertumbuhan sebesar 7,03%. Meningkatnya jumlah kendaraan disebabkan oleh tingginya produsen otomotif internasional yang masuk ke Indonesia secara masif pada beberapa tahun terakhir. Sehingga, persentase peningkatan jumlah kendaraan setiap tahun akan semakin meningkat.

Selain mempertimbangkan adanya peningkatan jumlah kendaraan yang berhubungan dengan kebutuhan bahan bakar, keberadaan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) pun turut berpengaruh. Hal ini disebabkan SPBU merupakan prasarana yang tepat untuk menyediakan kebutuhan dari konsumen berupa bahan bakar. Menurut Kotler, terdapat beberapa tipe perilaku pembelian, dimana bahan bakar tergolong pada pembelian *habitual buying behavior* (Kotler & Armstrong, 2017). Dengan adanya perilaku tersebut, dibutuhkan fasilitas dan layanan yang dapat memadai kebutuhan konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU.

Gambar 1. 2 Stasiun Pengisian Bahan Bakar di Indonesia

Sumber: Dokumen Pengelola SPBU

Saat ini, terdapat beberapa perusahaan nasional maupun multinasional yang mendirikan SPBU di Indonesia untuk menunjang kebutuhan konsumen. Menurut data yang dilansir oleh BPH Migas, terdapat 5.518 ritel SPBU Pertamina terhitung pada tahun 2017 (Badan Pengatur Hilir Minyak dan Gas Bumi, 2020). Selain Pertamina, terdapat beberapa perusahaan multinasional lainnya yang berkembang di Indonesia, antara lain: Shell, Total, *British Petroleum* (BP), Vivo, dan Exxon Mobil. Masing-masing perusahaan menawarkan bahan bakar dengan penamaan yang berbeda-beda serta harga yang bervariasi tergantung oktan pada masing-masing jenis BBM.

Fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masing-masing pengelola berbeda-beda. Perbedaan tersebut bergantung pada penawaran yang diberikan oleh pengelola dan lokasi dari SPBU. Selain itu, perilaku dan preferensi konsumen terhadap suatu SPBU dapat memengaruhi kunjungan yang dilakukan. Umumnya, fasilitas yang disediakan berupa toilet, musholla, dan tempat pengisian angin untuk

ban. Dimana seluruh fasilitas yang disediakan dapat digunakan oleh konsumen secara gratis. Sedangkan pada layanan, keramahan dan kecepatan yang diberikan petugas ritel SPBU ke konsumen merupakan salah satu *Standard Operating Procedure* (SOP) pada masing-masing pengelola.

Untuk menunjang kebutuhan konsumen, perusahaan pengelola memberikan fasilitas dan layanan tambahan yang disediakan pada setiap SPBU. Dimana, fasilitas dan layanan yang diberikan mengacu pada perilaku konsumen yang mencakup tipe SPBU yang dikunjungi, tujuan konsumen mendatangi SPBU, serta preferensi konsumen terhadap fasilitas dan layanan yang saat ini sudah ada. Fasilitas dan layanan penunjang tersebut berada di SPBU untuk menarik perhatian dari calon pelanggan (tirto.id, 2019). Fasilitas dan layanan yang terbaik dapat memengaruhi pilihan konsumen mengunjungi SPBU. Penelitian ini akan melakukan analisis mengenai fasilitas dan layanan yang dibutuhkan konsumen sebagai salah satu daya tarik konsumen pada suatu ritel SPBU. Dimana, berdasarkan perilaku dan preferensi konsumen yang ada, fasilitas dan layanan yang tepat disediakan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke ritel SPBU.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana telah disampaikan diatas, penelitian ini melakukan studi mengenai analisis kebutuhan fasilitas dan layanan penunjang yang diharapkan pada suatu ritel SPBU. Fasilitas dan layanan pada ritel SPBU harus mempertimbangkan preferensi dan perilaku konsumen yang memengaruhi keputusan konsumen. Mengingat konsumen yang mengunjungi ritel memiliki tipe perilaku pembelian *habitual buying behavior,* sehingga fasilitas dan layanan yang ditawarkan perlu lebih diperhatikan. Harapan terhadap fasilitas dan layanan yang semakin lengkap akan memengaruhi minat konsumen untuk memilih ritel SPBU dimasa yang akan datang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut merupakan tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui fasilitas dan layanan yang dibutuhkan konsumen berdasarkan tipe SPBU yang dikunjungi.
2. Mengetahui fasilitas dan layanan yang perlu dikembangkan untuk memenuhi tujuan konsumen.
3. Melakukan analisis untuk dapat memberikan rekomendasi mengenai fasilitas dan layanan yang dapat disediakan pada ritel SPBU berdasarkan keinginan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuannya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat bagi Perusahaan
   a. Perusahaan dapat mengetahui dan memahami fasilitas dan layanan yang diharapkan konsumen berdasarkan prioritasnya.
   b. Perusahaan dapat menggunakan hasil evaluasi dan analisis penelitian menggunakan referensi sistem perbaikan dalam penyediaan fasilitas dan layanan pada suatu ritel SPBU dengan mempertimbangkan perilaku konsumen.
2. Manfaat bagi Dunia Pendidikan dan Penelitian
   a. Penelitian memberikan gambaran terkait kondisi nyata pada manajemen rantai pasokan perusahaan industri minyak dan gas sehingga dapat dibandingkan dengan ilmu dan teori yang telah dipelajari dari buku dengan kondisi yang ada.
   b. Penelitian dapat digunakan untuk menambah wawasan dan referensi terkait manajemen rantai pasokan yang berhubungan dengan *retail management* dan *consumer behavior* sehingga dapat dijadikan acuan atau pembanding pada penelitian selanjutnya dengan bidang atau topik yang serupa.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membentuk analisis yang baik, maka analisis dari penelitian ini dibatasi dalam ruang lingkup sebagai berikut:

1.5.1 *Batasan*

Batasan yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

1. Kuesioner ditujukan kepada pengunjung SPBU di wilayah JABODETABEK (DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan, dan Bekasi).
2. Penelitian dilakukan pada bulan Juni sampai Juli 2020.
3. Tipe SPBU yang ditinjau hanya berdasarkan *Local Convenience* (LC), *Commuter Transient* (CT), dan *Mix LC&CT.*

1.5.2 *Asumsi*

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tidak terdapat perbedaan fasilitas dan layanan yang diberikan oleh seluruh pengelola SPBU di JABODETABEK.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari enam bab, berikut merupakan sistematika penelitian dari masing-masing bab beserta penjelasannya:

BAB I - PENDAHULUAN

Bab ini berisi terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dari penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II - TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi terkait teori-teori yang berhubungan dengan penelitian serta rekapitulasi penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya dan berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III - METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah yang dilakukan pada proses pengerjaan penelitian ini beserta penjelasannya.

BAB IV - PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi terkait pengumpulan data yang dibutuhkan untuk melangsungkan penelitian berdasarkan survei yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan pengolahan data untuk

mengidentifikasi masalah terkait menggunakan metode yang diterapkan.

BAB V - ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis terkait hasil pengolahan data dengan penjabaran hasil survei kriteria fasilitas dan layanan yang diharapkan konsumen serta memberikan rekomendasi fasilitas dan layanan pada ritel SPBU dengan mempertimbangkan *consumer behavior* berdasarkan pilihan konsumen.

BAB VI - KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi terkait kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian untuk menjawab tujuan serta saran-saran yang dapat diberikan baik untuk perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan terkait tinjauan pustaka yang berisi teori-teori dasar dan metode yang berkaitan dengan penelitian ini.

2.1 Retail Management

Ritel merupakan usaha bisnis yang dilakukan secara langsung untuk memuaskan konsumen berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai sarana melakukan distribusi (Gilbert, 2003). *Retail Management* merupakan kebutuhan dari pelaku bisnis untuk melangsungkan bisnis ritelnya sehingga dapat berjalan dengan efektif dan efisien guna memenuhi kebutuhan konsumennya. Dengan demikian manajemen ritel merupakan proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya yang dimiliki untuk menjalankan bisnis ritel dengan baik. Menurut Kotler, ritel merupakan aktivitas yang ditujukan untuk memasarkan produk, baik barang maupun jasa secara langsung ke *end-users* untuk penggunaan pribadi maupun non-bisnis (Tutorials Point, 2015) .

Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat beberapa fungsi dari perusahaan ritel, yaitu:

1. Membeli dan menyimpan produk dalam jumlah besar,
2. Memberikan informasi terkait komponen dan penggunaan dari produk,
3. Memudahkan konsumen untuk membeli produk dikarenakan perusahaan ritel dituntut beroperasi di lokasi yang mudah terjangkau,
4. Memudahkan konsumen memilih produk yang diinginkan dengan adanya beragam jenis produk yang disediakan,
5. Memberikan layanan terbaik ke konsumen serta menangani segala bentuk keluhan yang didapat dari konsumen,

Terdapat tiga hal yang menentukan apakah *retailers* bekerja dengan baik (Ayers & Odegaard, 2018). Pertama, ritel mampu mengidentifikasi permintaan pada *target market,* dimana segmen dengan permintaan yang terus meningkat lebih disukai. Kedua, ritel mampu merancang serta mengembangkan format ritel secara

efektif. Ketiga, ritel harus membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Untuk memudahkan menentukan bisnis ritel yang dijalani, terdapat lima jenis ritel yang dibedakan dalam beberapa kategori (Hameli, 2018), yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan kepemilikan:
   - *Independent retailers,* merupakan ritel yang mampu berdiri sendiri secara mandiri serta hanya memiliki satu unit *outlet* ritel.
   - *Chain retailers,* terdiri dari beberapa *outlet* ritel yang dimiliki secara bersama dan terpusat.
   - *Franchising,* merupakan ritel yang bersifat kontrak antara produsen dengan *franchise* yang mendapat kewenangan untuk berbisnis dengan nama yang sudah terbentuk serta mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh produsen.
   - *Leased department,* merupakan ritel yang disewakan kepada pihak luar.
   - *Vertical marketing system,* merupakan sistem pemasaran yang terdiri dari produsen, pedagang grosir, dan pengecer yang bertindak secara bersama-sama sebagai sistem yang terpadu.
   - *Consumer cooperative,* merupakan perusahaan yang dimiliki konsumen dan dikelola secara demokratis, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi anggota.
2. Berdasarkan produk yang dijual:
   - *General stores,* sebuah perusahaan ritel yang memperjual belikan barang-barang umum.
   - *Special stores,* perusahaan ritel yang fokus hanya menjual jenis produk tertentu.
   - *Department stores,* perusahaan yang memiliki banyak karyawan yang menjual pakaian atau peralatan rumah tangga lebih dari total penjualan.
   - *Convenient stores,* merupakan ritel yang menawarkan barang-barang kebutuhan sehari-hari dalam kapasitas yang terbatas.
3. Berdasarkan metode penjualan:
   - *In store retailing,* penjualan dan transaksi terjadi secara langsung dalam toko.

- *Non store retailing,* merupakan ritel atau toko yang menjual produk dan jasanya dengan memakai media selain toko, contoh ;*vending machines, direct selling*

4. Berdasarkan pelayanan yang diberikan:
   - *Self-service retailing,* konsumen lebih bebas memilih sendiri produk yang ditawarkan.
   - *Retailers who provide limited service,* merupakan pedagang yang mewarkan produk kepada pelanggan dengan layanan terbatas, dimana hal ini ditujukan untuk mengurangi biaya pelayanan.
   - *Retailers who provide full service,* merupakan pedagang ritel yang menarik pelanggan tidak hanya dengan produk yang sesuai dan harga yang wajar, tetapi juga dengan menawarkan layanan yang baik dan memuaskan untuk menarik minat konsumen.
5. Berdasarkan lokasi:
   - Di lingkungan sekitar, perusahaan ritel yang menyediakan ritel dengan mempertimbangkan target konsumen yang berada disekitar wilayah atau lokasi ritel tersebut berdiri.
   - Di pusat kota, perusahaan ritel yang menyediakan ritel dengan berorientasi pada konsumen yang berada didaerah perkotaan.

   Dalam menjalankan bisnis ritel, terdapat beberapa faktor yang mampu mempengaruhi manajemen ritel, antara lain (Vaja, 2015):

   1. Sosial, bagaimana perubahan yang terjadi pada konsumen yang berdampak pada perilaku dan kehidupannya.
   2. Legal, terdapat ketetapan peraturan pemerintah berupa undang-undang yang memperngaruhi masyarakat.
   3. Ekonomi, terdapat aspek-aspek ekonomi yang mempengaruhi bisnis seperti perpajakan, suku bunga, nilai tukar, dan sebagainya.
   4. Politik, adanya perubahan kebijakan yang diberikan pemerintah.
   5. Teknologi, perubahan teknologi mampu mempengaruhi proses produksi serta inovasi yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.2 Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU)

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) merupakan suatu fasilitas yang disediakan untuk dimanfaatkan oleh konsumen guna membeli bahan bakar maupun pelumas untuk memenuhi kebutuhan kendaraannya. SPBU merupakan salah satu contoh dari bisnis ritel yang ada di Indonesia. Terdapat beberapa perusahaan yang berpartisipasi untuk menyediakan fasilitas pembelian dan pengisian bahan bakar tersebut yaitu Pertamina, Shell, Petronas, Total, *British Petroleum* (BP), Vivo, dan Exxon Mobil. Pembangunan instalasi untuk memenuhi kebutuhan bahan bakar dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti: aspek ekonomi, aspek teknis, aspek keselamatan kerja dan lingkungan hidup, serta aspek politik yang ada (Risdiyanta, 2014).

Dalam menentukan lahan untuk lokasi pengisian bahan bakar, perusahaan harus memerhatikan luas lahan serta akses yang ada untuk mengoptimalkan kegiatan operasional pemasaran Bahan Bakar Minyak (BBM) dan non BBM, baik untuk penerimaan, pembongkaran, penimbunan maupun penyaluran dan pengisian bahan bakar. Seperti yang diterangkan pada Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Pasal 2 ayat 7 (Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral, 2000), terdapat perizinan terkait pembangunan dan persyaratan untuk mendirikan SPBU, sehingga sebelum menentukan lokasi pemilihan SPBU terlebih dahulu perusahaan harus mempertimbangkan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh Pemerintah Pusat. Dalam mengoperasikan SPBU sebagai fasilitas penyimpanan dan penyaluran bahan bakar, berdasarkan sistem operasionalnya ada beberapa jenis SPBU antara lain:

1. SPBU COCO (*Corporate Owned Corporated Operated*), dimana SPBU dimiliki dan dikelola langsung oleh perusahan
2. SPBU CODO (*Corporate Owned Dealer Operated*), dimana SPBU dimiliki oleh perusahaan namun terdapat andil pihak swasta lain, baik untuk bekerjasama mengelola maupun hak kepemilikan lahan
3. SPBU DODO (*Dealer Owned Dealer Operated*), dimana SPBU dimiliki dan dikelola langsung oleh pihak swasta namun membeli *license* dari perusahaan ritel

Pertamina, menerapkan ketiga jenis SPBU tersebut dan masyarakat dapat mengetahui perbedaannya dengan melihat kode identitas angka yang tertera pada *sign board*. Sedangkan pada SPBU Swasta seperti Shell, mereka hanya menggunakan dua yaitu SPBU CODO dan SPBU DODO, dimana SPBU CODO merupakan jenis SPBU yang dimiliki secara mayoritas.

Di Indonesia, setiap perusahaan multinasional dituntut untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan nasional yang ada. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan jaringan serta memperluas koneksi yang ada. Berikut merupakan kerjasama antara perusahaan multinasional dengan perusahaan nasional yang ada di Indonesia:

1. *British Petroleum* – AKR Corporindo Tbk
2. VIVO – PT Nusantara Energi Plant Indonesia (NEPI)
3. Exxon Mobil – PT Indomobil Prima Energi

Namun demikian, masih ada beberapa perusahaan yang tidak memiliki hubungan kerjasama dengan perusahaan nasional, seperti; Shell (Belanda), Total (Perancis), dan Petronas (Malaysia). Dari bermacam perusahaan SPBU multinasional, saat ini hanya perusahaan Shell dan Total yang masih beroperasi, namun Shell yang bertahan paling lama dan memiliki SPBU terbanyak di Indonesia.

2.3 Perilaku Konsumen

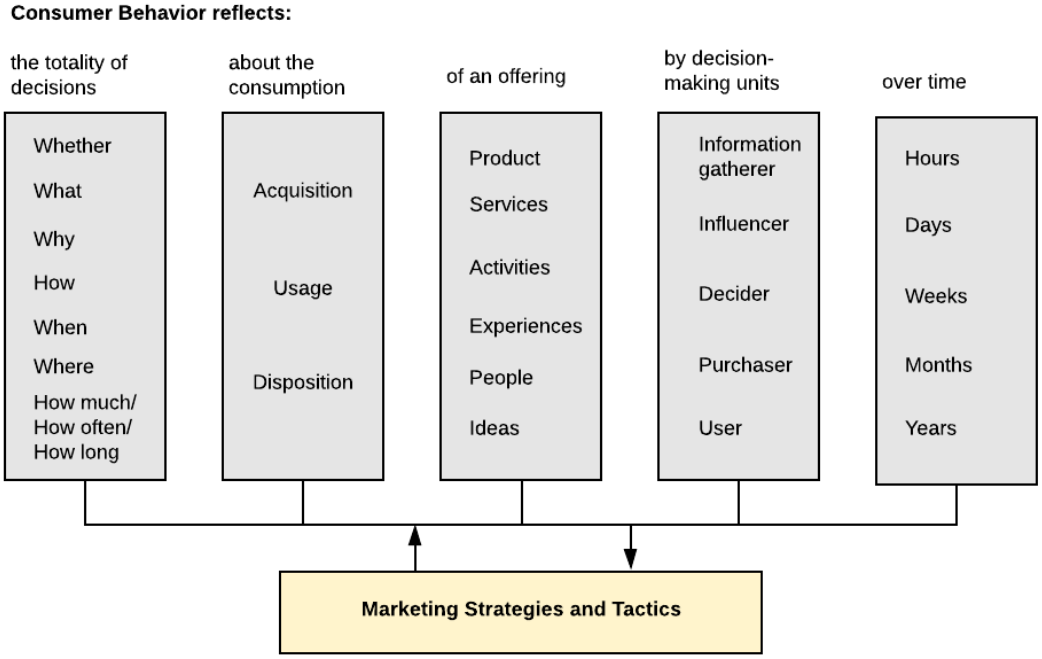
Sikap konsumen merupakan suatu evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan (Kotler & Armstrong, 2017). Sehingga, sikap konsumen dapat memengaruhi keputusan dari konsumen. Konsep sikap memiliki hubungan yang erat dengan konsep kepercayaan dan perilaku (Sudaryono, 2016). Kepercayaan konsumen menggambarkan pengetahuan konsumen terkait suatu objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen & Minor, 2007). Dengan adanya persepsi yang dibentuk oleh konsumen, maka kepercayaan konsumen pada suatu produk dapat berbeda-beda. Perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan proses pembelian baik untuk barang maupun jasa. Dimana perilaku konsumen mencakup hal-hal yang menjadi landasan seorang konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Tidak hanya mempertimbangkan cara seseorang membeli suatu produk,

tetapi perilaku konsumen juga mencakup penggunaan fasilitas, layanan, keputusan untuk suatu kegiatan, pengalaman, dan ide-ide dari konsumen untuk mewujudkan keputusannya (Hoyer, Maclnnis, & Pieters, 2013).

Perilaku konsumen mengacu pada dua perspektif yang mencakup pikiran dan tindakan manusia dalam mencari solusi atas kebutuhan dan keinginannya serta disiplin ilmu yang berfokus pada proses konsumsi yang dialami konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Tjiptono & Diana, 2020). Dengan adanya perspektif yang dikemukakan, perilaku konsumen memiliki berbagai definisi menurut para ahli, antara lain:

a. Perilaku konsumen merupakan serangkaian aktivitas individu dalam pencarian, pengevaluasian, pemerolehan, pengkonsumsian, dan penghentian pemakaian barang dan jasa (Craig-Less, Joy, & Browne, 1995).
b. Perilaku konsumen mencerminkan totalitas keputusan konsumen dalam hal pembelian, konsumsi, dan penghentian konsumsi barang, jasa, aktivitas, pengalaman, orang, dan gagasan oleh unit pembuat keputusan sepanjang waktu (Wayne, Maclnnis, Pieters, Chan, & Northey, 2018).
c. Perilaku konsumen merupakan studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang digunakan untuk menyeleksi, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan, serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat (Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

Dalam perilaku konsumen terdapat lima aspek yang saling berkaitan, antara lain; totalitas keputusan, konsumsi, penawaran, unit pembuat keputusan, dan proses dinamis.



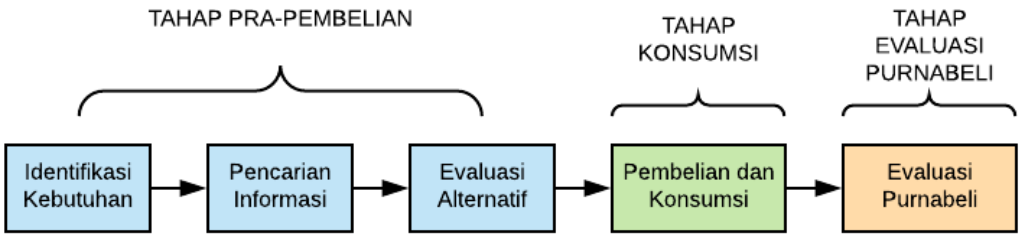
Gambar 2. 1 Lingkup Perilaku Konsumen

Sumber: *Consumer Behaviour, 1st Edition*

Gambar 2.2 menjelaskan bahwa pada aspek pertama, perilaku konsumen memerhatikan pemahaman atas sejumlah keputusan yang 5W 1H; apakah, apa, kenapa, bagaimana, kapan, dimana. Namun, 1H dapat dikembangkan menjadi 3H seperti; berapa banyak, seberapa sering, dan berapa lama konsumen akan membeli, menggunakan, atau menghentikan pemakaian produk secara spesifik. Aspek kedua berfokus pada cara konsumen melakukan keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk yang mengacu pada: (1) *acquiring behavior,* seperti membeli, menyewa, menukar tambah, dan sebagainya; (2) *using behavior,* yang menyangkut alasan dan cara konsumen menggunakan produk; (3) *disposing behavior,* cara konsumen menghentikan pemakaian produk yang telah dibelinya. Aspek selanjutnya ialah terkait penawaran yang diberikan yang beraneka ragam bentuk seperti barang fisik, jasa, aktivitas, pengalaman, orang, dan gagasan. Aspek keempat merupakan unit pembuat keputusan yang dapat melibatkan banyak orang dengan berbagai peran yang berbeda. Aspek kelima menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan proses dinamis, dimana tahapan *acquisition, usage,* dan *disposition* dapat berlangsung sepanjang waktu.

