

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh:

1. Faktor *Push* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan berupa ketidakpuasan atau persepsi negatif terhadap penyedia sebelumnya menjadi faktor utama dalam membentuk niat berpindah.
2. Faktor *Pull* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR. Daya tarik penyedia alternatif belum menjadi penentu utama dalam pembentukan niat berpindah.
3. Faktor *Mooring* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR. Faktor penghambat seperti kebiasaan atau biaya perpindahan tidak cukup kuat memengaruhi niat berpindah konsumen.
4. *Switching Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Behavior* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR. Niat berpindah yang terbentuk pada konsumen terealisasi dalam bentuk perilaku perpindahan aktual.
5. *Switching Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* konsumen BBM dari Pertamina ke BP-AKR. Perilaku perpindahan

yang telah dilakukan mendorong terbentuknya niat keberlanjutan penggunaan pada penyedia baru.

6. Pada penelitian ini didapatkan persamaan simultan yaitu $Y_3 = 0,501X_1 + 0,110X_2 - 0,035X_3$. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan yang berasal dari pengalaman sebelumnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memastikan bahwa pengalaman setelah perpindahan tetap konsisten dan sesuai harapan, sehingga konsumen yang telah berpindah memiliki kecenderungan untuk mempertahankan penggunaan dalam jangka panjang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi penyedia layanan BBM sebelumnya yakni Pertamina, perlu dilakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang memicu ketidakpuasan konsumen karena faktor *Push* terbukti berpengaruh signifikan dan paling dominan terhadap Niat Berpindah. Upaya teknis yang dapat dilakukan meliputi peningkatan standar pelayanan operator SPBU, percepatan antrean melalui optimalisasi jumlah pom aktif, pengawasan kualitas BBM secara berkala, transparansi informasi kualitas dan harga BBM, serta penanganan keluhan konsumen secara responsif melalui kanal pengaduan resmi. Selain itu, konsistensi harga dan penguatan kepercayaan pelanggan perlu dijaga untuk menekan potensi perpindahan konsumen.

2. Bagi penyedia alternatif yakni BP-AKR, diperlukan upaya peningkatan tidak hanya pada aspek pemasaran, tetapi juga pada ketersediaan dan aksesibilitas layanan. Meskipun merek telah dikenal oleh konsumen, keterbatasan jumlah dan distribusi SPBU dibandingkan dengan Pertamina dapat menjadi hambatan dalam mendorong niat berpindah secara langsung. Selain itu, aspek regulasi dalam sektor hilir migas, seperti perizinan usaha, distribusi, serta pengaturan kuota BBM oleh pemerintah, turut memengaruhi kemampuan penyedia swasta dalam memperluas jaringan SPBU. Oleh karena itu, peningkatan daya saing perlu dilakukan melalui strategi ekspansi jaringan secara bertahap di wilayah dengan potensi permintaan tinggi, penguatan kerja sama dengan pihak terkait dalam distribusi dan penyediaan infrastruktur, serta optimalisasi kualitas layanan pada SPBU yang telah tersedia. Dengan demikian, penyedia alternatif tetap dapat meningkatkan daya saing meskipun berada dalam keterbatasan regulasi yang ada.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel yang belum tercakup dalam penelitian ini, seperti aksesibilitas. Variabel tersebut dinilai relevan untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif, terutama dalam menjelaskan ketidaksignifikanan faktor *pull* dan *mooring* terhadap *switching intention*, yang kemungkinan dipengaruhi oleh keterbatasan akses terhadap layanan alternatif di lapangan.