2.4.1 *Proses Keputusan Pembelian Konsumen*

Perilaku konsumen membagi dua kategori untuk mengetahui apa yang sebenarnya diharapkan oleh konsumen. Kategori tersebut ditinjau berdasarkan karakteristik konsumen dan proses keputusan pembelian. Karakteristik konsumen memengaruhi bagaimana konsumen memandang dan menanggapi suatu *stimuli* (Kotler & Armstrong, 2017). Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi karakteristik konsumen yaitu: kultur, sosial, personal, dan psikologi. Sedangkan proses keputusan pembelian memiliki beberapa tahapan seperti yang tertera pada Gambar 2.3.



Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian

Sumber: Pemasaran (Tjiptono & Diana, 2020)

Proses keputusan pembelian seorang konsumen dibedakan ke dalam tiga tahapan yang mencakup tahap pra-pembelian, tahap konsumsi, dan tahap evaluasi purnabeli. Tahapan pra-pembelian merupakan rangkaian aktivitas konsumen sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Dimana pada tahap awal ini terdapat tiga proses yang mencakup identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Sedangkan tahap konsumsi merupakan proses keputusan konsumen yang menjelaskan apakah konsumen membeli dan menggunakan produk atau jasa. Tahap evaluasi purnabeli merupakan tahapan setelah konsumen melakukan keputusan, sehingga konsumen mengetahui apakah keputusan yang telah dibuat sudah tepat atau belum.

2.4.2 *Perilaku Pembelian Konsumen*

Menurut Kotler, terdapat beberapa tipe perilaku pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dimana, masing-masing perilaku yang dilakukan mempertimbangkan adanya keterlibatan antara konsumen dengan produknya.

	High involvement	**Low** involvement
Significant differences between brands	Complex buying behavior	Variety-seeking buying behavior
Few differences between brands	Dissonance-reducing buying behavior	Habitual buying behavior

Gambar 2. 3 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen

Sumber: *Principles of Marketing* (Kotler & Armstrong, 2017)

Berdasarkan Gambar 2.4, diketahui bahwa adanya keterlibatan tinggi (*high involvement*) dan keterlibatan rendah (*low involvement*) suatu produk yang memengaruhi daya beli konsumen melakukan keputusan pembelian. Konsumen yang melakukan pembelian produk berketerlibatan tinggi, yaitu situasi pembelian yang secara psikologis penting bagi konsumen karena menyangkut kebutuhan sosial serta memiliki persepsi risiko yang besar, melakukan semua proses keputusan pembelian, seperti pada Gambar 2.2. Sedangkan pada produk berketerlibatan rendah, proses pencarian informasi dan evaluasi alternatif jarang dilakukan (Tjiptono & Diana, 2020). Berdasarkan tingkat keterlibatan pembelian, proses keputusan pembelian dibedakan menjadi empat kategori, yaitu:

1. *Complex Buying Behavior*: Perilaku ini terlihat ketika konsumen memiliki keterlibatan tinggi dalam keputusan pembelian produk. Dimana konsumen dapat mencari dan mengumpulkan informasi yang banyak terkait fitur dan atribut produk sebelum dilakukan keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2017). Produk-produk di bawah perilaku pembelian ini menghadapi risiko keuangan, risiko fisik, dan risiko ego seseorang karena keterlibatan konsumen sangat tinggi.
2. *Dissonance-Reducing Buying Behavior:* Perilaku konsumen yang memiliki keterlibatan tinggi pada proses keputusan pembeliannya namun memiliki perbedaan yang minimal pada produk yang ditawarkan antar merek.
3. *Habitual Buying Behavior:* Perilaku pembelian ini memiliki keterlibatan konsumen yang rendah dan terdapat beberapa perbedaan antar merek.

Produk yang dipertimbangkan umunya ialah produk yang kerap digunakan sehari-hari. Sehingga, konsumen membeli produk tanpa memikirkan merek apa yang harus dipilih dan langsung mengambil keputusan untuk membeli merek kegemarannya tanpa evaluasi alternatif. Evaluasi akhir dilakukan jika merek yang dipilih tidak sesuai dengan harapan (Tjiptono & Diana, 2020).

4. *Variety-Seeking Buying Behavior:* Keterlibatan konsumen dengan produk di bawah perilaku pembelian ini rendah tetapi perbedaan antar merek yang ditawarkan signifikan (Kotler & Armstrong, 2017). Pada keputusan pembelian tipe ini, pergantian merek sangat tinggi dilakukan setelah melalui tahapan evaluasi purnabeli.

Perilaku konsumen *habitual buying behavior* sangat relevan dengan penelitian ini karena bahan bakar dianggap sebagai produk yang digunakan sehari-hari oleh konsumen. Sehingga, dibutuhkan keterlibatan lebih sedikit dan perbedaan antar produk yang ditawarkan oleh merek sangat minim. Oleh karena itu, setelah mengidentifikasi bahwa bahan bakar adalah produk yang berada di bawah perilaku pembelian kebiasaan, penelitian ini berusaha mengidentifikasi apa saja yang memengaruhi konsumen untuk memilih merek tertentu karena perbedaan antara merek sangat minim dan ada keterlibatan konsumen yang rendah. Perbedaan merek yang sangat minim serta keterlibatan konsumen yang sangat rendah, maka sangat diperlukan upaya untuk menarik konsumen dari fasilitas dan layanan yang ditawarkan sehingga hal ini akan mengundang minat konsumen yang lebih tinggi atau besar untuk tertarik kepada produk yang ditawarkan.

2.4 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan cara yang dilakukan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti atau bagian dari populasi yang dipilih dengan prosedur tertentu untuk diukur karakteristiknya dan dianggap mewakili populasinya.

Berdasarkan jenis penelitian yang akan dilakukan, terdapat dua cara pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling.* Kedua jenis sampling tersebut merupakan pengambilan sampel secara acak dan pengambilan sampel tidak acak.

Probability sampling merupakan pengambilan sampel yang mengasumsikan seluruh populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel pada penelitian (Sekaran & Bougie, 2016) . Dengan kata lain, cara pengambilan sampel secara acak ini memberikan peluang yang sama kepada seluruh elemen populasi yang terlibat untuk dipilih dikarenakan populasi yang ada dapat dihitung jumlah atau banyaknya, Berikut merupakan beberapa cara pengambilan sampel yang dikategorikan sebagai *probability sampling* (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012):

1. *Simple random sampling,* teknik pengambilan sampel dengan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dijadikan sampel pada penelitian. Dimana, cara pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan nomor undian.
2. *Sample random systematic,* teknik pengambilan sampel secara acak namun sistematis. Dimana, metode pengambilan sampel menggunakan interval atau jarak dalam memilih sampel untuk penelitiannya.
3. *Stratified random sampling,* teknik pengambilan sampel berdasarkan strata atau tingkatan tertentu. Proses pengacakan dan pengambilan sampel diambil dari masing-masing kelompok yang telah ditetapkan berdasarkan tingkatannya.
4. *Cluster sampling,* teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kelompok atau area tertentu. Dimana, teknik pengambilan ini digunakan apabila populasi tidak terdiri dari individu-individu melainkan terdiri dari kelompok-kelompok individu atau *cluster.*
5. *Multi stage sampling,* teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara bertingkat.

Non-probability sampling merupakan cara pengambilan sampel yang dilakukan dengan tidak memilih sampel dari populasi secara acak (Sugiyono, 2015). Hal tersebut dikarenakan populasi yang ada tidak diketahui secara pasti jumlah dan keberadaannya. Sehingga, tidak mungkin dilakukan pengambilan sampel dengan memberi peluang yang sama pada setiap populasi. Umumnya, populasi yang terpilih menjadi sampel disebabkan karena kebetulan atau faktor lain yang sebelumnya sudah ditetapkan oleh peneliti. Berikut merupakan beberapa cara

pengambilan sampel yang dikategorikan sebagai *non-probability sampling* (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012):

1. *Purposive sampling,* teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh karakteristik yang diharapkan. Umumnya, teknik ini digunakan jika hanya sedikit orang yang memiliki keahlian dibidang yang sedang diteliti.
2. *Accidental sampling,* teknik pengambilan sampel berdasarkan spontanitas atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan atau tidak sengaja namun sesuai dengan karakteristik yang ditetapkan. Metode pengambilan sampel ini cocok digunakan pada penelitian yang bersifat umum, sehingga peneliti dapat dengan mudah mengambil sampel ketika menemukan sampel yang kebetulan ditemui.
3. *Quota sampling,* teknik pengambilan sampel yang hanya berdasarkan pertimbangan peneliti saja. Umumnya, besar dan kriteria dari sampel telah ditentukan terlebih dahulu.
4. *Saturation sampling,* teknik pengambilan sampel yang menjadikan semua populasi sebagai sampel dengan syarat populasi yang ada kurang dari tiga puluh orang.
5. *Snowball sampling,* teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara berantai dimulai dari ukuran sampel kecil sampai menjadi besar. Dimana cara ini dilakukan jika peneliti mengetahui hanya sedikit populasi yang memenuhi kriteria. Metode pengambilan sampel ini meminta informasi dari sampel pertama untuk mendapatkan sampel berikutnya dan dilakukan secara terus menerus sampai kebutuhan sampel terpenuhi. Umumnya, teknik ini digunakan pada penelitian yang sensitif dan membutuhkan privasi.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan atau biasa disebut dengan *accidental sampling.* Hal tersebut didasari oleh populasi yang diharapkan merupakan pengunjung ritel SPBU yang tidak diketahui secara pasti jumlah dan keberadaannya. Selain itu, teknik ini digunakan karena dianggap paling representatif serta paling mudah dilakukan dengan mempertimbangkan kesediaan dari sampel yang ditemui. Pengambilan sampel dilakukan secara *online*

pada penelitian ini untuk mendapatkan data yang banyak dengan waktu yang singkat. Kelemahan dari teknik ini ialah adanya tingkat kebiasan yang cukup rentan, dimana mayoritas hasil penelitian dengan teknik tersebut menghasilkan kesimpulan yang berpihak. Untuk menyikapinya, peneliti melakukan sampling dengan responden yang besar, dimana semakin banyak responden maka data yang diperoleh akan lebih akurat.

2.5 Likert Scale

Skala merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengubah respons suatu variabel yang bersifat kualitatif menjadi data kuantitatif (Mahmud, 2011). Dalam pengukuran, variabel yang bersifat kualitatif berskala nominal, sedangkan variabel yang bersifat kuantitatif berskala ordinal, interval, atau rasio. Menurut Muhammad Ali, data yang dapat dikumpulkan melalui instrument skala merupakan data-data terkait sikap, motivasi, minat, dan penilaian (Mahmud, 2011). Selain skala diukur berdasarkan sifatnya, yaitu nominal, ordinal, interval, dan rasio, terdapat tipe-tipe skala pengukuran lain yang kerap digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan beberapa skala sikap yang sering digunakan (Sudaryono, 2017):

1. Skala *Likert*, pengukuran ini kerap digunakan dikarenakan merupakan salah satu cara yang paling dapat diandalkan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terkait kejadian atau gejala sosial.
2. Skala *Guttman*, skala kumulatif yang mengukur satu dimensi saja dari suatu variabel yang multidimensi. Dimana jika individu menyetujui butir pertanyaan tertentu maka individu tersebut juga setuju dengan semua butir pertanyaan sebelumna yang lebih lemah (Budiaji, 2013).
3. Skala *Thurstone*, digunakan untuk memperkirakan preferensi individu dengan menggunakan nilai frekuensi responnya. Dimana, posisi dari pertanyaan dapat diperoleh dengan mengambil rataan dari persentil sebaran normal baku berdasarkan proporsi preferensi dari responden.

Pada penelitian ini, digunakan skala likert untuk mengetahui sikap serta perilaku dari responden pada fasilitas dan layanan yang diharapkan. Pada pengukuran skala ini, tanggapan yang diberikan responden pada suatu variabel dapat dianalis satu per satu, tetapi juga dimungkinkan untuk menghitung skor total

atau penjumlahan untuk setiap responden dengan menjumlahkan seluruh item. Kemudahan pada penyusunan skala likert harus diperhatikan dengan baik agar analisis yang dilakukan tepat. Berikut merupakan tahapan yang dilakukan ketika melakukan perhitungan menggunakan skala likert:

a. Menentukan skor jawaban

   Skor jawaban merupakan nilai yang diberikan oleh responden. Pada penelitian ini, skala interval yang dipertimbangkan ialah 1 sampai 5, dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Faktor Skala Jawaban

Faktor	Nilai
Sangat tidak penting	1
Tidak penting	2
Cukup penting	3
Penting	4
Sangat penting	5

b. Menentukan skor ideal

   Skor ideal merupakan skor yang digunakan untuk dijadikan acuan menentukan *rating scale.* Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk mengetahui skor ideal dari seluruh faktor:

$$Skor\ ideal = Nilai\ skala\ x\ Jumlah\ Responden$$

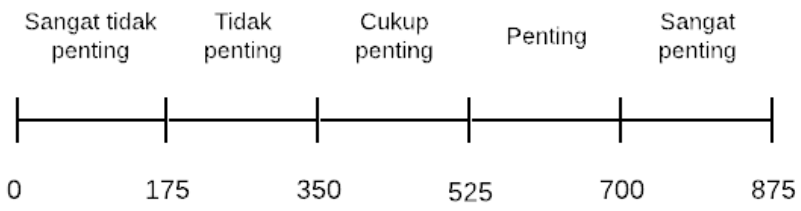
   Jika terdapat 175 responden, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Perhitungan Skor Ideal

Faktor	Nilai	Rumus	Skor Ideal
Sangat tidak penting	1	1 x 175	175
Tidak penting	2	2 x 175	350
Cukup penting	3	3 x 175	525
Penting	4	4 x 175	700
Sangat penting	5	5 x 175	875

c. Menetapkan *rating scale*

Skor yang telah diperoleh kemudian dimasukkan kedalam *rating scale* berikut ini:



Gambar 2. 4 Pesebaran *Rating Scale*

Rating scale berfungsi untuk mengetahui pesebaran data penelitian secara umum.

d. Menghitung hasil skor

Hasil skor merupakan perolehan akumulasi skor yang berasal dari perkalian antara nilai skala dengan jumlah respon. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk mengetahui hasil skor dari seluruh faktor:

$$Hasil\ Skor = Nilai\ skala\ x\ Jumlah\ Responden$$

Jika terdapat 175 responden yang memiliki respon yang berbeda-beda, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Perhitungan Hasil Skor

Faktor	Nilai	Rumus	Hasil Skor
Sangat tidak penting	1	1 x 20	20
Tidak penting	2	2 x 17	34
Cukup penting	3	3 x 48	144
Penting	4	4 x 30	120
Sangat penting	5	5 x 60	300
Total		175	**618**

e. Menghitung persentase persetujuan

Sedangkan untuk mengetahui jumlah jawaban dari responden melalui persentase, rumus yang dapat digunakan ialah sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{n} x\ 100\%$$

p: Persentase

f: Frekuensi dari setiap jawaban

n: jumlah skor ideal

Skala likert diperoleh dengan menghitung skor gabungan dari beberapa item. Sehingga, skala likert harus dianalisis dengan skala pengukuran interval. Statistik deskriptif yang direkomendasikan ialah perhitungan rata-rata untuk mengetahui *central tendency* dan standar deviasi untuk variabilitasnya (Boone & Boone, 2012). Jika diperlukan analisis tambahan, perhitungan dengan r Pearson's, t-test, ANOVA, dan regresi merupakan skala interval yang tepat digunakan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti melakukan pendalaman studi literatur yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Terdapat beberapa komponen penting yang dijadikan pedoman mengapa penelitian ini ada. Berikut merupakan rekapitulasi penelitian-penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini:

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Sumber	Keterangan
1	Grewal, D., Levy, M., & Kumar, V. (2009)	Customer Experience Management in Retailing: An Organizing Framework	*Journal of Retailing*	Kunci dari keberhasilan suatu ritel ialah dengan memahami keinginan konsumen. Mempertahankan konsumen lebih penting daripada melakukan penjualan. Promosi, biaya, *merchandise, supply chain,* dan lokasi merupakan beberapa faktor makro yang memengaruhi *customer experience.*
2	Fatma, S. (2009)	*Strategic Retail Management*	*SSRN Electric Journal*	Perusahaan ritel yang ingin membangun hubungan yang kuat dengan konsumen harus fokus dengan *customer database, customer preference, customer service, customer satisfaction*
3	Singh, S., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2011)	*Green Marketing and Consumer Behavior: The Case of Gasoline Products*	*Journal of Transnational Management*	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara dan sejauh mana sikap konsumen yang memengaruhi perilaku pembelian terkait produk serupa yang bersaing seperti bahan bakar.

No.	Peneliti	Judul	Sumber	Keterangan
4	Moelyanto, A. A., & Buchori, I. (2012)	Analisis Karakteristik SPBU di Kawasan Cepat Berkembang Kota Semarang Bagian Selatan	Jurnal Teknik PWK	Penelitian ini mempertimbangkan karakteristik lokasi suatu SPBU, karakteristik konsumen, sebaran pelayanan, dan karakteristik SPBU untuk mengetahui pendapat konsumen terhadap kondisi SPBU dan alasan konsumen berkunjung.
5	Bagdare, S., & Jain, R. (2013).	*Measuring retail customer experience*	*International Journal of Retail & Distribution Management*	Penelitian ini membuat konsep, mengembangkan, dan memvalidasi *customer experience* pada ritel dalam rangka upaya membangun kerangka kerja yang komprehensif untuk pengelolaan suatu ritel. Dimana, terdapat beberapa faktor terdahulu seperti *customer satisfaction, loyalty, word of mouth communication,* dan sebagainya yang sangat berpengaruh pada pengukuran *customer experience.*
6	Budiaji, W. (2013)	Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert	Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan	Skala Likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu. Kemudahan penggunaan skala ini dapat diimplementasikan untuk mengukur preferensi individu.

No.	Peneliti	Judul	Sumber	Keterangan
7	Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan	Jurnal Administrasi Bisnis	Dengan melakukan pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling,* diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh baik terhadap kepuasan dari pelanggan.
8	Fahrian, F., Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2015)	Pengaruh Citra Merek, Lokasi, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli BBM di SPBU GASINDO MEKAR PUTRA Semarang	*Journal of Management*	Penelitian menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap minat beli, lokasi terhadap minat beli, kepercayaan terhadap minat beli, kualitas pelayanan terhadap minat beli.
9	Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015)	*Likert Scale: Explored and Explained*	*British Journal of Applied Science & Technology*	Metode yang digunakan untuk analisis Skala Likert sangat bergantung pada variabel dalam skala yang tergantung pada respondennya. Perhitungan *central tendency* mengacu pada nilai *mean* dan standar deviasi.
10	Farizal, & Putra, N. S. (2016)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih SPBU	Jurnal Teknik Industri	Hasil penelitian analisis faktor diketahui bahwa elemen layanan dan fasilitas pendukung memengaruhi konsumen dalam memilih SPBU baik dalam kota Jakarta maupun luar kota.

No.	Peneliti	Judul	Sumber	Keterangan
11	Hikmawati, K. A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016)	Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	Jurnal Administrasi Bisnis	Karakteristik konsumen yang memengaruhi pengambilan keputusan umumnya karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, variabel psikologis merupakan variabel paling dominan dalam pengambilan keputusan pembelian.
12	Krisnawati, S. N. (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU	eJournal Administrasi Bisnis	Kepuasan pelanggan mengacu pada bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang ditawarkan. Pelayanan, fasilitas, dan keterampilan petugas perlu lebih diperhatikan agar pelanggan merasa puas.
13	Oke, A. O., Kamolshotiros, P., Popoola, O. Y., Ajagbe, M. A., & Olujobi, O. J. (2016)	*Consumer Behavior towards Decision Making and Loyalty to Particular Brands*	*International Review of Management and Marketing*	Perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan mengarah pada loyalitas konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan adanya hubungan antara faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan konsumen dengan perilaku loyalitas konsumen

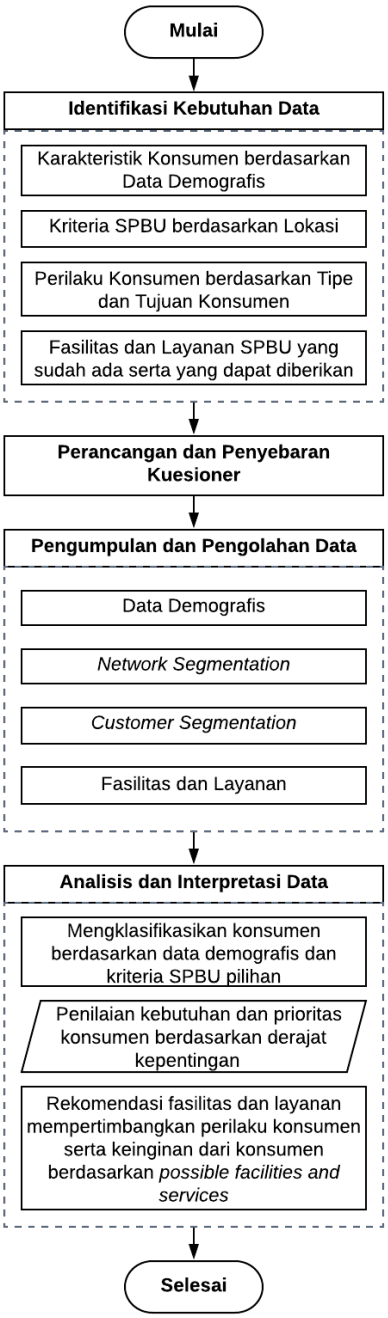
No.	Peneliti	Judul	Sumber	Keterangan
14	Ayunda, A. T. (2020)	Analisis Kebutuhan Fasilitas dan Layanan Penunjang Untuk Ritel Stasiun Pengisian Bahan Bakar dengan Mempertimbangkan Preferensi dan Perilaku Konsumen	Tugas Akhir	Dengan adanya tipe perilaku pembelian *habitual buying behavior* pada bahan bakar, penyediaan fasilitas dan layanan tambaha perlu lebih diperhatikan. Penelitian ini mengetahui kebutuhan konsumen terhadap fasilitas dan layanan tersebut berdasarkan perilaku dan preferensi konsumen.

Berdasarkan penelitian yang sudah ada, kepuasan dari konsumen dijadikan acuan untuk mengetahui pengambilan keputusan dan loyalitas dari konsumen. Begitu pula dengan penentuan tujuan dari penelitian umumnya berdasarkan hal-hal yang dapat memengaruhi *customer experience.* Faktor-faktor yang berpengaruh mencakup lokasi dari SPBU, penawaran yang diberikan, minat konsumen, dan karakteristik konsumen.

Penelitian ini mengambil sudut pandang berbeda yaitu mengetahui fasilitas dan layanan pendukung pada ritel SPBU yang dapat menunjang kebutuhan konsumen. Hal ini untuk menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang dapat berpengaruh pada kepuasan dari konsumen. Faktor tersebut didukung dengan adanya tipe perilaku pembelian *habitual buying behavior* pada bahan bakar. Adanya keterlibatan konsumen yang rendah dan perbedaan antar pengelola sangat kecil, maka penawaran yang diberikan ke konsumen perlu lebih dikedepankan. Penawaran tersebut dapat berupa fasilitas dan layanan penunjang yang disediakan pada ritel SPBU. Fasilitas dan layanan mengacu pada perilaku konsumen yang terangkum pada tipe SPBU berdasarkan lokasi, dan tujuan konsumen melakukan kunjungan. Selain itu, kebutuhan fasilitas dan layanan penunjang berdasarkan preferensi dari konsumen. Preferensi tersebut ditunjukkan melalui Skala Likert untuk memudahkan penelitian mengetahui prioritas konsumen terhadap fasilitas dan layanan yang saat ini sudah disediakan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Hal ini dikarenakan jumlah pengunjung ritel SPBU di JABODETABEK tidak diketahui secara pasti jumlah dan keberadaannya.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan terkait langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini. Dimana langkah-langkah tersebut akan dijabarkan melalui *flowchart* seperti pada Gambar 3.1 agar penelitian dapat dilakukan secara terstruktur, sistematis, dan terarah, sehingga tujuan dari peneliaitan ini dapat tercapai.



Gambar 3. 1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

3.1 Tahap Identifikasi Kebutuhan Data

Setelah melakukan studi literatur, tahapan ini merupakan tahapan awal dalam melakukan penelitian terkait fasilitas dan layanan yang diharapkan pada suatu ritel SPBU. Pada tahapan ini, dilakukan wawancara dengan salah satu pihak perusahaan pengelola SPBU, yaitu PT Shell Indonesia untuk mengetahui data apa saja yang perlu diperhatikan. Sehingga, berdasarkan hasil wawancara diketahui terdapat beberapa data yang dibutuhkan:

3.1.1 *Karakteristik Konsumen berdasarkan Data Demografis*

Data ini dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang konsumen yang datang mengunjungi suatu ritel SPBU. Dimana, konsumen yang mengunjungi ritel SPBU memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Sehingga, tahapan ini meninjau konsumen berdasarkan data demografis yang mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan domisili tempat tinggal.

3.1.2 *Kriteria SPBU berdasarkan Lokasi*

Data ini dibutuhkan karena pendirian lokasi SPBU mempertimbangkan berbagai aspek. Selain itu, untuk mengetahui kebutuhan dari konsumen, terdapat berbagai tipe SPBU yang tersebar dan dapat dikunjungi oleh konsumen yang berpengaruh pada perilaku konsumen. Kriteria pada SPBU tersebut terangkum pada suatu *network segmentation* yang memiliki beberapa tipe.

3.1.3 *Perilaku Konsumen berdasarkan Tipe dan Tujuan Konsumen*

Data pada tahapan ini dibutuhkan untuk mengetahui konsumen seperti apa yang mengunjungi suatu ritel SPBU. Data ini dianggap penting untuk diketahui dikarenakan perilaku konsumen terhadap pemilihan suatu SPBU dapat dipengaruhi oleh latar belakang kehadiran dari konsumen. Dimana, data ditinjau berdasarkan tipe konsumen yang mengunjungi SPBU dan tujuan dari konsumen tersebut mengunjungi SPBU.

3.1.4 *Fasilitas dan Layanan berdasarkan Kondisi Eksisting SPBU*

Data ini dibutuhkan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap fasilitas dan layanan apa saja yang saat ini sudah ada pada SPBU. Fasilitas dan layanan yang disediakan tersebut dipengaruhi oleh *network segmentation* dan *customer segmentation*. Saat ini, terdapat beberapa fasilitas dan layanan yang disediakan pada suatu ritel SPBU. Fasilitas yang tersedia antara lain; toilet, musholla, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *minimarket*, restoran, ekspedisi, *food truck*, mesin *Electronic Data Capture* (EDC), pengecekan tekanan ban, penjualan pelumas, dan penjualan *merchandise.* Sedangkan layanan yang diberikan antara lain; keramahan petugas, kecepatan pelayanan, kebersihan fasilitas, pelayanan 24 jam, informasi prosedur pengisian, kejelasan *warning labels,* kejelasan informasi fasilitas pada *sign board,* dan pembersihan kaca mobil.

3.2 Tahap Perancangan dan Penyebaran Kuesioner

Tahapan ini merupakan tahapan lanjutan setelah mengidentifikasi kebutuhan data. Dimana, pada penelitian ini akan dilakukan pengumpulan data dari konsumen melalui survei yang dilakukan dengan menyebar kuesioner secara *online.*

Berdasarkan kebutuhan data, kuesioner dirancang menjadi delapan bagian. Bagian pertama pada kuesioner merupakan informasi pengantar dari kuesioner yang mencakup terkait perkenalan dan tujuan dari penelitian serta pertanyaan untuk mengetahui apakah responden memenuhi kriteria yang diharapkan. Kuesioner bagian kedua berhubungan dengan data demografis dari responden. Bagian ketiga pada kuesioner berisikan terkait *network segmentation* untuk mengetahui pilihan responden memilih suatu SPBU dengan mempertimbangkan tipe SPBU seperti apa. Bagian keempat pada kuesioner berhubungan dengan *customer segmentation* yang mencakup tipe konsumen dan tujuan konsumen mengunjungi suatu SPBU. Bagian selanjutnya merupakan bagian fasilitas, dimana bagian ini menjabarkan fasilitas-fasilitas yang sudah ada saat ini untuk mengetahui derajat kepentingan masing-masing fasilitas menurut responden. Pada kuesioner bagian keenam, dijabarkan layanan-layanan yang saat ini sudah diberikan untuk mengetahui derajat kepentingan pada masing-masing layanan menurut responden. Bagian ketujuh pada

kuesioner berisikan fasilitas dan layanan yang memungkinkan untuk disediakan pada SPBU. Dimana, fasilitas dan layanan yang dijelaskan belum diterapkan secara merata maupun belum dimiliki sama sekali pada SPBU di Indonesia. Sehingga, pada bagian ini diharapkan responden dapat memberikan pilihan maupun aspirasinya terkait fasilitas dan layanan yang diinginkannya untuk disediakan di SPBU. Bagian terakhir pada kuesioner merupakan penutup yang mencakup ucapan terima kasih dan saran untuk peneliti.

Setelah merancang, kuesioner kemudian disebarkan melalui media sosial dan koneksi secara *online.* Penyebaran dilakukan dengan mentargetkan responden yang berdomisili di wilayah JABODETABEK dan sekitarnya serta pernah mengunjungi SPBU di JABODETABEK minimal dua kali selama enam bulan terakhir.

3.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data

Tahapan selanjutnya merupakan tahapan pengumpulan data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Target responden yang diharapkan dalam penelitian ini mengacu pada *rules of thumb* yang diteliti (Roscoe, 1975) yaitu ukuran sampel harus lebih besar beberapa kali (10 kali) daripada variabel yang diamati (Sekaran & Bougie, 2016). Berdasarkan *rules of thumb,* maka ukuran sampel yang merupakan target responden adalah sebagai berikut:

$$n = 10\ x\ variabel$$

$$n = 10\ x\ 19$$

$$n = 190$$

Berdasarkan rumus diatas, maka ukuran sampel dalam penelitian ini memiliki syarat minimal sebesar 190 sampel atau responden. Dengan membutuhkan responden yang cukup banyak, teknik sampling tipe *accidental sampling* dianggap paling sesuai untuk digunakan pada survei ini. Dimana, teknik sampling tipe *accidental sampling* ini menentukan sampel secara spontanitas jika sampel atau responden bersedia dan memenuhi syarat.

Setelah memperoleh sampel, langkah selanjutnya ialah dengan melakukan uji kecukupan data untuk mengetahui data yang diperoleh sudah cukup secara objektif. Perhitungan dilakukan menggunakan rumus Slovin (Sevilla & Consuelo G. et. al, 2007) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Responden

e = Batas toleransi kesalahan (10%)

Jika n hasil perhitungan ini lebih kecil dari N, maka data yang dikumpulkan sudah cukup.

3.3.1 Data Demografis

Data pada tahapan ini merupakan data pertama yang berada pada kuesioner. Dimana, peneliti nantinya dapat mengetahui latar belakang dari sampel yang bersedia menjadi responden pada survei penelitian ini. Data yang dikumpulkan ialah terkait jenis kelamin, usia yang dibedakan menjadi 4 golongan sesuai dengan teori generasi (Codrington & Grant-Masrshall, 2011), jenis pekerjaan yang dibedakan menjadi delapan kategori berdasarkan data jenis pekerjaan yang dominan (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2017), pendapatan responden per bulan yang dibedakan menjadi empat golongan berdasarkan subjektivitas peneliti yang mengacu pada data yang dilansir Badan Pusat Statistika, serta domisili tempat tinggal yang mencakup wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan, dan Bekasi (JABODETABEK dan sekitarnya).

3.3.2 Network Segmentation

Data selanjutnya yang berada pada survei bagian ketiga pada kuesioner yang mencakup *network segmentation.* Pada tahapan ini, perilaku konsumen dapat dilihat pada suatu ritel SPBU dengan menjabarkan pilihan SPBU yang kerap dikunjungi, alasan mengunjungi suatu SPBU yang mengacu pada kriteria SPBU berdasarkan *network segmentation,* dan frekuensi kunjungan dari responden. Data pada bagian ini dibutuhkan untuk mengetahui SPBU dari pengelola perusahaan mana yang lebih dipilih oleh responden untuk dikunjugi serta mengetahui preferensi SPBU dengan kriteria yang seperti apa yang lebih banyak dibutuhkan oleh konsumen.

3.3.3 Customer Segmentation

Data bagian keempat pada kuesioner ini dibutuhkan untuk mengetahui perilaku konsumen yang mencakup tipe dan tujuan konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU. Tipe dan tujuan tersebut termasuk dalam bagian *customer segmentation.* Dimana, dengan mengetahui *customer segmentation* dari pengunjung suatu ritel SPBU, pengelola dapat mengetahui fasilitas dan layanan seperti apa yang tepat untuk memenuhi kebutuhan dari konsumennya.

3.3.4 Fasilitas dan Layanan

Setelah mengetahui pilihan konsumen yang berada pada *network segmentation* dan *customer segmentation,* tahapan selanjutnya ialah mengetahui fasilitas dan layanan apa yang menjadi preferensi konsumen pada suatu ritel SPBU. Fasilitas dan layanan tersebut ditinjau berdasarkan fasilitas dan layanan yang saat ini sudah ada, belum diterapkan secara merata, maupun belum ada sama sekali. Dimana, fasilitas dan layanan yang sudah ada dijabarkan pada kuesioner bagian kelima dan keenam untuk mengetahui kebutuhan dan prioritas dari konsumen terhadap fasilitas dan layanan yang ada pada ritel SPBU. Selain itu, pada bagian ketujuh terdapat pula bagian *possible facilities and services,* bagian ini bertujuan untuk mengetahui fasilitas dan layanan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen untuk bisa diterapkan pada ritel SPBU. Fasilitas dan layanan yang dijelaskan merupakan fasilitas dan layanan yang belum diterapkan secara merata maupun belum ada sama sekali di ritel SPBU Indonesia.

3.4 Tahap Analisis dan Interpretasi Data

Setelah data dikumpulkan dan diolah, analisis dan interpretasi data akan fokus terhadap hasil yang dapat menjawab tujuan dari penelitian. Dimulai dengan menganalisis terkait tipe SPBU yang dipilih oleh konsumen, fasilitas dan layanan yang menjadi prioritas, serta rekomendasi fasilitas dan layanan yang dapat

diberikan pengelola kepada konsumen. Interpretasi tambahan nantinya dapat dilakukan untuk melakukan analisis yang lebih mendalam.

3.4.1 Analisis Deskriptif Data Demografis dan Kriteria SPBU

Peneliti akan melakukan analisis deskriptif terhadap data demografis dan kriteria SPBU pilihan yang mempertimbangkan *network segmentation* dan *customer segmentation.* Langkah selanjutnya ialah dengan mengklasifikasikan konsumen berdasarkan data demografis dan kriteria SPBU pilihan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui penyebaran pengunjung ritel SPBU berdasarkan perilaku konsumen.

3.4.2 Analisis Kebutuhan dan Prioritas Konsumen

Setelah diketahui penyebaran pengunjung yang mengunjungi ritel SPBU, proses ini bertujuan untuk mengetahui fasilitas dan layanan seperti apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Dimana, dilakukan penilaian terkait kebutuhan dan prioritas konsumen berdasarkan derajat kepentingan. Penilaian tersebut untuk mengetahui fasilitas dan layanan apa saja yang perlu dikembangkan dengan mempertimbangkan preferensi konsumen menggunakan *likert scale*

3.4.3 Analisis Rekomendasi Fasilitas dan Layanan

Langkah terakhir pada tahapan ini ialah dengan memberikan rekomendasi fasilitas dan layanan yang perlu dipertimbangkan oleh pengelola untuk diterapkan pada ritel SPBU. Rekomendasi tersebut berdasarkan keinginan konsumen yang berada pada bagian *possible facilities and services.* Sehingga, pengelola ritel SPBU mengetahui fasilitas dan layanan apa saja yang diharapkan oleh konsumen.

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini terdiri dari pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan untuk menjawab tiga tujuan penelitian. Data yang digunakan untuk dianalisis berasal dari data kuesioner yang didistribusikan kepada pengunjung ritel SPBU di JABODETABEK yang bersedia dijadikan responden. Data yang diperoleh berisi informasi demografis (jenis kelamin, usia, pendapatan, domisili tempat tinggal), serta pilihan dan alasan apa mengunjungi suatu SPBU, kemudian fasilitas serta layanan seperti apa yang diharapkan oleh responden pada suatu ritel SPBU.

4.1. Gambaran Umum Fasilitas dan Layanan di SPBU

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) merupakan suatu prasarana yang menyediakan fasilitas pengisian bahan bakar untuk memenuhi kebutuhan kendaraan. Selain itu, terdapat fasilitas penunjang yang disediakan untuk menarik perhatian konsumen. Terdapat beberapa pilihan SPBU yang saat ini tersebar dengan kualitas bahan bakar yang tidak jauh berbeda. Namun, menyediakan fasilitas dan layanan tambahan sesuai dengan kebutuhan konsumen akan membuat konsumen puas dan senang mengunjungi suatu ritel SPBU.

Secara umum, suatu ritel SPBU menyediakan fasilitas seperti; toilet, musholla, dan pengisian angin. Namun, fasilitas tambahan lainnya tidak secara merata tersedia di seluruh ritel SPBU. Hal tersebut dipengaruhi dengan perilaku konsumen mengunjungi suatu SPBU yang berbeda-beda dan menyesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing konsumen dengan mempertimbangkan lokasi berdirinya SPBU. Seperti contohnya, di daerah jalanan yang kerap dilalui konsumen biasanya fasilitas yang disediakan tidak hanya berupa toilet, musholla, dan pengisian angin tetapi tersedia pula minimarket dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Selain itu, SPBU yang berada di jalan tol umumnya menyediakan fasilitas berupa restoran cepat saji dimana konsumen bisa menentukan keputusan pembeliannya apakah secara *drivethru* atau *dine-in.* Kelengkapan fasilitas dan layanan yang diberikan SPBU tentu dapat memengaruhi kunjungan konsumen, apakah akan kembali atau tidak.

Adapun layanan yang diberikan oleh pengelola ritel SPBU umumnya mencakup keramahan petugas, kebersihan fasilitas, serta adanya informasi pengisian bahan bakar yang dijelaskan oleh petugas. Semakin baik layanan yang ditawarkan, semakin nyaman dan senang konsumen berada di SPBU tersebut. Layanan tambahan lainnya pun menyesuaikan dengan kondisi dari SPBU, seperti pelayanan 24 jam dan penawaran pembersihan kaca mobil. Fasilitas serta layanan lengkap yang diberikan suatu ritel SPBU biasanya tersedia pada SPBU yang besar, baik untuk besar pada lahan maupun besar pada kuantitas konsumen yang datang. Tabel 4.1 merupakan ringkasan tentang fasilitas dan layanan yang diberikan oleh masing-masing pengelola.

Tujuan konsumen mengunjungi suatu SPBU tergantung dengan kebutuhan dari konsumen tersebut. Sehingga, ritel SPBU sebaiknya tidak hanya memerhatikan kualitas dari bahan bakar yang ditawarkan, melainkan fasilitas dan layanan tambahan perlu dipertimbangkan. Saat ini, fasilitas dan layanan yang ditawarkan masing-masing pengelola hampir sama. Sebagai contoh, pada perusahaan Pertamina, Shell, TOTAL, dan BP menyediakan minimarket yang memiliki ciri khas masing-masing. Sehingga, dengan adanya minimarket pada ritel SPBU secara garis besar perusahaan sudah mengetahui kebutuhan dari konsumen. Tidak hanya minimarket, masing-masing pengelola memiliki fasilitas yang dapat membedakan dengan SPBU milik pengelola lain. Seperti halnya pada Pertamina, saat ini Pertamina sudah membaca kebutuhan konsumen yang sangat cerdas. Dimana, perusahaan menyediakan *car wash* pada salah satu ritel SPBU di Fatmawati. Begitu pula dengan Shell yang menyediakan fasilitas bengkel dan ganti oli di beberapa SPBU yang dimilikinya. Sedangkan pada perusahaan BP, terdapat fasilitas penjualan *spare part* kendaraan di Bintaro. Namun, pada Exxon Mobil tidak tersedia fasilitas minimarket, pengelola hanya menyediakan fasilitas penjualan *spare part* yang hanya dimiliki oleh beberapa SPBU. Dari semua pengelola SPBU, hanya perusahaan VIVO yang sampai saat ini belum memberikan fasilitas tambahan selain toilet dan pengisian angin. Beragamnya fasilitas yang disediakan suatu ritel SPBU didukung dengan adanya perilaku konsumen yang berbeda-beda. Semakin baik produk yang ditawarkan, maka semakin baik pula sudut pandang konsumen pada ritel SPBU tersebut.

Tabel 4. 1 Perbedaan Fasilitas dan Layanan di SPBU

Pengelola	Fasilitas
Pertamina	Minimarket Bright Autoglaze Bright Wash
Shell	Minimarket Select Shell Helix Oil Change
TOTAL	Minimarket Bonjour
BP	Minimarket Alfamart Castrol Bike Point
Exxon Mobil	Indostation *Spare part*

Namun, sering berjalannya waktu kebutuhan dari konsumen akan terus berubah, sehingga diperlukan fasilitas dan layanan penunjang lainnya untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen. Pihak pengelola perlu mengetahui harapan dari konsumen sehingga dapat menyediakan kebutuhan yang sesuai dengan ekspetasi dari konsumen. Terdapat beberapa fasilitas yang saat ini belum diterapkan secara merata maupun belum ada sama sekali di ritel SPBU Indonesia. Fasilitas dan layanan tersebut antara lain:

Tabel 4. 2 Fasilitas dan Layanan yang Belum Diterapkan

Fasilitas	Keterangan
Self-service	Konsumen melakukan pengisian bahan bakar sendiri tanpa bantuan petugas yang ada di SPBU
Personal Protective Equipment (PPE)	Tersedianya perlengkapan yang dapat digunakan konsumen dengan tujuan mencegah terjadinya kebakaran maupun bahaya yang dapat ditimbulkan ketika melakukan pengisian bahan bakar
Enhance external stores and forecourt appearance	Memberikan penampilan yang menarik pada SPBU dengan mempertimbangkan adanya tujuan konsumen berkunjung ke SPBU tidak hanya untuk melakukan pengisian bahan bakar
Paid toilet	Fasilitas toilet kelas atas yang dapat digunakan ketika konsumen melakukan transaksi pada SPBU, minimarket atau resto yang ada, sehingga tidak semua orang dapat mengakses toilet tersebut

Fasilitas	Keterangan
Electric Vehicle Charging Station	Penyediaan fasilitas pengisian daya untuk mobil listrik pada lokasi yang memadai dengan mempertimbangkan berkembangnya mobil listrik saat ini
Drive thru Carwash	Menyediakan fasilitas tambahan untuk kebutuhan kendaraan seperti pencucian mobil secara drive thru
Laundry	Tersedianya fasilitas laundry yang merupakan hasil kerjasama dengan mitra pengelola laundry yang terdapat pada toko yang ada di lokasi SPBU
Co-working space	Menyediakan fasilitas ruangan bersama dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen yang kerap mencari suasana baru untuk menyelesaikan pekerjaannya

4.2. Kriteria SPBU

Suatu SPBU memiliki kriteria tertentu terhadap pemilihan lokasi pendiriannya. Dimana, berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pendirian suatu ritel SPBU ditentukan dengan menyesuaikan jaringan yang dimiliki oleh SPBU pada lokasi terpilih nantinya. Kriteria tersebut terangkum pada suatu *network segmentation* yang memiliki beberapa tipe sebagai berikut:

a. *Local Convenience* (LC), tipe SPBU yang berada di sekitar daerah pemukiman dengan segmentasi pasar kelas atas.

b. *Commuter Transient* (CT), tipe SPBU yang berada pada jalan umum yang kerap dilalui.

c. *Mix Local Convenience and Commuter Transient* (LC&CT), tipe SPBU yang berada di sekitar daerah pemukiman namun sering dilalui oleh masyarakat.

d. *Industrial,* tipe SPBU yang berada pada kawasan industri.

e. *Focal Point* (FP), tipe SPBU yang berada di daerah *central* perkotaan.

f. *On the Move* (OTM), tipe SPBU yang berada di jalanan yang dilalui oleh masyarakat dengan ketentuan tertentu.

g. *Rural,* tipe SPBU yang berada di daerah *secondary* area yang hanya menyediakan satu dispenser di pinggir jalan.

Di Indonesia, hanya terdapat empat tipe SPBU yang diterapkan berdasarkan *network segmentation*. Tipe SPBU tersebut antara lain ialah; *Local Convenience* (LC), *Commuter Transient* (CT), *Mix* LC&CT, dan *Industrial.* Hal tersebut didukung dengan kondisi yang ada di Indonesia. Dimana, tipe SPBU tersebut dianggap paling sesuai dengan kebutuhan serta perilaku konsumen. Selain itu, terdapat beberapa batasan dan syarat-syarat yang diberikan oleh pemerintah terkait ketentuan pendirian SPBU. Sebagai contoh, tipe *Focal Point* tidak dapat diterapkan di Indonesia dikarenakan daerah *central* pada kota di Indonesia, seperti Sudirman di DKI Jakarta, tidak diperbolehkan mendirikan SPBU. Hal tersebut disebabkan adanya peraturan wilayah *(zoning)* yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia.

Selain *network segmentation,* terdapat kriteria SPBU selanjutnya dengan mempertimbangkan perilaku konsumen mengunjungi ritel SPBU dengan tujuan yang berbeda-beda. Dimana, dengan adanya berbagai tipe konsumen, dibutuhkan pula suatu klasifikasi untuk mengetahui konsumen seperti apa yang mengunjungi suatu ritel SPBU. Klasifikasi ini dianggap penting untuk diketahui dikarenakan konsumen memilih dan mengunjungi suatu SPBU dapat dipengaruhi oleh latar belakang kehadiran dari konsumen yang dapat ditinjau berdasarkan tipe konsumen yang mengunjungi SPBU dan tujuan dari konsumen tersebut mengunjungi SPBU. Tipe konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU diklasifikasikan pada *customer segmentation* sebagai berikut:

a. *Quality Believer,* konsumen yang memiliki loyalitas tinggi dan selalu menggunakan produk yang dijual.
b. *Reward Seeker,* konsumen yang menggunakan produk dikarenakan mengejar promo yang diberikan.
c. *Road Warrior,* konsumen yang melewati dan bukan berasal dari sekitar lokasi SPBU.
d. *Penny Pincher,* konsumen yang menggunakan produk dengan mencari harga yang terendah.

Selain tipe konsumen, perilaku konsumen dapat dintinjau dengan mengetahui tujuan dari konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU yang dibedakan menjadi:

a. *Fuel & Go*, konsumen yang hanya mengisi bensin lalu pergi meninggalkan ritel.
b. *Fuel Plus,* konsumen yang mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada.
c. *Take a break,* konsumen yang mengisi bensin sekaligus istirahat.
d. *Fast food treat,* konsumen yang mengisi bensin sekaligus membeli makanan di resto yang ada di sekitar ritel.
e. *Top up shopping,* konsumen yang mengisi bensin sekaligus berbelanja atau hanya sekedar melihat-lihat.
f. *Liquid boost,* konsumen yang datang untuk membeli minuman sebelum melanjutkan perjalanan.
g. *Car care,* konsumen yang datang untuk menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan.
h. *Basic & indulgence,* konsumen yang mengisi bensin dan membeli kebutuhan yang berguna di perjalanan.

Dengan adanya berbagai tipe SPBU, tipe konsumen, serta tujuan konsumen memilih dan mengunjungi suatu ritel SPBU, maka pengelola ritel harus memperhatikan fasilitas dan layanan yang diberikan kepada konsumen. Mengingat dua hal tersebut merupakan daya tarik dan penentu apakah konsumen akan melakukan kunjungan kembali serta merasa nyaman ketika fasilitas dan layanan yang diberikan memenuhi kebutuhannya. Fasilitas dan layanan yang disediakan suatu ritel SPBU harus mempertimbangkan keinginan dari konsumen, hal tersebut

dikarenakan konsumen lah yang melakukan proses pembelian keputusan. Sehingga, perilaku konsumen *habitual buying behavior* dapat mengedepankan fasilitas dan layanan penunjang tambahan tersebut untuk menarik perhatian konsumen

4.3. Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan melalui *Google Formulir,* yang didistribusikan dari tanggal 14 – 30 Juni 2020. Kuesioner disebarkan kepada konsumen ritel SPBU yang dalam kurun waktu enam bulan terakhir pernah mengunjungi SPBU minimal dua kali yang berada di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan sekitarnya. Kuesioner terdiri dari informasi demografis, *network segmentation, customer segmentation,* variabel fasilitas dan layanan berdasarkan kondisi yang saat ini sudah disediakan oleh ritel SPBU, serta *possible facilities and services.* Selama periode pengumpulan data berlangsung, terdapat 345 konsumen yang bersedia dijadikan responden. Namun hanya 336 responden yang memenuhi kriteria. Dengan mempertimbangkan kriteria sampel untuk mengembangkan penelitian, berikut merupakan kriteria yang ditetapkan pada penelitian ini:

- Responden pernah mengunjungi SPBU di wilayah JABODETABEK selama enam bulan terakhir (minimal dua kali)
- Responden berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan sekitarnya

Berdasarkan *rules of thumb* yang telah dijelaskan pada 3.3, dibutuhkan minimal 190 sampel untuk penelitian ini. Dilakukan uji kecukupan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{336}{1 + (336)(0{,}1)^2}$$

$$n = 77{,}06 \sim \mathbf{78}$$

Dengan adanya n hitung sebesar 78, maka diketahui n lebih kecil dari N yang dikumpulkan pada penelitian ini. Sehingga, dengan ukuran sampel yang ada, data dianggap cukup dan telah memenuhi kebutuhan, maka penelitian sudah bisa

dilanjutkan untuk dilakukan analisis dikarenakan realisasi pencapaian dari target responden sudah sesuai dari target yang ditetapkan. Kuesioner yang diperoleh akan dilampirkan pada Lampiran 1.

4.4. Deskriptif Hasil Penelitian

Berdasarkan pengumpulan data, terdapat 336 data yang dapat dianalisis. Dimana, analisis ini akan menjelaskan demografi dan fasilitas serta layanan yang diharapkan konsumen dengan mempertimbangkan perilaku konsumen. Perhitungan menggunakan skala likert akan dilakukan untuk mengetahui prioritas dari fasilitas dan layanan berdasarkan preferensi konsumen yang didapatkan dari pengumpulan data.

4.4.1. Deskriptif Data Demografi

Data demografis yang diperoleh dari hasil kuesioner mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan domisili tempat tinggal dari responden. Analisis demografi dilakukan untuk mengetahui latar belakang dari responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pada kuesioner bagian demografi ini, pilihan jawaban yang disediakan berupa *multiple choice* tanpa ada pilihan 'lainnya'. Sehingga, jawaban yang dipilih hanya satu pada masing-masing pertanyaan berdasarkan pilihan jawaban yang telah disediakan. Berikut merupakan rekapitulasi dari data demografis yang telah diperoleh dari 336 responden:

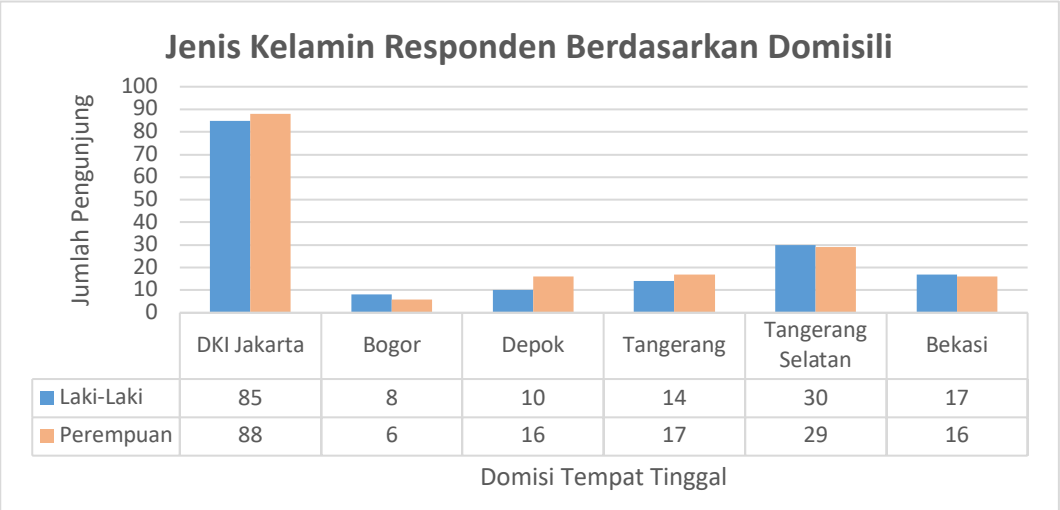
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Data Demografi Responden

Demografi Responden	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	164	48,81
Perempuan	172	51,19
TOTAL	336	100
Usia		
17 - 25 Tahun (Generasi Z)	112	33,33
26 - 39 Tahun (Milenial*)*	120	35,71
40 - 55 Tahun (Generasi X)	42	12,50
56 - 74 Tahun (*Baby Boomers*)	62	18,45

Demografi Responden	Jumlah	Presentase (%)
TOTAL	336	100
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	94	27,98
Pegawai Negeri	25	7,44
Pegawai BUMN	17	5,06
Pegawai Swasta	92	27,38
Pengusaha	30	8,93
Pensiunan	32	9,52
Ibu Rumah Tangga	38	11,31
Lainnya	8	2,38
TOTAL	336	100
Pendapatan		
Rp1.000.0000-Rp5.000.000	109	32,44
Rp5.000.000- Rp10.000.000	69	20,54
Rp10.000.000-Rp15.000.000	41	12,20
>Rp15.000.000	117	34,82
TOTAL	336	100
Domisili		
DKI Jakarta	173	51,49
Bogor	14	4,17
Depok	26	7,74
Tangerang	31	9,23
Tangerang Selatan	59	17,56
Bekasi	33	9,82
TOTAL	336	100

4.4.1.1. Data Jenis Kelamin Responden

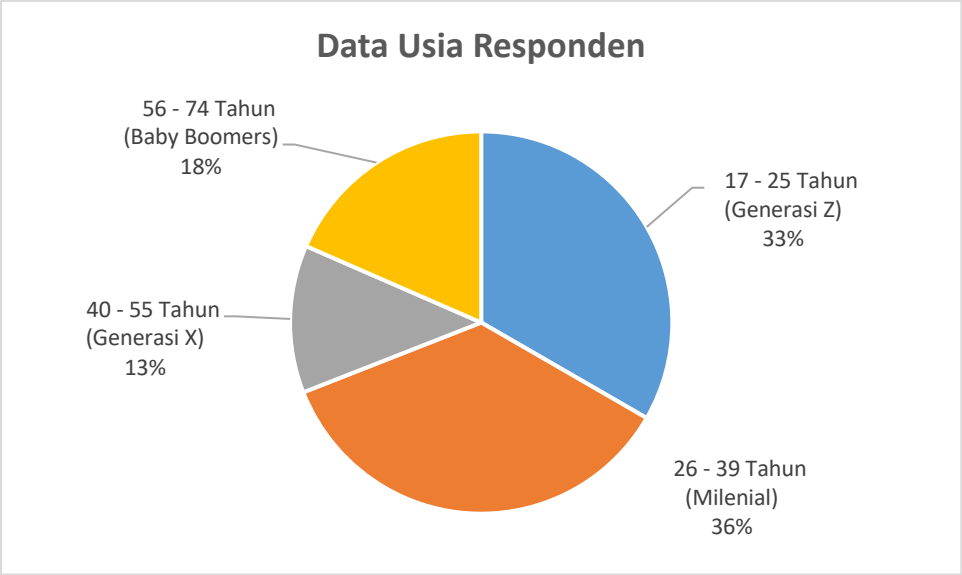
Gambar di bawah ini akan menjelaskan jumlah responden laki-laki dan perempuan berdasarkan domisili yang berbeda. Dimana, responden tertinggi berasal dari DKI Jakarta, baik untuk laki-laki maupun perempuan.



Gambar 4. 1 Hasil Rekapitulasi Data Jenis Kelamin Berdasarkan Domisili

4.4.1.2. Data Usia Responden

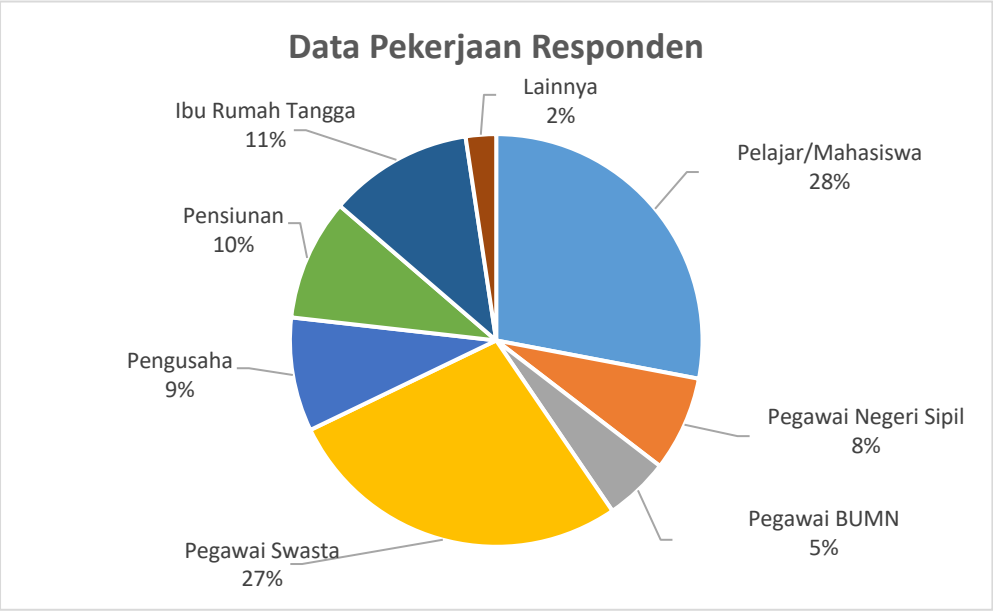
Berdasarkan kuesioner, usia responden dibagi ke dalam rentang yang berbeda menurut teori generasi (Codrington & Grant-Masrshall, 2011). Generasi dibagi menjadi empat yaitu *Baby boomers* (1946-1964), generasi X (1965-1980), milenial (1981-1994) dan juga generasi Z (1994-2010). Pada generasi Z, usia yang diinput ialah sampai batas kelahiran 2003 mengikuti standar umur pengemudi di Indonesia ialah 17 tahun. Hasil kuesioner menjelaskan bahwa responden dengan usia 26 – 39 tahun memberikan partisipasi tertinggi pada penelitian ini sebesar 36% atau 120 responden, sedangkan responden dengan usia 40 – 55 tahun menunjukkan partisipasi yang paling sedikit yaitu sebesar 13% atau 42 responden.



Gambar 4. 2 Hasil Rekapitulasi Data Usia Responden

4.4.1.3. Data Pekerjaan Responden

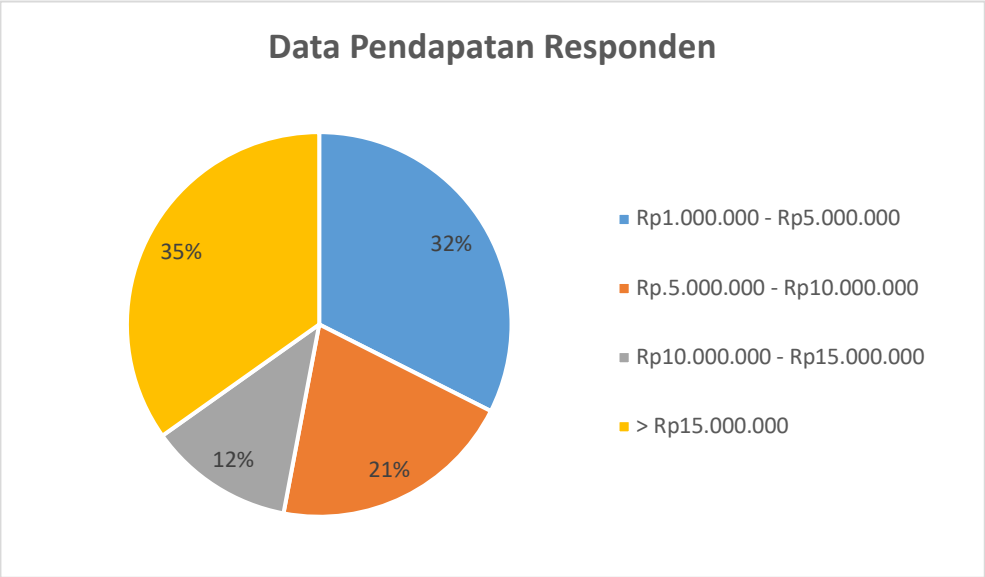
Berdasarkan penelitian, diketahui bahwa responden dengan partisipasi tertinggi merupakan pelajar atau mahasiswa yang memiliki persentase tidak jauh berbeda dengan pegawai swasta. Data pekerjaan yang dijelaskan pada Gambar 4.3 mencakup pelajar atau mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil, Pegawai BUMN, Pegawai Swasta, Pengusaha, Pensiunan, Ibu Rumah Tangga, dan lainnya. Dimana, responden yang berlatar belakang lainnya memiliki persentase terkecil dengan keterangan pekerjaan dokter, notaris, advokat, atlet, dosen, dan konsultan.



Gambar 4. 3 Hasil Rekapitulasi Data Pekerjaan Responden

4.4.1.4. Data Pendapatan Responden

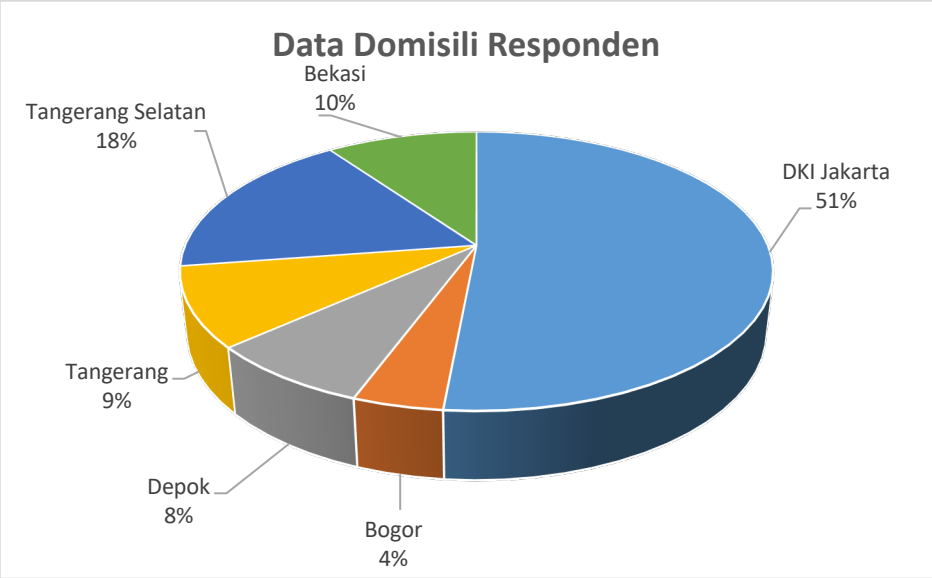
Rata-rata pendapatan responden dibagi menjadi empat kategori. Dimana, pendapatan dapat berasal dari uang saku yang diberikan orang tua, suami atau pendapatan yang dihasilkan sendiri. Pendapatan responden berkaitan dengan pekerjaan. Sehingga rata-rata pendapatan lebih dari Rp15.000.000 menjadi persentase yang paling besar. Mengingat mayoritas responden tertinggi kedua ialah pegawai swasta yang dimana memperoleh penghasilan sendiri. Sedangkan pendapatan tertinggi selanjutnya ialah pada rentang Rp1.000.000 sampai Rp5.000.000 yang dihasilkan dari responden di generasi Z (17 – 25 Tahun) yang memperoleh pendapatan dari uang saku orang tua dan belum memiliki pendapatan tetap. Dimana kategori tersebut didominasi oleh pelajar atau mahasiswa yang merupakan partisipan tertinggi pada penelitian ini.



Gambar 4. 4 Hasil Rekapitulasi Data Pendapatan Responden

4.4.1.5. Data Domisili Responden

Berdasarkan kriteria dari penelitian, responden yang dijadikan sampel merupakan responden yang berdomisili di Jabodetabek dan sekitarnya yang mencakup Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan, dan Bekasi. Persentase dari setiap domisili dijelaskan pada Gambar 4.5, yang menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung ritel SPBU yang berdomisili di DKI Jakarta.



Gambar 4. 5 Hasil Rekapitulasi Data Domisili Responden

4.4.2. Deskriptif Data Network Segmentation

Data *network segmentation* diperoleh dari hasil kuesioner yang mencakup pilihan ritel SPBU yang kerap dikunjungi, alasan mengunjungi SPBU, serta frekuensi kunjungan yang dilakukan responden setiap bulan. Analisis *network segmentation* dilakukan untuk mengetahui preferensi ritel SPBU yang dikelola oleh perusahaan mana yang menjadi pilihan konsumen serta tipe SPBU seperti apa yang diutamakan oleh seorang konsumen yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pada kuesioner bagian *network segmentation* ini, pilihan jawaban yang disediakan berupa *checkboxes* pada pertanyaan terkait pilihan SPBU yang kerap dikunjungi dan alasan mengunjungi SPBU. Dimana, pilihan dengan *checkboxes* ini memberikan kebebasan responden untuk dapat memilih lebih dari satu jawaban pada satu pertanyaan. Sedangkan pada frekuensi kunjungan, pilihan jawaban yang disediakan berupa *multiple choice*. Berikut merupakan rekapitulasi dari data *network segmentation* yang telah diperoleh dari 336 responden:

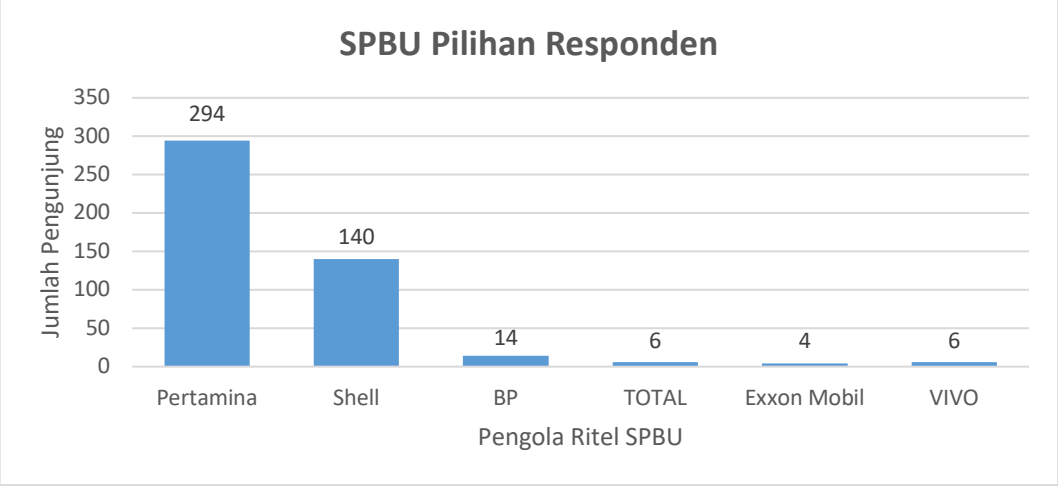
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Data *Network Segmentation*

Network Segmentation Responden	Jumlah	Presentase (%)
SPBU yang kerap dikunjungi		
Pertamina	294	63,36
Shell	140	30,17
British Petroleum (BP)	14	3,02
TOTAL	6	1,29
Exxon Mobil	4	0,86
VIVO	6	1,29
TOTAL	464	100
Alasan mengunjungi SPBU		
Kedekatan dengan tempat tinggal	224	41,87
Kedekatan dengan tempat kerja	55	10,28
Berada di jalanan yang dilalui	205	38,32
Lainnya	51	9,53
TOTAL	535	100
Frekuensi mengunjungi SPBU		
1 - 3 kali	170	50,60
4 - 6 kali	129	38,39

Network Segmentation Responden	Jumlah	Presentase (%)
7 - 9 kali	18	5,36
> 9 kali	19	5,65
TOTAL	336	100

4.4.2.1. Data SPBU Pilihan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner pada 336 responden, diketahui bahwa Pertamina menjadi pilihan SPBU yang kerap dikunjungi terbanyak oleh konsumen dari enam pengelola SPBU yang tersebar di Jabodetabek. Dimana, jumlah tersebut diikuti oleh Shell yang menjadi urutan terbanyak selanjutnya. Sedangkan pada pengelola SPBU lainnya, tidak begitu banyak dikunjungi oleh konsumen. Hal tersebut dapat ditinjau dari Gambar 4.6.

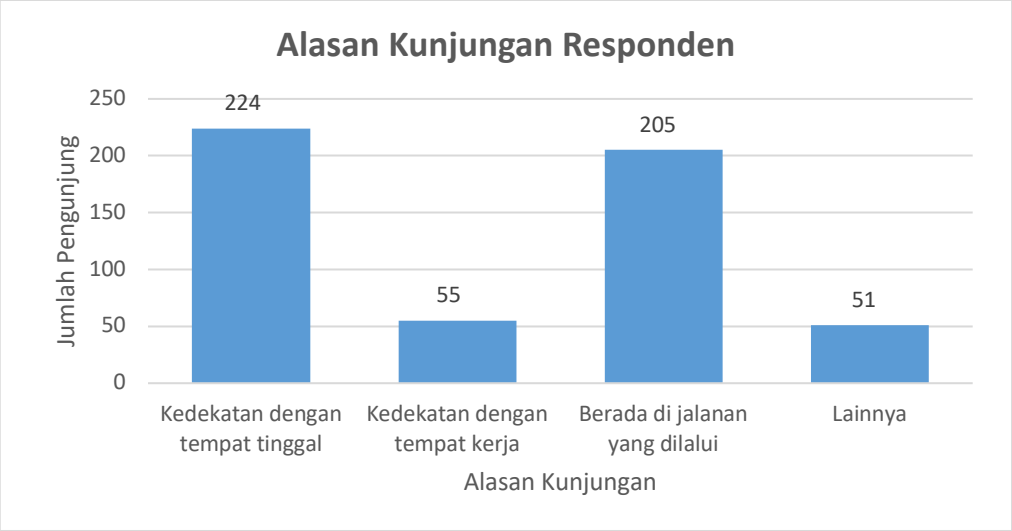


Gambar 4. 6 Hasil Rekapitulasi Data SPBU Pilihan

4.4.2.2. Data Alasan Kunjungan Responden

Semakin banyaknya SPBU yang tersebar di Jabodetabek dengan kualitas yang tidak jauh berbeda, tentu perilaku konsumen mengunjungi dapat dipengaruhi oleh adanya kondisi lokasi dari suatu ritel SPBU. Dimana, responden menunjukkan persentase tertinggi terhadap preferensi memilih ritel SPBU dengan mempertimbangkan kedekatan dengan tempat tinggal. Selanjutnya ialah karena SPBU tersebut berada di jalanan yang dilalui. Persentase terkecil ialah

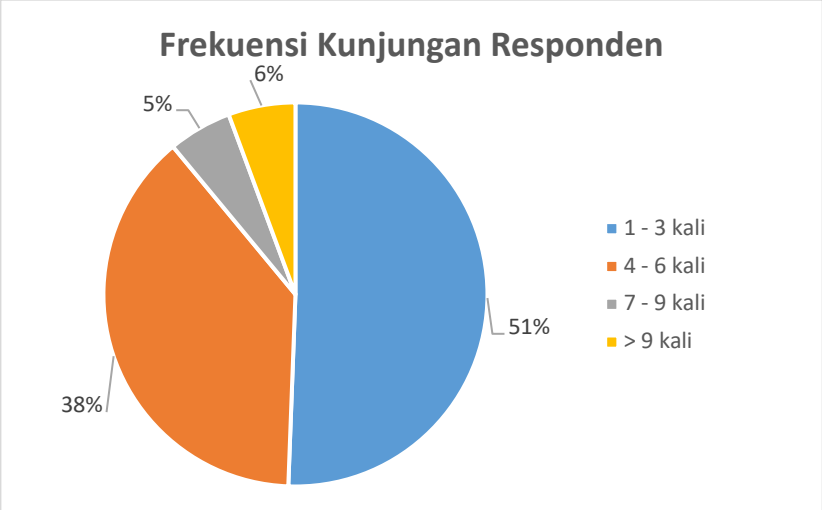
berada pada klasifikasi lainnya yang mencakup memerhatikan adanya kualitas, kejujuran, serta pelayanan yang diberikan



Gambar 4. 7 Hasil Rekapitulasi Data Alasan Kunjungan

4.4.2.3. Data Frekuensi Kunjungan Responden

Frekuensi kunjungan ke suatu ritel SPBU dapat bervariasi. Hal tersebut dapat disebabkan oleh adanya berbagai tujuan konsumen mengunjungi ritel. Sehingga, berdasarkan hasil kuesioner, diketahui bahwa frekuensi kunjungan terbesar dalam sebulan ialah 1 – 3 kali, dan diikuti oleh frekuensi kunjungan 4 – 6 kali. Dimana, frekuensi kunjungan terkecil berada pada rentang 7 – 9 kali.



Gambar 4. 8 Hasil Rekapitulasi Data Frekuensi Kunjungan

4.4.3. Deskriptif Data Customer Segmentation

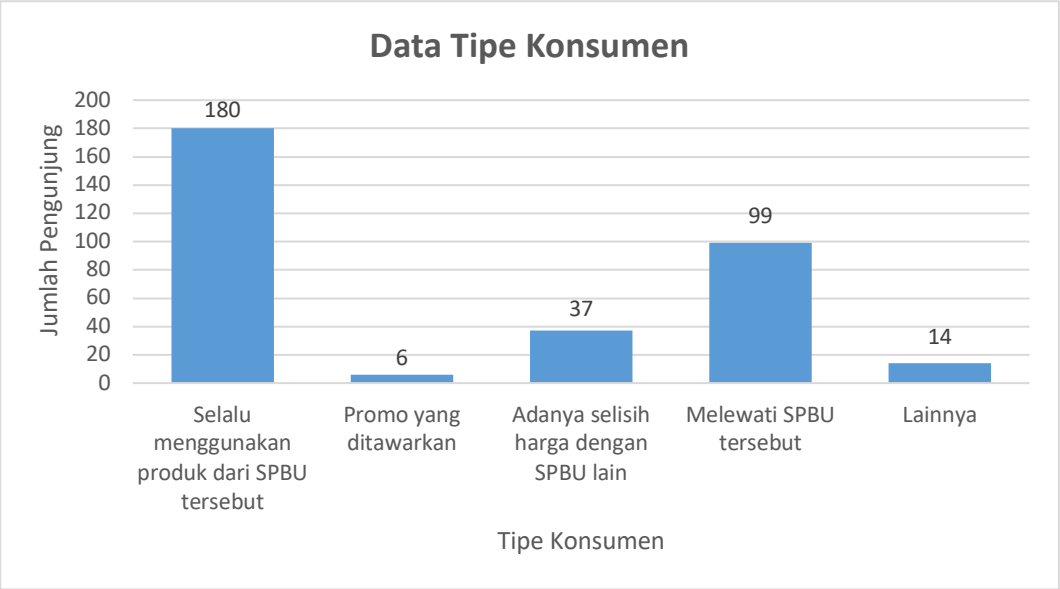
Data *customer segmentation* diperoleh dari hasil kuesioner yang mencakup tipe dan tujuan konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU. Analisis terhadap *customer segmentation* dilakukan untuk mengetahui konsumen seperti apa yang mengunjungi SPBU dan memiliki preferensi tujuan apa saja. Pada kuesioner bagian *customer segmentation* ini, pilihan jawaban yang disediakan berupa *checkboxes* dengan menyertakan pilihan jawaban 'lainnya'. Sama halnya dengan bagian *network segmentation,* pilihan dengan *checkboxes* ini memberikan kebebasan responden untuk dapat memilih lebih dari satu jawaban pada satu pertanyaan ditambah responden diperbolehkan memberi pilihan jawaban tambahan berdasarkan pengalamannya mengunjungi SPBU. Berikut merupakan rekapitulasi dari data *customer segmentation* yang diperoleh dari 336 responden:

Tabel 4. 5 Rekapitulasi Data *Customer Segmentation*

***Customer Segmentation* Responden**	**Jumlah**	**Presentase (%)**
Tipe konsumen mengunjungi SPBU		
Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	180	53,57
Promo yang ditawarkan	6	1,79
Adanya selisih harga dengan SPBU lain	37	11,01
Melewati SPBU tersebut	99	29,46
Lainnya	14	4,17
TOTAL	336	100
Tujuan konsumen mengunjungi SPBU		
Fuel & Go	277	37,58
Fuel Plus	174	23,61
Take a break	23	3,12
Fast food treat	44	5,97
Top up shopping	2	0,27
Liquid boost	37	5,02
Car care	111	15,06
Basic & indulgence	57	7,73
Lainnya	12	1,63
TOTAL	737	100

4.4.3.1. Data Tipe Konsumen Mengunjungi SPBU

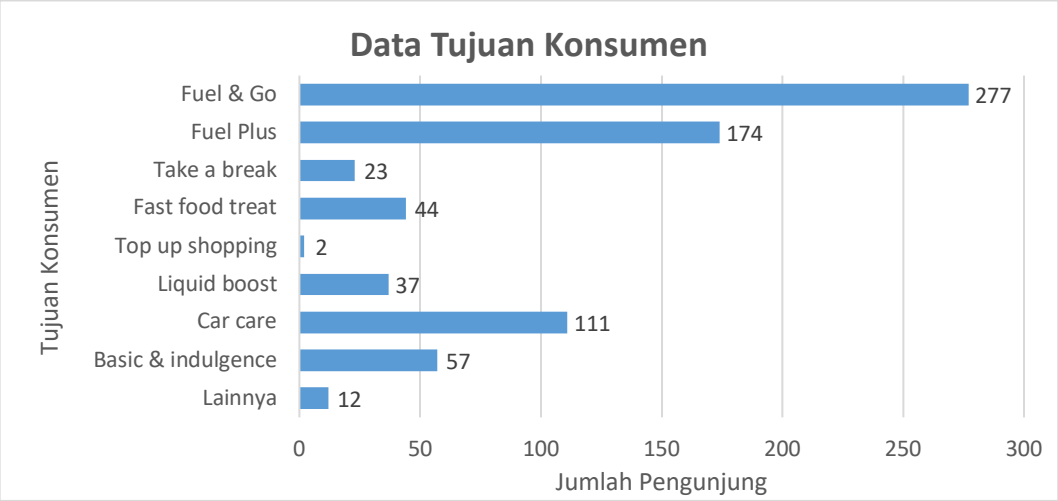
Berdasarkan data, terdapat berbagai tipe konsumen ketika mengunjungi suatu ritel SPBU. Dimulai dari dengan adanya loyalitas dari konsumen sehingga selalu menggunakan produk, mempertimbangkan adanya promo yang ditawarkan, perbedaan harga dengan SPBU lain, serta SPBU berada pada jalanan yang dilewati. Dengan beragamnya tipe konsumen mengunjungi SPBU tersebut, maka terdapat pilihan lainnya untuk mencakup tipe konsumen lain yang tidak secara garis besar diklasifikasikan oleh peneliti. Menurut data hasil kuesioner, diketahui bahwa tipe konsumen mengunjungi SPBU didominasi karena selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut, serta memerhatikan promo yang ditawarkan memiliki persentase paling kecil. Tipe konsumen lainnya mencakup karena mempertimbangkan kepercayaan konsumen dan sebelumnya pernah mengunjungi SPBU tersebut.



Gambar 4. 9 Hasil Rekapitulasi Data Tipe Konsumen

4.4.3.2. Data Tujuan Konsumen Mengunjungi SPBU

Dengan beragamnya perilaku konsumen, konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU tentu memiliki tujuan yang berbeda-beda. Mengingat, selain kualitas bahan bakar yang tidak begitu berbeda, fasilitas dan layanan yang ditawarkan pun dapat memengaruhi tujuan konsumen mengunjungi ritel SPBU. Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa responden mengunjungi SPBU didominasi untuk melakukan pengisian bensin saja lalu pergi. Kemudian, tujuan kedua didominasi oleh responden yang mengunjungi SPBU untuk mengisi bensin sekalian menggunakan fasilitas umum yang disediakan seperti toilet, mushalla, dan pengisian tekanan angin. Sedangkan tujuan dengan pilihan terkecil ialah konsumen yang mengisi bensin sekalian berbelanja di minimarket atau hanya sekedar melihat-lihat. Terdapat pula pilihan lainnya yang mencakup konsumen mengunjungi SPBU hanya untuk menggunakan salah satu fasilitas yang disediakan yaitu ATM tanpa mengisi bensin.



Gambar 4. 10 Hasil Rekapitulasi Data Tujuan Konsumen

4.4.4. Pengolahan Data Kebutuhan dan Prioritas Konsumen

Data selanjutnya merupakan pilihan fasilitas dan layanan yang saat ini sudah ada pada ritel SPBU. Dimana, hasil kuesioner bagian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi fasilitas dan layanan apa saja yang lebih dibutuhkan dan diutamakan oleh konsumen. Pada kuesioner bagian fasilitas dan layanan ini, pilihan jawaban yang disediakan berupa *linear scale* dengan rentang 1 sampai 5. Dimana, rentang tersebut mempertimbangkan derajat kepentingan dengan faktor sebagai berikut; 1; sangat tidak penting, 2; tidak penting, 3; cukup penting, 4; penting, 5; sangat penting. Hasil pilihan responden tersebut nantinya diolah menurut skala likert untuk mengetahui prioritas dari fasilitas dan layanan yang disediakan pada ritel SPBU. Selain itu, terdapat pula rekapitulasi data fasilitas dan layanan yang diharapkan konsumen untuk dapat diterapkan pada ritel SPBU. Rekapitulasi dari data derajat kepentingan fasilitas dan layanan pada SPBU yang diperoleh dari 336 responden dapat dilihat pada Lampiran 2 dan Lampiran 3.

4.4.4.1. Pengolahan Data Fasilitas Prioritas

Berdasarkan derajat kepentingan yang telah dipilih oleh responden, langkah selanjutnya ialah mengolah data menggunakan skala likert untuk mengetahui prioritas fasilitas dan layanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Sebagai contoh, berikut merupakan perhitungan skala likert terhadap fasilitas ATM:

a. Melakukan rekapitulasi hasil derajat kepentingan responden berdasarkan faktor skala jawaban

Tabel 4. 6 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Fasilitas ATM

Likert Chart	**Respon Responden**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
ATM	4	6	12	70	244

b. Menetapkan skor ideal serta *rating scale* pada masing-masing faktor

Tabel 4. 7 Rekapitulasi Skor Ideal Fasilitas

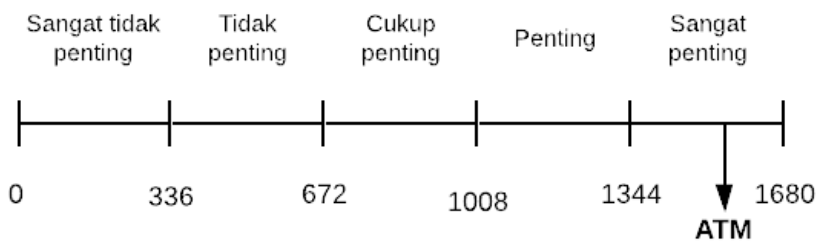
Faktor	Nilai	Skor Ideal	Rating Scale
Sangat tidak penting	1	336	0-336
Tidak penting	2	672	337-672
Cukup penting	3	1008	673-1008
Penting	4	1344	1009-1344
Sangat penting	5	1680	1345-1680
Responden		336	

c. Menghitung hasil skor dengan menjumlahkan hasil perkalian jumlah respon responden dengan skala faktor jawaban

Tabel 4. 8 Perhitungan Hasil Skor Fasilitas ATM

Faktor	Nilai	Rumus	Hasil Skor
Sangat tidak penting	1	1 x 4	4
Tidak penting	2	2 x 6	12
Cukup penting	3	3 x 12	36
Penting	4	4 x 70	280
Sangat penting	5	5 x 244	1220
Total		336	**1552**

d. Mengklasifikasikan hasil skor pada *rating scale*



Gambar 4. 11 Klasifikasi *Rating Scale* Fasilitas ATM

e. Menghitung *mean* dan standar deviasi dari hasil skor

Perhitungan dengan mempertimbangkan jumlah responden. Sehingga, berdasarkan perhitungan *mean* dan hasil skor, prioritas

dari pilihan konsumen terhadap fasilitas ATM dapat diketahui yaitu berada pada prioritas pertama. Nilai standar deviasi fasilitas ATM berada pada posisi terbesar kedua, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat keragaman pada sampel.

Perhitungan skala likert untuk mengetahui prioritas fasilitas lainnya dilakukan sama seperti contoh. Sehingga, berikut merupakan rekapitulasi pengolahan data terhadap fasilitas yang disediakan:

Tabel 4. 9 Hasil Penentuan Fasilitas Prioritas

Fasilitas	Hasil Skor	Faktor	Mean	Std.dev	Prioritas
Toilet	1549	Sangat Penting	0,922	521,52	2
Musholla	1412	Sangat Penting	0,840	381,35	5
ATM	1552	Sangat Penting	0,924	521,18	1
Minimarket	1318	Penting	0,785	246,37	6
Resto	1052	Penting	0,626	136,49	8
Ekspedisi	889	Cukup Penting	0,529	118,26	10
Foodtruck	938	Cukup Penting	0,558	120,16	9
Mesin EDC	1530	Sangat Penting	0,911	515,43	4
Pengecekan tekanan ban	1533	Sangat Penting	0,913	491,35	3
Penjualan Pelumas	1180	Penting	0,702	177,30	7
Penjualan Merchandise	817	Cukup Penting	0,486	130,13	11

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) memiliki perolehan *mean* dan hasil skor tertinggi. Sehingga prioritas pertama yang dibutuhkan oleh konsumen pada fasilitas suatu ritel SPBU merupakan ATM. Prioritas selanjutnya ialah fasilitas toilet yang memiliki hasil skor, nilai *mean* dan standar deviasi tidak jauh berbeda dengan perolehan nilai yang dimiliki fasilitas ATM. Fasilitas dengan prioritas ketiga ialah berupa adanya pengecekan tekanan ban dan dilanjutkan dengan tersedianya mesin

Electronic Data Capture (EDC) yang disediakan oleh pengelola ritel SPBU. Prioritas kelima ialah tersedianya musholla, yang dilanjutkan dengan adanya minimarket pada suatu ritel SPBU. Fasilitas selanjutnya ialah dengan tersedianya penjualan pelumas serta terdapat resto yang disediakan baik berupa *drive thru* maupun *dine-in.* Prioritas ke-9 berhubungan dengan adanya *foodtruck* yang berada di sekitar ritel SPBU. Kemudian fasilitas yang tidak dijadikan prioritas utama lainnya berupa adanya ekspedisi seperti JNE, Tiki, SiCepat, dan sebagainya serta prioritas paling akhir dari seluruh fasilitas yang saat ini sudah ada ialah penjualan *merchandise* yang merupakan bentuk promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh pengelola.

4.4.4.2. Pengolahan Data Layanan Prioritas

Begitu pula dengan perhitungan skala likert terhdapa layanan yang ada di SPBU. Berikut merupakan contoh perhitungan skala likert pada layanan kebersihan fasilitas:

a. Melakukan rekapitulasi hasil derajat kepentingan responden berdasarkan faktor skala jawaban

Tabel 4. 10 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Layanan Kebersihan Fasilitas

Likert Chart	**Respon Responden**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Kebersihan fasilitas	1	2	6	46	281

b. Menetapkan skor ideal serta *rating scale* pada masing-masing faktor

Tabel 4. 11 Rekapitulasi Skor Ideal Layanan

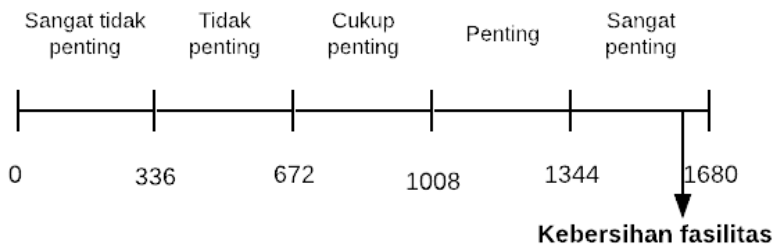
Faktor	Nilai	Skor Ideal	Rating Scale
Sangat tidak penting	1	336	0-336
Tidak penting	2	672	337-672
Cukup penting	3	1008	673-1008
Penting	4	1344	1009-1344
Sangat penting	5	1680	1345-1680
Responden		336	

c. Menghitung hasil skor dengan menjumlahkan hasill perkalian jumlah respon responden dengan skala faktor jawaban

Tabel 4. 12 Perhitungan Hasil Skor Layanan Kebersihan Fasilitas

Faktor	Nilai	Rumus	Hasil Skor
Sangat tidak penting	1	1 x 1	1
Tidak penting	2	2 x 2	4
Cukup penting	3	3 x 6	18
Penting	4	4 x 46	184
Sangat penting	5	5 x 281	1405
Total		336	**1612**

d. Mengklasifikasikan hasil skor pada *rating scale*



Gambar 4. 12 Klasifikasi Rating Scale Layanan Kebersihan Fasilitas

e. Menghitung *mean* dan standar deviasi dari hasil skor

Penentuan prioritas berdasarkan perhitungan *mean* dan standar deviasi yang dilakukan dengan mempertimbangkan jumlah responden. Sehingga, berdasarkan perhitungan *mean* dan standar

deviasi, prioritas dari pilihan konsumen terhadap layanan kebersihanfasilitas dapat diketahui yaitu berada pada prioritas ke-1.

Perhitungan pada layanan yang ditawarkan lainnya dilakukan sama seperti contoh yang telah dijelaskan. Berikut merupakan rekapitulasi pengolahan data terhadap layanan yang disediakan:

Tabel 4. 13 Hasil Penentuan Layanan Prioritas

Layanan	Hasil Skor	Faktor	Mean	Std.dev	Prioritas
Keramahan petugas	1545	Sangat Penting	0,92	497,49	3
Kecepatan pelayanan	1595	Sangat Penting	0,95	576,53	2
Kebersihan fasilitas	1612	Sangat Penting	0,96	610,02	1
Pelayanan 24 jam	1535	Sangat Penting	0,91	498,05	4
Informasi prosedur pengisian	1353	Penting	0,81	281,60	7
Kejelasan *warning labels*	1449	Sangat Penting	0,86	400,93	6
Kejelasan informasi fasilitas yang tersedia pada *sign board*	1469	Sangat Penting	0,87	402,45	5
Pembersihan kaca mobil	1108	Penting	0,66	152,21	8

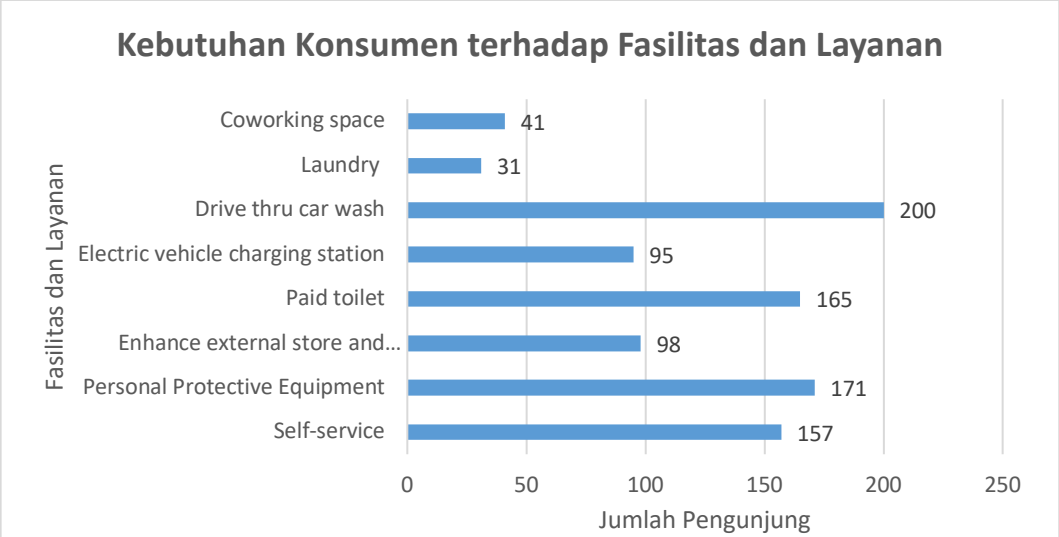
Sedangkan pengolahan data terkait layanan, kebersihan dari fasilitas memiliki perolehan *mean* dan standar deviasi tertinggi. Sehingga prioritas pertama yang dibutuhkan oleh konsumen terkait layanan pada ritel SPBU ialah dengan memerhatikan adanya kebersihan pada fasilitas. Prioritas selanjutnya ialah memberikan kecepatan dalam proses pelayanan. Layanan pada prioritas ketiga ialah konsumen

mendapat keramahan yang diberikan oleh petugas. Selanjutnya ialah SPBU memberikan pelayanan selama 24 jam. Prioritas kelima ialah adanya layanan yang disediakan berupa kejelasan informasi terkait fasilitas apa saja yang tersedia di SPBU tersebut yang dijelaskan pada *sign board* SPBU. Prioritas keenam berhubungan dengan adanya kejelasan *warning labels* yang tertera disekitar dispenser bahan bakar. Prioritas ketujuh ialah adanya layanan yang ditawarkan petugas terkait menerangkan informasi prosedur pengisian. Serta priortas terakhir dari seluruh rangkaian yang saat ini telah ada ialah terkait pembersihan kaca mobil yang ditawarkan oleh petugas.

4.4.5. Deskriptif Kebutuhan Konsumen terhadap Fasilitas dan Layanan

Menurut data, saat ini terdapat fasilitas dan layanan yang belum ada atau belum secara merata diterapkan pada ritel SPBU di Jabodetabek maupun di Indonesia. Dimana, semakin berjalannya waktu kebutuhan konsumen tentu akan semakin beragam. Sehingga, diperlukan penyesuaian secara cepat dengan adanya perubahan kebutuhan yang terus menerus akan muncul. Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat rekomendasi fasilitas dan layanan yang diharapkan oleh konsumen untuk dapat disediakan di suatu ritel SPBU. Keinginan terkait fasilitas dan layanan harapan didominasi oleh disediakannya *drive thru car wash.* Hal tersebut dianggap penting karena saat ini fasilitas yang sudah ada cukup lengkap, sehingga jika adanya *drive thru car wash* maka ritel SPBU dapat menjadi *one stop station.* Tidak perlu memakan waktu yang cukup lama, tetapi semua kebutuhan dapat ditemukan pada ritel SPBU. Fasilitas dan layanan yang dibutuhkan selanjutnya ialah terkait dengan penyediaan *Personal Protective Equipment* untuk menjaga keamanan karena ritel SPBU merupakan kawasan yang rawan akan kebakaran. Kebutuhan fasilitas selanjutnya ialah *paid toilet,* dimana konsumen yang menggunakan toilet tersebut sebelumnya melakukan transaksi di minimarket atau restoran yang disediakan. Sehingga, fasilitas toilet dengan kondisi yang sangat baik tidak dapat digunakan oleh semua orang demi menjaga kebersihan dan kenyamanan dari konsumen. Rekomendasi kebutuhan fasilitas selanjutnya ialah terkait *self-service, enhance external store and forecourt appearance, electric*

vehicle charging station, coworking space, dan pilihan terkecil ialah berupa menyediakan *laundry.*



Gambar 4. 13 Hasil Rekapitulasi Data Kebutuhan Konsumen terhadap Fasilitas dan Layanan

BAB V
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan terkait analisis berdasarkan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian. Dimana analisis akan berhubungan dengan data demografis dan kriteria SPBU, serta kebutuhan dan prioritas konsumen, dan rekomendasi fasilitas dan layanan yang dapat diberikan.

5.1. Analisis Data Demografis

Dalam rangka memuaskan pengunjung ritel SPBU, pengelola perlu mempertimbangkan perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dengan mengetahui target konsumen sesuai dengan kriteria SPBU. Dari hasil penelitian yang dilakukan, sesuai dengan data demografi, maka latar belakang konsumen yang mengunjungi SPBU sangatlah beragam.

a. Usia

Berdasarkan teori generasi yang dikemukakan (Codrington & Grant-Masrshall, 2011) dengan mengetahui usia konsumen, pelaku bisnis dapat menyesuaikan pendekatan apa yang dapat diterapkan untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga, terdapat peluang yang besar untuk memenangkan hati konsumen. Diketahui bahwa mayoritas pengunjung ritel SPBU merupakan generasi milenial (26 – 39 tahun) dan diikuti oleh generasi Z (17 – 25 tahun). Kedua generasi ini lebih tertarik pada hal yang instan, sehingga ritel SPBU perlu menyesuaikan karakteristik konsumen, dengan menawarkan fasilitas dan layanan yang dapat menjawab keinginan konsumen. Salah satu contohnya ialah menjadikan ritel SPBU sebagai *one stop station,* agar semua kebutuhan dapat terpenuhi dalam sekali kunjungan.

b. Pekerjaan dan Pendapatan

Mayoritas pekerjaan dari pengunjung SPBU berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa dengan pendapatan sekitar Rp.1.000.000 sampai Rp.5.000.000 dan kalangan pekerja swasta dengan pendapatan diatas Rp.15.000.000. Dengan adanya keterkaitan antara pendapatan dan pekerjaan, maka rata-rata pendapatan

yang dimiliki oleh mayoritas pengunjung ritel SPBU berasal dari uang saku yang diberikan orang tua untuk pelajar atau mahasiswa dan pendapatan sendiri bagi pegawai swasta.

c. Domisili Tempat Tinggal dan Jenis Kelamin

Berdasarkan beberapa faktor domisili tempat tinggal dan jenis kelamin, pengunjung yang datang memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Mayoritas pengunjung ritel SPBU didominasi oleh pengunjung yang berdomisili di DKI Jakarta dan Tangerang Selatan , dimana mayoritas konsumen baik laki-laki maupun perempuan sama. Hal ini sesuai dengan data dari Sensus Penduduk 2010 (Badan Pusat Statistik, 2020), dimana kedua wilayah tersebut memiliki jumlah penduduk yang bekerja paling besar dibanding wilayah lainnya (Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Dengan adanya latar belakang yang berhubungan dengan domisili tempat tinggal, diperlukan penyesuaian untuk menyikapi perilaku konsumen dari orang yang berasal dari kedua daerah tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, bahan bakar merupakan produk yang digunakan sehari-hari oleh konsumen, sehingga berdasarkan proses pembeliannya terdapat keterlibatan konsumen yang rendah dan perbedaan kualitas bahan bakar antar pengelola tidak jauh berbeda. Hal tersebut sesuai dengan teori tipe perilaku pembelian *habitual buying behavior* (Kotler & Armstrong, 2017), dimana tipe ini merupakan perilaku konsumen yang tepat terhadap proses pembelian bahan bakar. Jika fasilitas dan layanan tambahan yang ditawarkan dapat menunjang keinginan konsumen, maka hal ini akan lebih menarik perhatian konsumen untuk memutuskan ritel SPBU mana yang dijadikan pilihannya.

5.2. Analisis Kriteria SPBU

Menurut Tjiptono & Diana, perilaku konsumen mengacu pada dua perspektif, salah satunya adalah yang berhubungan dengan tindakan seseorang dalam mencari solusi atas kebutuhannya. Oleh sebab itu, konsumen dapat menentukan sikapnya sendiri untuk melakukan proses konsumsi. Hal ini dapat

ditinjau dengan adanya alasan konsumen mengunjungi ritel yang berbeda-beda. Perilaku konsumen berhubungan dengan pemahaman terhadap sejumlah keputusan (Tjiptono & Diana, 2020), antara lain:

- Penggunaan terhadap Produk

  Apakah konsumen akan membelanjakan, menabung, atau menginvestasikan. Maka keputusan ini dipengaruhi beberapa faktor diantaranya tujuan pribadi, urgensi pembelian, dan sebagainya.
- Jenis Produk

  Apa yang akan dikonsumsi baik berupa perbandingan antar produk maupun antar merek.
- Tujuan terhadap Produk

  Alasan konsumen membuat keputusan baik untuk mengunjungi, membeli, atau menunda.
- Proses mendapatkan Produk

  Cara konsumen mendapatkan produk seperti membeli, menyewa, menukar, menerima hadiah, atau berbagi.
- *Timing*

  Perilaku konsumen yang bergantung pada persepsi terhadap waktu dan sikap atas waktu, seperti pembelian terencana atau spontan, menunggu diskon, kebutuhan akan variasi, dan sebagainya.
- Tempat Transaksi

  Adanya pilihan tempat yang cukup banyak untuk melakukan transaksi pembelian.
- Periode Penggunaan Produk

  Seberapa banyak, seberapa sering, dan seberapa lama konsumen akan menggunakan produk. Dimana keputusan ini tergantung pada masing-masing individu.

Dengan beragamnya pemahaman, maka yang akan dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan proses pembelian adalah keterkaitan antara SPBU dengan konsumen. Oleh sebab itu perlu dibentuk suatu kriteria keterkaitan antara SPBU dengan konsumen. Adapun kriteria tersebut, mengacu kepada beberapa

analiasa berdasarkan tujuan dan alasan konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU, antara lain:

5.2.1. Analisis Network Segmentation

Kriteria SPBU pilihan konsumen dirangkum dalam sebuah *network segmentation* yang mencakup; *Local Convenience* (LC), *Commuter Transient* (CT), dan *Mix LC and CT.* Dimana terdapat fasilitas umum yang harus dimiliki pada seluruh ritel SPBU antara lain menyediakan fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) secara merata, mengingat fasilitas ini merupakan prioritas utama kunjungan konsumen. Selain itu, kebutuhan fasilitas umum lainnya adalah; toilet, pengecekan tekanan angin pada ban, mesin EDC, dan musholla. Penerapan layanan dibutuhkan untuk menunjang kebutuhan konsumen dengan mengdepankan kenyamanan dan kepuasan. Oleh sebab itu fasilitas dan layanan yang diberikan dapat dibedakan sesuai lokasi ritel SPBU, yaitu:

5.2.1.1. Fasilitas dan Layanan Berdasarkan *Local Convenience* (LC)

Berdasarkan lokasi SPBU yang berada dekat dengan pemukiman atau tempat tinggal konsumen. Tipe SPBU ini menjadi mayoritas pilihan yang kerap didatangi oleh pengunjung karena berada disekitar pemukiman. Konsumen tidak perlu menghabiskan waktunya untuk mencari SPBU yang sesuai dengan kebutuhannya diberbagai tempat. Untuk tipe ini terdapat 2 fasilitas utama yang tepat untuk dimiliki, yaitu:

1. Minimarket

   Dengan menyediakan minimarket di kawasan pemukiman, dapat memudahkan konsumen berbelanja untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, mulai dari kebutuhan kecil seperti tisu sampai kebutuhan sehari-hari. Pertimbangan untuk ukuran dan desain dari minimarket perlu juga diperhatikan dalam rangka menarik perhatian konsumen. Disamping itu juga dapat dilakukan untuk menggandeng resto atau mitra lainnya.

2. Bengkel

   Disamping bengkel, tersedianya fasilitas penjualan pelumas dapat menarik perhatian konsumen dalam memenuhi kebutuhan kendaraannya. Penyediaan fasilitas ini dapat ditawarkan pada tipe SPBU ini mengingat konsumen yang berkunjung mayoritas generasi milenial dan generasi Z. Konsumen tidak perlu mencari tempat yang jauh untuk membeli serta mengganti pelumasnya jika ritel SPBU didekat tempat tinggal memenuhi kebutuhan tersebut.

5.2.1.2. Fasilitas dan Layanan Berdasarkan *Commuter Transient* (CT)

Begitu pula dengan pilihan tipe SPBU yang berada dekat dengan daerah perkantoran. Dibutuhkan fasilitas tambahan untuk menarik perhatian konsumen, karena tipe SPBU ini berada di lokasi yamg memiliki banyak alternatif SPBU lain, sehingga fasilitas penunjang berperan sangat penting untuk menarik konsumen.. Terdapat 3 fasilitas utama yang tepat untuk dimiliki di tipe SPBU ini, yaitu:

1. Minimarket.

   Sama halnya dengan ritel SPBU tipe LC, minimarket cocok disediakan di SPBU ini. Penyesuaian dari lokasi SPBU seperti luas lahan yang dapat membedakan minimarket antar tipe pada *network segmentation.*

2. Bengkel

   Fasilitas tambahan seperti penjualan pelumas melalui bengkel juga dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan mempertimbangan waktu konsumen dalam kegiatan diperkantoran.

3. Resto dan/atau *foodtruck*

   Fasilitas resto dan *foodtruck* pun jika disediakan di suatu ritel SPBU tipe CT ini akan menarik minat konsumen. Hal ini dikarenakan SPBU tipe ini berada di daerah perkantoran, sehingga

resto yang ada dapat dijadikan sebagai preferensi tempat makan siang atau bertemu. Disamping itu *foodtruck* juga dapat dijadikan preferensi menu yang akan di *delivery* oleh konsumen mengingat saat ini terdapat pola kehidupan yang serba instan, semua dapat dibeli tanpa harus berkunjung.

5.2.1.3. Fasilitas dan Layanan Berdasarkan *Mix LC and CT*

Tipe SPBU yang berada di jalanan yang kerap dilalui ini memiliki persentase cukup besar dikunjungi oleh konsumen. Tipe SPBU ini umumnya disamping berada di sekitar daerah pemukiman dan sering dilalui oleh konsumen. Terdapat 3 fasilitas utama yang tepat untuk dimiliki di tipe SPBU ini, yaitu:

1. Minimarket

   Konsumen kerap lalu lalang melewati kawasan SPBU ini, sehingga menyediakan fasilitas minimarket dapat menarik minat konsumen. Minimarket yang memiliki daya tarik tersendiri, bisa dengan ciri khas tertentu pada minimarket baik pada desain maupun ukuran akan lebih mengundang konsumen untuk mengunjunginya.

2. Ekspedisi

   Tersedianya ekspedisi pada area ritel akan mampu mengundang konsumen untuk datang. Hal ini mengingat perilaku konsumen Indonesia saat ini sedang didominasi oleh konsumen yang *impulse buying* atau mudah membeli sebuah produk tanpa terencana, seperti melalui *online shopping.* Sehingga, keberadaan akan ekspedisi seperti JNE, Tiki, SiCepat, dan sebagainya semakin dibutuhkan oleh masyarakat.

3. Bengkel komprehensif

   Fasilitas selanjutnya yang tepat disediakan pada tipe SPBU ini ialah menyediakan bengkel yang dapat memfasilitasi kebutuhan kendaraan dimulai dari penggantian pelumas, pengecekan mesin, sampai penjualan *spare part* kendaraan. Hal tersebut dikarenakan tipe SPBU ini berada di sekitar daerah pemukiman dan sering

dilewati, sehingga akses untuk mengunjungi SPBU ini tidak begitu sulit dan memerlukan waktu yang lama dari tempat tinggal.

5.2.2. Analisis Customer Segmentation

Begitu pula dengan kriteria konsumen yang mengunjungi ritel SPBU dengan mempertimbangkan teori terkait perilaku konsumen dengan sejumlah keputusan (Tjiptono & Diana, 2020) yang telah dijelaskan sebelumnya. Kriteria tersebut ditinjau berdasarkan tipe dan tujuan konsumen yang terangkum dalam *customer segmentation.* Tipe konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU dilihat berdasarkan pertimbangan seperti apa konsumen memilih SPBU yang akan dikunjunginya. Sedangkan tujuan konsumen dilihat berdasarkan berbagai alasan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas pengunjung merupakan golongan konsumen yang selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung ritel SPBU secara garis besar merupakan konsumen yang loyal dengan produk yang digunakannya. Selain itu, pertimbangan selanjutnya didominasi oleh adanya SPBU ketika melewati jalanan yang sedang ditempuh. Hal ini sesuai dengan pilihan *network segmentation* yang mengunjungi SPBU karena lokasi SPBU berada di jalanan yang sering dilalui, dimana pilihan ini salah satu pilihan yang mayoritas dipertimbangkan oleh konsumen.

Customer segmentation selanjutnya ialah mengklasifikasikan tujuan konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU. Berbagai tujuan ditetapkan dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang berhubungan dengan perilaku konsumen (Hoyer, Maclnnis, & Pieters, 2013) antara lain; cara konsumen melakukan keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk, penawaran yang diberikan oleh pelaku bisnis, dan konsumen sebagai pembuat keputusan. Dari 336 konsumen yang mengujungi ritel SPBU, diketahui bahwa terdapat berbagai tujuan dari kunjungan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari jumlah tujuan konsumen mengunjungi SPBU, yaitu sebanyak 737 tujuan. Berikut fasilitas dan layanan yang tepat disediakan pada ritel SPBU guna memenuhi tujuan konsumen:

5.2.2.1. Fasilitas dan Layanan Berdasarkan Tujuan Konsumen

Pada beberapa ritel terdapat fasilitas yang dapat memenuhi tujuan konsumen. Namun, fasilitas dan layanan yang ditawarkan harus diperhatikan kualitasnya agar konsumen senang dan puas dengan kehadiran fasilitas dan layanan yang ada. Menurut data, terdapat 3 tujuan konsumen yang dominan, antara lain:

1. *Fuel and Go*

   Berdasarkan penelitian, 37,58% tujuan konsumen mengunjungi ritel SPBU hanya untuk mengisi bahan bakar tanpa keperluan lain. Layanan yang dapat diberikan ialah kerjasama dalam bentuk *membership.* Dimana, konsumen akan memiliki beberapa keuntungan jika bergabung dan menjadi bagian dari konsumen yang loyal pada produk. Selain itu, layanan keramahan serta kecepatan yang diberikan oleh petugas dapat menjadi acuan kepuasan konsumen.

2. *Fuel Plus*

   Tujuan terbanyak selanjutnya adalah mengisi bahan bakar dan menggunakan fasilitas umum yang saat ini sudah ada seperti ATM, toilet, musholla, mesin EDC, dan pengisian angin. Berdasarkan preferensi kebutuhan konsumen, fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) menjadi prioritas konsumen mengunjungi suatu ritel SPBU. Sehingga, fasilitas ini dapat dijadikan sebagai fasilitas umum tambahan, yaitu dengan menyediakan ATM secara merata pada ritel SPBU. Selain itu, penerapan pelayanan yang diberikan tetap harus diperhatikan.

3. *Car Care*

   Tujuan konsumen mengunjungi SPBU selanjutnya didominasi oleh kunjungan konsumen yang datang tanpa mengisi bahan bakar namun menggunakan fasilitas guna memenuhi kebutuhan dari kendaraannya, seperti pengisian angin untuk tekanan ban, pengecekan mesin secara berkala, penjualan dan penggantian

pelumas, dan menuci mobil. Fasilitas yang tepat disediakan untuk memenuhi kebutuhan ini ialah dengan menyediakan bengkel dan tempat pencucian mobil di area ritel.

5.3. Analisis Kebutuhan dan Prioritas Konsumen

Fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh pengelola ritel SPBU diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut tipe perilaku pembelian (Kotler & Armstrong, 2017), dengan adanya *habitual buying behavior* pada konsumen yang akan mengunjungi ritel SPBU, dibutuhkan suatu pendekatan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan tersebut diharapkan dapat menunjang segala bentuk perilaku konsumen yang berbeda-beda. Perilaku konsumen yang dipertimbangkan mencakup lokasi dan tujuan konsumen mengunjungi ritel SPBU. Pendekatan yang dilakukan ialah dengan menyediakan fasilitas dan layanan tambahan yang dapat menarik minat konsumen. Fasilitas dan layanan tersebut perlu diketahui urgensitas kebutuhannya berdasarkan preferensi konsumen. Prioritas tersebut diperhitungkan dengan mengetahui derajat kepentingan dari masing-masing fasilitas dan layanan yang saat ini sudah ada berdasarkan kebutuhan dari konsumen.

5.3.1. Fasilitas Prioritas Berdasarkan Preferensi Konsumen

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan skala likert. Penetapan prioritas ditetapkan berdasarkan nilai *mean* untuk mengetahui *central tendency* dari data serta mempertimbangkan standar deviasi untuk variabilitasnya (Boone & Boone, 2012). Variabel yang digunakan merupakan fasilitas dan layanan yang saat ini sudah ditawarkan di ritel SPBU.

Fasilitas yang dijadikan prioritas utama merupakan tersedianya Anjungan Tunai Mandiri (ATM) pada suatu ritel SPBU dengan skor sebesar 1.552 dan persebaran *rating scale* berada di faktor sangat penting. ATM memiliki *mean* senilai 0,924 yang diperoleh dari perhitungan rata-rata hasil perkalian jumlah respon responden dengan skala faktor jawaban terhadap jumlah keseluruhan responden. Sedangkan standar deviasinya 521,18 diperoleh dari hasil perhitungan standar deviasi terhadap sampel. Semakin

besar nilai standar deviasi maka data sampel semakin bervariasi atau menyebar dari rata-ratanya.

Fasilitas yang diprioritaskan selanjutnya ialah toilet yang memiliki nilai *mean* tidak jauh berbeda dengan ATM yaitu sebesar 0,922 dan hasil skor sebesar 1.549. Fasilitas toilet memiliki pesebaran data yang cukup baik, hal ini ditunjukkan dengan adanya nilai dari standar deviasi yang paling besar. Prioritas ketiga adalah fasilitas pengecekan tekanan ban yang memiliki hasil skor 1.533 dan nilai *mean* 0,913. Sedangkan untuk fasilitas keempat ialah tersedianya mesin *Electronic Data Capture* (EDC) pada ritel untuk memudahkan konsumen melakukan transaksi. Hal ini dapat ditinjau dengan perilaku konsumen dari mayoritas pengunjung yang merupakan generasi milenial dan generasi Z. Generasi ini menjunjung tinggi kemudahan dan kecepatan dalam melakukan aktivitasnya. Sehingga dengan adanya mesin EDC, transaksi lebih praktis, efektif, dan efisien. Fasilitas selanjutnya ialah adanya musholla di ritel SPBU.

Prioritas kelima ini ditunjukkan dengan perolehan hasil skor sebesar 1.412 dan nilai *mean* 0,84. Fasilitas pertama sampai kelima memiliki persebaran *rating scale* pada rentang faktor sangat penting. Selanjutnya, kebutuhan fasilitas yang dijadikan prioritas oleh konsumen merupakan keberadaan dari minimarket yang memiliki perolehan skor sebesar 1.318 dan nilai *mean* 0,785 serta dilanjutkan dengan adanya penjualan pelumas di ritel yang ditunjukkan dengan hasil skor sebesar 1.180 dan nilai *mean* 0,70. Fasilitas kedelapan ialah adanya keberadaan resto baik untuk *drive thru* maupun *dine-in* di kawasan ritel. Begitu pula dengan fasilitas terkait keberadaan *foodtruck* yang berada di SPBU untuk menunjang kebutuhan konsumen yang datang dengan tujuan mencari makanan ringan atau minuman sebelum melanjutkan perjalanannya. Keberadaan fasilitas tambahan lainnya yang kurang dibutuhkan oleh konsumen ialah adanya ekspedisi seperti JNE, Tiki, SiCepat, DHL, dan sebagainya yang bekerjasama dengan ritel SPBU untuk berada di ritel SPBU serta penjualan *merchandise* yang ditawarkan oleh pengelola SPBU dengan tujuan untuk menarik minat konsumen pada ritel SPBU tersebut.

5.3.2. Layanan Prioritas Berdasarkan Preferensi Konsumen

Selain meninjau fasilitas, layanan yang ditawarkan oleh pengelola perlu dipertimbangkan pula urgensitas kebutuhannya menurut konsumen. Dimana, berdasarkan pengolahan data menggunakan skala likert, prioritas konsumen terhadap layanan kebersihan pada fasilitas ritel SPBU menjadi layanan utama yang diperhatikan oleh konsumen yang ditunjukkan dengan hasil skor sebesar 1.612 dan nilai *mean* 0,96. Layanan selanjutnya yang dijadikan prioritas berdasarkan kebutuhan konsumen ialah berupa kecepatan pelayanan yang diberikan oleh petugas. Kesigapan dan kecekatan seorang petugas mampu menarik perhatian konsumen.

Menurut konsumen, keramahan dari petugas pun perlu diperhatikan sehingga layanan yang diberikan secara langsung oleh petugas tersebut menjadi prioritas ketiga. Begitu pula dengan pelayanan selama 24 jam, hal ini dapat jelas diketahui bahwa mayoritas pengunjung SPBU merupakan generasi milenial yang senang bersosialisasi dan berkumpul hingga batas waktu yang tidak dapat ditentukan. Jika suatu ritel dapat beroperasi dan melayani konsumen sampai jam berapa pun, konsumen tentu akan senang dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh ritel tersebut.

Derajat kepentingan pada layanan selanjutnya menunjukkan bahwa kejelasan informasi berupa fasilitas apa saja yang tersedia pada suatu ritel yang tertera pada *sign board* menjadi prioritas kelima. Hal ini memudahkan konsumen mencari kebutuhannya sebelum mengunjungi ritel SPBU. Begitu juga dengan adanya kejelasan *warning labels* yang tertera pada dispenser pengisian bahan bakar. Layanan ini tergolong faktor yang sangat penting bagi konsumen sehingga termasuk prioritas keenam. Layanan yang menjadi prioritas pertama sampai keenam termasuk pada pesebaran *rating scale* dengan faktor sangat penting. Sedangkan layanan ketujuh dan kedelapan termasuk pada faktor penting yang mencakup adanya informasi yang dijelaskan oleh petugas terkait prosedur pengisian dan pembersihan kaca mobil yang ditawarkan.

5.4. Analisis Rekomendasi Fasilitas dan Layanan

Perilaku konsumen berdasarkan kunjungan pada suatu ritel SPBU tentu berbeda-beda. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil peninjauan *customer segmentation* serta prioritas fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh pengelola berdasarkan kebutuhan konsumen. Dengan melihat berbagai preferensi yang dimiliki oleh konsumen, dibutuhkan fasilitas dan layanan penunjang untuk memenuhi keinginan dari konsumen. Berikut merupakan fasilitas dan layanan yang dapat direkomendasikan:

1. *Drive thru car wash*

   Salah satu fasilitas dan layanan yang dapat diberikan kepada konsumen, berdasarkan perilaku dengan mempertimbangkan tujuan konsumen mengunjungi SPBU ialah, menyediakan fasilitas pencucian mobil secara otomatis atau biasa disebut *drive thru car wash.* Fasilitas ini sebelumnya sudah disediakan oleh pengelola SPBU nasional, namun hanya disediakan tempat pencucian mobil secara manual dan belum semua ritel memiiliki fasilitas ini. *Drive thru car wash* dibutuhkan oleh pengunjung mengingat tujuan konsumen mengunjungi ritel SPBU selain hanya *fuel and go* dan *fuel plus* ialah dengan menjadikan SPBU sebagai prasarana untuk memenuhi kebutuhan kendaraannya seperti pengecekan mesin, penggantian pelumas, pengisian angin untuk tekanan ban, dan pencucian mobil. Disamping itu, semakin baik dan banyak fasilitas yang ditawarkan pada ritel SPBU maka konsumen akan menjadikan ritel tersebut tujuan utamanya. Saat ini, keberadaan *drive thru car wash* di luar negeri sudah banyak dan cukup menjamur, sehingga kemungkinan untuk mengimplementasikan di Indonesia pun dapat dipertimbangkan.

2. *Paid Toilet*

   Fasilitas selanjutnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen ialah dengan menyediakan fasilitas *paid toilet.* Fasilitas toilet kelas atas ini tidak dapat diakses oleh semua orang, hanya konsumen yang telah melakukan transaksi baik untuk pengisian bahan bakar, minimarket maupun resto yang ada di area SPBU yang berhak menggunakannya. Hal ini didukung dengan adanya kebutuhan fasilitas

toilet yang menjadi prioritas kedua serta adanya layanan kebersihan pada fasilitas yang menjadi prioritas pertama konsumen. Jika ditinjau berdasarkan tipe konsumen, mayoritas pengunjung SPBU merupakan konsumen yang loyal karena selalu menggunakan produk dari pengelola SPBU tersebut. Selain itu, tujuan konsumen *fuel plus* cukup mendominasi kunjungan konsumen, sehingga dua alasan ini tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan fasilitas penunjang yang sesuai dengan keinginan konsumen.

3. *Co-working Space*

   Fasilitas tambahan lainnya yang dapat ditawarkan oleh pengelola ialah menyediakan fasilitas *co-working space.* Hal ini tepat diimplementasikan di ritel, mengingat mayoritas pengunjung didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z yang berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa dan kalangan pegawai swasta. Saat ini, fasilitas seperti ini sangat dibutuhkan oleh konsumen dengan mempertimbangkan perilaku konsumen yang senang mencoba hal baru dan kerap mencari suasana baru. Jika fasilitas ini dapat disediakan pada ritel SPBU, maka akan berdampak secara tidak langsung pada penjualan minimarket, resto, atau *foodtruck* yang ada disekitar kawasan. Hal ini dikarenakan pengunjung *co-working space* akan mencari pilihan lain atau melakukan proses pembelian suatu produk pada fasilitas-fasilitas tersebut.

Ketiga fasilitas dan layanan diatas dapat diterapkan di ritel SPBU kawasan Jabodetabek dengan melihat latar belakang demografi dari konsumen. Pengunjung yang lebih mengutamakan keberadaan ritel SPBU dekat dengan tempat tinggalnya atau berada di jalanan yang kerap dilalui akan merasa senang dan puas jika mengunjungi SPBU yang lengkap dan dapat memenuhi segala kebutuhannya. Konsumen akan cenderung menilai dan memilih suatu produk dari tampilan luarnya. Sehingga, jika suatu ritel SPBU menawarkan fasilitas dan layanan tambahan dengan tetap mempertimbangkan preferensi dan keinginan konsumennya, SPBU dapat menjadi *one stop station* yang dapat menyediakan segala kebutuhan dari konsumen.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian untuk menjawab tujuan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan baik untuk pengelola ritel SPBU maupun penelitian selanjutnya.

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah diterapkan sebelumnya. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini:

1. Berdasarkan *habitual buying behavior,* untuk menarik minat konsumen dibutuhkan pemenuhan fasilitas dan layanan oleh pengelola ritel SPBU berdasarkan preferensi konsumen. Terdapat beberapa fasilitas umum dan layanan yang dapat diterapkan pada seluruh tipe SPBU.
   a. Tipe SPBU *Local Convenience* (LC), dibutuhkan fasilitas minimarket, dan bengkel
   b. Tipe SPBU *Commuter Transient* (CT), dibutuhkan fasilitas minimarket, bengkel, resto atau *foodtruck*
   c. Tipe SPBU *Mix LC and CT*, dibutuhkan minimarket, ekspedisi, dan bengkel komprehensif

2. Berdasarkan tujuan konsumen mengunjungi ritel SPBU, ada beberapa fasilitas dan layanan yang perlu dikembangkan untuk memenuhi keinginan konsumen. Adapun fasilitas dan layanan tersebut mengacu kepada mayoritas dari tujuan konsumen yang mengunjungi SPBU. Fasilitas dan layanan tersebut, antara lain:
   a. Layanan *Membership*: Layanan yang dapat memberikan keuntungan yang akan diperoleh oleh konsumen yang datang. Layanan ini dapat memberikan promo pada setiap kunjungan maupun jaminan asuransi. Mengingat tujuan dominan konsumen datang ke ritel SPBU ialah untuk *Fuel and Go.*

b. Fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM): Menjadikan ATM sebagai fasilitas umum tambahan secara merata pada ritel SPBU. Hal ini didukung dengan tujuan konsumen *Fuel Plus* dan preferensi konsumen.
c. Fasilitas Bengkel dan *Car Wash*: Menyediakan fasilitas bengkel dan *car wash* untuk memenuhi tujuan konsumen yang datang untuk *car care*. Dimana, dengan tersedianya fasilitas-fasilitas ini, konsumen akan semakin mudah melakukan berbagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraannya dalam sekali kunjungan.

3. Berdasarkan preferensi konsumen, terdapat beberapa fasilitas dan layanan yang direkomendasikan dengan mempertimbangkan preferensi konsumen mengunjungi SPBU ialah:
   a. *Drive thru car wash,* menyediakan fasilitas pencucian mobil secara otomatis.
   b. *Paid toilet,* fasilitas toilet kelas atas yang tidak dapat diakses tanpa melakukan transaksi baik untuk pengisian bahan bakar, minimarket, atau resto yang tersedia.
   c. *Co-working space,* fasilitas ruangan bersama yang dapat digunakan oleh berbagai latar belakang konsumen.

Ketiga fasilitas dan layanan diatas dapat diterapkan di ritel SPBU kawasan Jabodetabek dengan melihat latar belakang demografi dari konsumen. Jika suatu ritel SPBU menawarkan fasilitas dan layanan tambahan dengan tetap mempertimbangkan preferensi dan keinginan konsumennya, maka SPBU tersebut akan dapat menjadi *one stop station* yang dengan menyediakan segala kebutuhan dari konsumen.

6.2. Saran

Berikut merupakan saran yang dapat diberikan pada penelitian ini:

6.2.1. *Saran Untuk Perusahaan Pengelola Ritel SPBU*

a. Perusahaan dapat mempertimbangkan preferensi dan perilaku konsumen untuk menentukan fasilitas dan layanan seperti apa yang akan ditawarkan pada ritel SPBU.
b. Perusahaan dapat menggunakan hasil evaluasi dan analisis penelitian untuk menentukan fasilitas dan layanan seperti apa yang dapat diterapkan di ritel SPBU Jabodetabek.

6.2.2. *Saran Untuk Penelitian Selanjutnya*

Penelitian selanjutnya dapat mengidentifikasi perilaku konsumen ritel SPBU di luar Jabodetabek. Sehingga dapat memberikan gambaran bagaimana perbedaan karakteristik konsumen. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengetahui fasilitas dan layanan seperti apa yang sekiranya tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen di daerah tersebut dan melihat perbedaan dengan kebutuhan konsumen di Jabodetabek.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR PUSTAKA

Ayers, J. B., & Odegaard, M. A. (2018). Retail Supply Chain Management . In *Defining retail supply chain* (pp. 3-5). CRC Press.

Badan Pengatur Hilir Minyak dan Gas Bumi. (2020, April 12). Retrieved from Digitalisasi SPBU: https://www.bphmigas.go.id/digitalisasi-spbu/

Badan Pusat Statistik. (2020, January 22). *Perkembangan jumlah kendaraan bermotor menurut jenis, 1949-2018.* Retrieved from https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133

Badan Pusat Statistik. (2020). *Sensus Penduduk 2010.* Retrieved from Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas yang Bekerja Menurut Wilayah dan Status Pekerjaan Utama: https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=270&wid=0

Boone, H. N., & Boone, D. A. (2012). Analyzing Likert Data. *Journal of Extension, 50*(2).

Budiaji, W. (2013, December). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan, 2*(2), 127-133.

Codrington, G., & Grant-Masrshall, S. (2011). *Mind the Gap.* Penguin.

Craig-Less, M., Joy, S., & Browne, B. (1995). *Consumer Behaviour.* Brisbane: John Wiley & Sons.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. (2017). Retrieved from Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan: https://dindukcapil.rembangkab.go.id/data/pekerjaan

Fahrian, F., Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Citra Merek, Lokasi, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli BBM di SPBU GASINDO MEKAR PUTRA Semarang. *Journal of Management*, 261-279.

Farizal, & Putra, N. S. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih SPBU. *Jurnal Teknik Industri, XI*(3), 143-150.

Fatma, S. (2009). Strategic Retail Management. *SSRN Electric Journal*, 1-12.

Gilbert, D. (2003). Retail Marketing Management. In *An introduction to retail as an activity* (pp. 1-8). Pretince Hall.

Grewal, D., Levy, M., & Kumar, V. (2009). Customer Experience Management in Retailing: An Organizing Framework. *Journal of Retailing*, 1-14.

Hameli, K. (2018). A Literature review of retailing sector and business retailing types. *ILIRIA International Review, 8*(1).

Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy.* New York: McGraw-Hill/ Irwin.

Hikmawati, K. A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016, Agustus). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis, 37*, 11-18.

Hoyer, W. D., Maclnnis, D. J., & Pieters, R. (2013). *Consumer Behavior.* Cengage Learning.

Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 396-403.

Katadata.co.id. (2019, July 4). *Perubahan peta persaingan bisnis retail di Indonesia.* Retrieved from https://katadata.co.id/analisisdata/2019/07/03/perubahan-peta-persaingan-bisnis-retail-di-indonesia

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing.* Pearson.

Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU. *eJournal Administrasi Bisnis, 4*(1), 222-236.

Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Pustaka Setia.

Martinus, H. (2011, October). Analisis Industri Retail Indonesia. *HUMANIORA, 2*(2), 1309-1321.

Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral. (2000). Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral. *Pedoman Teknis Penyelenggaraan Tugas Pemerintahan di Bidang Minyak dan Gas Bumi.* Jakarta.

Moelyanto, A. A., & Buchori, I. (2012). Analisis Karakteristik SPBU di Kawasan Cepat Berkembang Kota Semarang Bagian Selatan. *Jurnal Teknik PWK, 1*(1), 66-75.

Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2007). *Consumer behavior: A Framework.* London: McGraw-Hill.

Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis, 6*(2), 1-9.

Oke, A. O., Kamolshotiros, P., Popoola, O. Y., Ajagbe, M. A., & Olujobi, O. J. (2016). Consumer Behavior towards Decision Making and Loyalty to Particular Brands. *International Review of Management and Marketing, 6*(S4), 43-52.

Risdiyanta, R. (2014). Majalah ilmiah pusdiklat MIGAS. In *Membedah Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Indonesia* (Vol. 4). Swara Patra.

Salifu, R. (2014). Investigating factors that influence consumer choice of vehicle fuel retail brands. 1-43.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian.* Yogyakarta: ANDI.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students.* Pearson.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Sampling. In *Research Methods for Business: a skill-building approach* (pp. 261-265). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Sampling. In *Research Methods for Business: a skill-building approach* (pp. 242-247). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.

Sevilla, & Consuelo G. et. al. (2007). *Research Methods.* Quezon City: Rex Printing Company.

Silpha, B., & Rajnish, J. (2013). Measuring retail customer experience. *International Journal of Retail & Distribution Management, 41*(10), 790-804.

Singh, S., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2011). Green Marketing and Consumer Behavior: The Case of Gasoline Products. *Journal of Transnational Management*, 84-106.

Soliha, E. (2008, September). Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 15*(2), 128-143.

Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran.* Yogyakarta: ANDI.

Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method.* Depok: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2015). Teknik Sampling. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (pp. 122-125). Bandung: Alfabeta.

tirto.id. (2019, October 10). *Mengenal beragam SPBU yang ada di Indonesia.* Retrieved from https://tirto.id/mengenal-beragam-spbu-yang-ada-di-indonesia-ejxP

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran.* Yogyakarta: ANDI.

Tutorials Point. (2015). Retail Management. In *Retailing Basics* (p. 2).

Vaja, B. R. (2015, March 1). Retail Management. *International Journal of Research and Analytical Reviews, 2*(1), 22-28.

Wayne, H. D., Maclnnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., & Northey, G. (2018). *Consumer Behaviour.* Victoria: Cengage Learning Autralia.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Identifikasi Kriteria Fasilitas dan Layanan Retail SPBU terhadap Perilaku Konsumen

Hallo!

Perkenalkan saya Astrid Triafany Ayunda, saya mahasiswi S1 Departemen Teknik Sistem dan Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk Tugas Akhir terkait kriteria fasilitas dan layanan yang diharapkan oleh konsumen pada suatu Retail Stasiun Pengisian Bahan Bakar (SPBU).

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui fasilitas serta layanan seperti apa yang diharapkan oleh seorang konsumen yang mengunjungi Stasiun Pengisian Bahan Bakar (SPBU). Maka dari itu saya memerlukan bantuan Anda sebagai konsumen yang pernah mengunjungi Retail SPBU untuk mengisi kuesioner ini.

Data yang Anda berikan pada kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan akan digunakan dengan bijak sesuai kebutuhan dari penelitian saya. Kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini sangat berarti bagi saya, atas waktu dan partisipasi yang Anda berikan untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

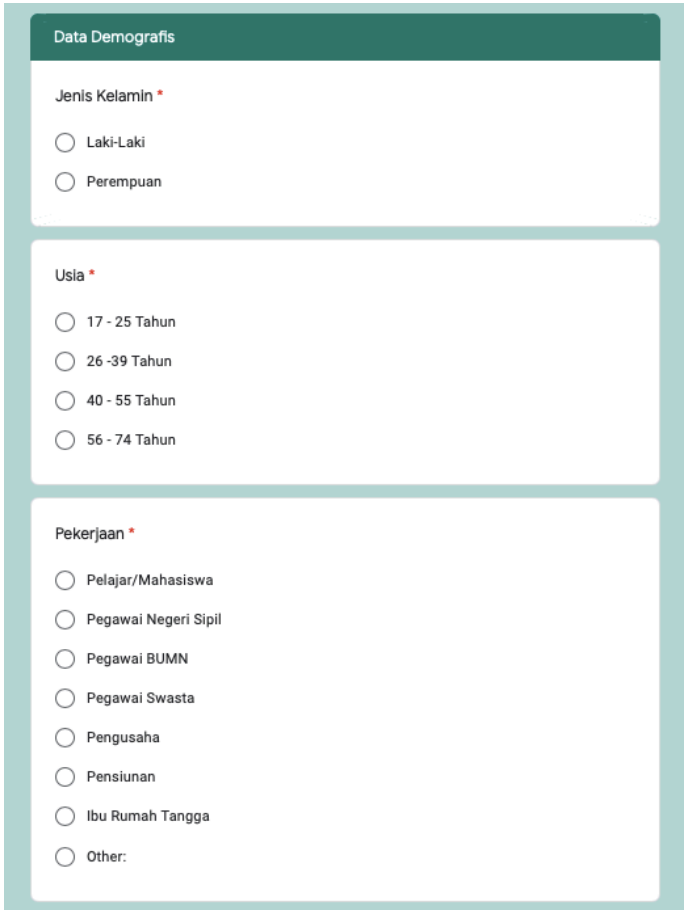
Apabila terdapat pertanyaan terkait pengisian kuesioner ini, Anda dapat menghubungi saya melalui alamat email di bawah ini:
Email: astridayunda@gmail.com

* Required

Apakah Anda pernah mengunjungi Stasiun Pengisian Bahan Bakar (SPBU) di wilayah JABODETABEK selama 6 bulan terakhir? (minimal 2 kali) *

- Ya
- Tidak

Next



Data Demografis

Jenis Kelamin *

- Laki-Laki
- Perempuan

Usia *

- 17 - 25 Tahun
- 26 -39 Tahun
- 40 - 55 Tahun
- 56 - 74 Tahun

Pekerjaan *

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Negeri Sipil
- Pegawai BUMN
- Pegawai Swasta
- Pengusaha
- Pensiunan
- Ibu Rumah Tangga
- Other:

Pendapatan per bulan *

- Rp1.000.000 - Rp5.000.000
- Rp.5.000.000 - Rp10.000.000
- Rp10.000.000 - Rp15.000.000
- > Rp15.000.000

Domisili tempat inggal *

- DKI Jakarta
- Bogor
- Depok
- Tangerang
- Tangerang Selatan
- Bekasi

Back Next

Network Segmentation

Dibutuhkan suatu fasilitas penyedia bahan bakar untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan mempertimbangkan kebutuhan bahan bakar berupa Stasiun Pengisian Bahan Bakar (SPBU).

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1) *

- [ ] Pertamina

- [ ] Shell

- [ ] BP

- [ ] Total

- [ ] ExxonMobil
- [ ] Vivo

Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1) *

- [ ] Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal
- [ ] Kedekatan SPBU dengan tempat kerja
- [ ] SPBU berada di jalanan yang dilalui
- [ ] Other: _____

Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut? *

- ( ) 1 - 3 kali
- ( ) 4 - 6 kali
- ( ) 7 - 9 kali
- ( ) > 9 kali

Back Next

Customer Segmentation

Terdapat beberapa tipe konsumen yang dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan anda mengunjungi suatu SPBU.

Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU? *

- ( ) Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut
- ( ) Promo yang ditawarkan
- ( ) Adanya selisih harga dengan SPBU lain
- ( ) Melewati SPBU tersebut
- ( ) Other:

Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1) *

- [ ] Mengisi bensin
- [ ] Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
- [ ] Mengisi bensin sekalian istirahat
- [ ] Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
- [ ] Mengisi bensin sekalian window shopping
- [ ] Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
- [ ] Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
- [ ] Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
- [ ] Other:

Back Next

Fasilitas

Dalam section ini, Anda diminta untuk memilih antara 1 sampai 5 pada setiap pernyataan terkait kepentingan dari fasilitas yang diberikan pada suatu SPBU, dengan keterangan:
1 = Sangat tidak setuju
2 = Tidak setuju
3 = Cukup setuju
4 = Setuju
5 = Sangat setuju

Silahkan ganti SPBU X yang tertera pada pertanyaan dengan SPBU yang kerap Anda kunjungi pada pertanyaan di section sebelumnya.

Contoh: Jika pada section sebelumnya Anda memilih kerap mengunjungi SPBU milik Shell, maka pertanyaan akan menjadi "SPBU Shell"

Keberadaan Toilet sebagai fasilitas di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Keberadaan Musholla sebagai fasilitas di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Keberadaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) sebagai fasilitas di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Keberadaan Minimarket sebagai fasilitas di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Keberadaan Resto (drivethru/dine-in) sebagai fasilitas di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Keberadaan Ekspedisi (JNE/Tiki/DHL/dll) sebagai fasilitas di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Keberadaan Foodtruck sebagai fasilitas di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Adanya mesin EDC untuk penggunaan debit/credit card pada SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Adanya fasilitas untuk mengecek tekanan ban di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Penjualan pelumas pada SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Penjualan merchandise pada SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Back Next

Layanan

Dalam section ini, Anda diminta untuk memilih antara 1 sampai 5 pada setiap pernyataan terkait kepentingan dari layanan yang diberikan pada suatu SPBU, dengan keterangan:
1 = Sangat tidak setuju
2 = Tidak setuju
3 = Cukup setuju
4 = Setuju
5 = Sangat setuju

Silahkan ganti SPBU X yang tertera pada pertanyaan dengan SPBU yang kerap Anda kunjungi pada pertanyaan di section sebelumnya.

Contoh: Jika pada section sebelumnya anda memilih kerap mengunjungi SPBU milik Shell, maka pertanyaan akan menjadi "SPBU Shell"

Keramahan petugas pada SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Kecepatan pelayanan pada SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Kebersihan pada fasilitas yang ada di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Pelayanan 24 jam pada SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Informasi prosedur pengisian yang disampaikan petugas SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Kejelasan warning labels di SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Kejelasan informasi fasilitas yang tertera pada sign board SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Pembersihan kaca mobil yang ditawarkan SPBU X sangat penting bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Possible Facilities and Services

Di negara-negara tetangga, diketahui bahwa SPBU tidak hanya menyediakan pengisian bahan bakar dan fasilitas-fasilitas standard yang kerap kita jumpai. Apakah mungkin fasilitas dan layanan yang disediakan di luar negeri dapat diterapkan di negara kita yang memiliki karakteristik budaya timur dan adanya background pendidikan serta kehidupan yang berbeda-beda.

Self-service: konsumen melakukan pengisian bahan bakar sendiri tanpa bantuan dari attendant yang dimiliki oleh SPBU.

Personal Protective Equipment: adanya perlengkapan yang disediakan untuk konsumen dengan tujuan mencegah terjadinya kebakaran maupun bahaya yang dapat ditimbulkan ketika melakukan pengisian bahan bakar.

Enhance external stores and forecourt appearance: memberikan penampilan yang menarik pada SPBU dengan mempertimbangkan adanya tujuan konsumen berkunjung ke SPBU tidak hanya untuk melakukan pengisian bahan bakar.

Paid toilet: fasilitas toilet kelas atas yang dapat digunakan ketika konsumen melakukan transaksi pada toko atau resto yang ada di SPBU, sehingga tidak semua orang dapat mengakses toilet tersebut.

Electric vehicle charging station: dengan berkembangnya mobil listrik saat ini, maka penyediaan fasilitas pengisian daya untuk mobil listrik dibutuhkan pada lokasi yang memadai, seperti contohnya pada SPBU.

Car Wash: menyediakan fasilitas tambahan untuk kebutuhan kendaraan seperti pencucian mobil secara drive thru.

Laundry: bekerjasama dengan mitra atau perusahaan Laundry yang memadai.

Coworking space: menyediakan fasilitas berupa coworking space dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang kerap mencari suasana baru untuk menyelesaikan pekerjaannya.

Dari delapan layanan maupun fasilitas yang ada di atas, menurut Anda, layanan atau fasilitas mana yang cocok diterapkan pada SPBU di Indonesia? (boleh memilih lebih dari 1) *

- [ ] Self-service
- [ ] Personal Protective Equipment
- [ ] Enhance external store and forecourt appearance
- [ ] Paid toilet
- [ ] Electric vehicle charging station
- [ ] Drive Thru car wash
- [ ] Laundry
- [ ] Coworking space
- [ ] Other: _____

Apa alasan layanan atau fasilitas tersebut dapat diterapkan? *

Your answer

Back Next

Identifikasi Kriteria Fasilitas dan Layanan Retail SPBU terhadap Perilaku Konsumen

Terima Kasih!

Waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini sangat berarti. Terima kasih atas partisipasinya! #staysafe #stayhealthy

Contact: astridayunda@gmail.com

Mohon berikan saran untuk peneliti terkait penelitian pada kuesioner ini

Your answer

Back Submit

Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Atm biasanya
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Promo yang ditawarkan	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Promo yang ditawarkan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja,	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat
Shell, Total	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kualitas Shell lebih bagus dan profesional.	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	Pertamina hanya utk tambal ban.			
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Milik pertamina	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Atm

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell, BP, Vivo	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui, gampang dicari	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi Pertamina Dex n ke toilet

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell, Total	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Shell dan total kualitas bensinnya	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Total	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Ada dimana2	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja		produk dari SPBU tersebut	
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Punya indonesia	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Ke ATM

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell, Vivo	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui, Kwalitas, pelayanan, kejujuran kwantitas	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Lebih murah	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Lebih murah	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Lebih murah	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Lebih murah	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian istirahat
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Tempatnya nyaman dan layanan memuaskan	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	Kualitas bahan bakar	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui, kualitas	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Dlm pengisian slalu akurat	1 - 3 kali	Konsumen tdk dibohongi dlm pengisian BBM	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell, Total	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	Shell dan total kualitas bensinnya		produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan	4 - 6 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	yang dilalui, Produk bagus		produk dari SPBU tersebut	untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Saya isi solar	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Saya isi solar	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina, Shell, ExxonMobil	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Karena milik Indonesia	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Merupakan perusahaan negara dan harga lebih murah	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui, Pelayanan yang baik	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan ke ATM
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengunjungi toko yang ada di SPBU

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
				untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Rasa memiliki perusahaan negara	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	4 - 6 kali	Promo yang ditawarkan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui			yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui, Pertalite		produk dari SPBU tersebut	(penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Shell, Total	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	> 9 kali	Karena dekat sama rumah	Mengisi bensin
Pertamina, Shell, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	4 - 6 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengisi bensin sekalian window shopping, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell, BP, Vivo	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Shell , bersih dan jujur	1 - 3 kali	Bersih WC dan jujur	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
ExxonMobil	Keren	> 9 kali	Gengsinya	Mengisi bensin sekalian window shopping
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb),

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
				Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Shell, BP, ExxonMobil	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	Kualitas bahan bakar	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	7 - 9 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Shell	Membership club	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	Produk dan pelayanannya OK	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, bisa pake emoney utk yg dikelola langsung oleh pertamina dan kalau shell bisa dilap kaca mobil depan	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), juga fasilitas yang ada atm dan isi angin ban
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell, Vivo	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Mushola & Toilet	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Ke ATM
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Lebih dpt dipercaya ukurannya	Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Terpecaya	Mengisi bensin
Shell, BP	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selisis harga dan kualitas produk yang ditawarkan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian istirahat
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, ATM
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	7 - 9 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja,	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Milik bangsa sendir .	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui, Bahan bakar yang digunakan selalu produk pertamina		produk dari SPBU tersebut	minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Karna milik negara,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Ramai atau tidaknya SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Sudah terbiasa dengan pertamina	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Terpecaya	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui, Kenyamanan	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Harga	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	4 - 6 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	kalau bisa cari SPBU COCO terlebih dahulu	Mengisi bensin, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU tsb ada dikota lain selain jabodetabek	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	> 9 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, Pengguna BBM Shell	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Kualitas produk	Mengisi bensin
Pertamina, Total	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), atm
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Promo yang ditawarkan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
				(penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui, Kualitas pelayanan	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	7 - 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell	Pelayanan yang diberikan oleh SPBU tersebut	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Spek bahan bakar kendaraan yg cocok dengan produknya	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja,	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	7 - 9 kali	Promo yang ditawarkan	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	Kualitas bahan bakar	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Shell	Kualitas bahan bakar	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU menyediakan bahan bakar yg saya butuh dan bisa cashless payment	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell, BP, ExxonMobil	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Promo yang ditawarkan	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Shell	Kualitas dan pelayaban	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	kualitas	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Vivo	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Takaran lebih tepat	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Antriannya dikit (Untuk shell)	> 9 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Shell	lebih ramah petugasnya	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb), memakai fasilitas atm
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, BP	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, dan ngambil duit dari ATM

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
			produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui, Pertamina lebih murah daripada SPBU yang lain	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian istirahat
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU	1 - 3 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui			(drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja,	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	SPBU berada di jalanan yang dilalui			
Pertamina, Shell	Octane bensin	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Atm
Pertamina, Vivo	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal,	4 - 6 kali	Selalu menggunakan	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Hadiah yg disediakan

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui		produk dari SPBU tersebut	
Pertamina	karena cinta dengan produk lokal	> 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, SPBU berada di jalanan yang dilalui	> 9 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat kerja	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian istirahat
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli,

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
				dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla), Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in), Mengunjungi toko yang ada di SPBU untuk membeli minuman, Menggunakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan kendaraan (penambahan angin, ganti oli, dsb), Mengisi bensin dan membeli basic needs yang berguna di perjalanan (tisu, snacks, permen karet, dsb)
Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	4 - 6 kali	Adanya selisih harga dengan SPBU lain	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal, Kedekatan SPBU dengan tempat kerja, SPBU berada di jalanan yang dilalui	7 - 9 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin
Pertamina, Shell	SPBU berada di jalanan yang dilalui	1 - 3 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Menurut orang murah dan kualitas lumayan bagud	4 - 6 kali	Pernah mengunjungi spbu tersebut sebelumnya	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)

SPBU dari perusahaan mana yang kerap Anda kunjungi? (boleh memilih lebih dari 1)	Apa alasan Anda mengunjungi SPBU tersebut? (boleh memilih lebih dari 1)	Dalam sebulan, berapa kali Anda dapat mengunjungi SPBU tersebut?	Apa yang Anda pertimbangkan ketika memilih suatu SPBU?	Apa tujuan Anda mengunjungi SPBU? (boleh memilih lebih dari 1)
Pertamina	Menurut orang murah dan kualitas lumayan bagud	4 - 6 kali	Pernah mengunjungi spbu tersebut sebelumnya	Mengisi bensin, Mengisi bensin dan menggunakan fasilitas yang ada (toilet, musholla)
Pertamina	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Melewati SPBU tersebut	Mengisi bensin sekalian membeli makanan di resto yang ada disekitar SPBU (drivethru/dine-in)
Pertamina, Shell	Kedekatan SPBU dengan tempat tinggal	4 - 6 kali	Selalu menggunakan produk dari SPBU tersebut	Mengisi bensin

Lampiran 3 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Fasilitas

Likert Chart	Respon Responden				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Toilet	4	4	20	63	245
Musholla	15	12	50	72	187
ATM	4	6	12	70	244
Minimarket	5	13	99	105	114
Resto	33	58	126	70	49
Ekspedisi	60	89	125	34	28
Foodtruck	51	78	124	56	27
Mesin EDC	7	5	26	55	243
Pengecekan tekanan ban	4	4	23	73	232
Penjualan Pelumas	16	38	121	80	81
Penjualan Merchandise	82	85	129	22	18

Lampiran 4 Rekapitulasi Derajat Kepentingan Layanan

Likert Chart	**Respon Responden**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Keramahan petugas	3	2	20	77	234
Kecepatan pelayanan	3	0	7	59	267
Kebersihan fasilitas	1	2	6	46	281
Pelayanan 24 jam	6	5	15	76	234
Informasi prosedur pengisian	9	15	65	116	131
Kejelasan *warning labels*	8	13	39	82	194
Kejelasan informasi fasilitas yang tersedia pada *sign board*	3	11	37	92	193
Pembersihan kaca mobil	22	54	128	66	66

BIOGRAFI PENULIS

Astrid Triafany Ayunda atau yang biasa disapa Astrid lahir di Padang tanggal 20 April tahun 1998. Penulis berasal dari daerah Jakarta yang menempuh pendidikan formal di SD Negeri Menteng 03 Jakarta, SMP Islam Tugasku Jakarta, SMA Negeri 70 Jakarta, dan melanjutkan pendidikan di Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember tahun 2016. Pada masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan organisasi internal kampus dengan mengikuti ITS MUN Club sebagai *External Affairs Public Relation* dan *National Association of Corrosion Engineers* (NACE) ITS sebagai *Head of Public Relation.* Selain itu, penulis bergabung dalam UKM Softball ITS dan berpartisipasi sebagai bendahara UKM. Pada tahun 2017 sampai 2018, penulis berpartisipasi pada kegiatan sosial Laskar IEnspirasi yang diselenggarakan oleh HMTI ITS sebagai Pengajar IEnspirasi. Pada tahun 2018, penulis menjadi salah satu peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik yang diselenggarakan oleh ITS dan melakukan pelatihan videografi sebagai upaya mempromosikan Kecamatan Bulak sebagai sentra kuliner dan wisata di Surabaya. Pada tahun 2019, penulis melakukan kegiatan kerja praktik selama dua belas minggu di PT Pertamina Persero pada divisi HSSE *Refinery* - Direktorat Pengolahan, dimana pada saat proses kerja praktik, penulis berpartisipasi pada proyek *Integrated Control of Work* (i-CoW) yaitu mendigitalisasi sistem HSSE di seluruh kilang. Penulis sempat melakukan kunjungan dinas ke Balongan dan Cilacap untuk memberi informasi terkait server dan melihat kultur yang ada di lapangan. Penulis memiliki ketertarikan di bidang manajemen pemasaran khususnya *consumer behavior* dan *public speaking*. Untuk informasi lebih lanjut, penulis dapat dihubungi melalui alamat *email*: astridayunda@gmail.com dan juga akun media sosial Linkedin: Astrid Triafany Ayunda.