

Pengaruh Distribusi, Kelangkaan, dan Aplikasi Pangkalan terhadap Keputusan Pembelian LPG 3Kg di PT Agung Cipta Sentosa Berdikari

Tri Octaviani^{1*}, Hendri Sucipto², Nur Aisyah³, Dumadi⁴, Nurkojin⁵

¹⁻⁵ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi serta Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

E-mail: vianyyocta01@gmail.com¹, hendrisucipto313@gmail.com², aish31398@gmail.com³, nurkhojin089@gmail.com⁴

Korespondensi penulis : vianyyocta01@gmail.com*

Abstract: *This study aims to analyze the influence of distribution, scarcity, and the use of merchant base applications on the purchasing decisions of 3kg LPG gas customers at PT Agung Cipta Sentosa Berdikari. The background of this study is based on the importance of sustainable household energy supplies, especially 3kg LPG, which is a basic need for the community. Uneven distribution, the issue of scarcity, and the less than optimal use of digital technology by bases are challenges that need to be reviewed from a consumer behavior perspective. The research subjects were active customers who purchased 3kg LPG at the company. Sampling was determined using the Slovin formula with a margin of error of 10% from a population of 359 customers, resulting in 78 respondents. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, documentation, and the distribution of structured questionnaires. The research instrument was tested through validity and reliability tests which showed that all questionnaire items met the requirements for reliability and validity. Classical assumption tests such as normality, linearity, and multicollinearity were also conducted and showed that the data were suitable for analysis using multiple linear regression. The results of the study indicate that distribution, scarcity, and the use of merchant base applications simultaneously and partially have a positive and significant effect on the purchase decision of 3kg LPG. Timely and equitable distribution increases customer trust. Scarcity creates a perception of urgent need that encourages purchases. Meanwhile, the use of merchant base applications provides easy access to information and price transparency, thereby increasing customer convenience in transactions. The implications of this study's results demonstrate the importance of an efficient distribution strategy, good stock management to avoid shortages, and digitalization of services through merchant base applications to support consumer decisions.*

Keywords: *Buying Decision, Distribution, Scarcity.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh distribusi, kelangkaan, dan penggunaan aplikasi merchant pangkalan terhadap keputusan pembelian gas LPG 3kg pada pelanggan di PT Agung Cipta Sentosa Berdikari. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya keberlanjutan pasokan energi rumah tangga, khususnya LPG 3kg yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Distribusi yang tidak merata, isu kelangkaan, serta kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital oleh pangkalan menjadi tantangan yang perlu ditinjau dari perspektif perilaku konsumen. Subjek penelitian adalah para pelanggan aktif yang membeli LPG 3kg di perusahaan tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10% dari populasi sebanyak 359 pelanggan, sehingga diperoleh 78 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner terstruktur. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas yang menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner memenuhi syarat keandalan dan kesahihan. Uji asumsi klasik seperti normalitas, linearitas, dan multikolinearitas juga telah dilakukan dan menunjukkan bahwa data layak untuk dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi, kelangkaan, dan penggunaan aplikasi merchant pangkalan secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian LPG 3kg. Distribusi yang tepat waktu dan merata meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kelangkaan menciptakan persepsi kebutuhan mendesak yang mendorong pembelian. Sementara itu, penggunaan aplikasi pangkalan memberikan kemudahan akses informasi dan transparansi harga sehingga meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi. Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya strategi distribusi yang efisien, manajemen stok yang baik untuk menghindari kelangkaan, serta digitalisasi layanan melalui aplikasi pangkalan dalam mendukung keputusan konsumen.

Kata Kunci: Distribusi, Kelangkaan, Keputusan Pembelian.

1. PENDAHULUAN

Elpiji adalah salah satu produk PT. Pertamina untuk bahan bakar rumah tangga maupun usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang berbentuk LPG (Liquefied Petroleum Gas). Elpiji, cara bahasa indonesia untuk menyatakan bahasa inggris; LPG (Liquefied Petroleum Gas) dan itu berarti “Gas Minyak Cair” (Adelia et al., 2023). Pada tahun 2009 pemerintah mengeluarkan ketentuan mengenai produksi dan distribusi LPG 3 Kg yang telah diatur oleh pemerintah. Pemerintah Indonesia mengeluarkan dana lebih besar untuk subsidi energi daripada jumlah yang dikeluarkannya untuk belanja pertahanan, pendidikan, kesehatan dan jaminan sosial. Oleh karena itu, pemerintah menerapkan kebijakan energi nasional pada tahun 2007, yaitu melakukan konversi minyak tanah ke LPG. Hal ini untuk meminimalisir subsidi minyak tanah yang memiliki proporsi sebesar 50% dari subsidi energi pemerintah dan setiap tahun dari subsidi tersebut semakin membesar. Konversi minyak tanah tersebut juga dilakukan untuk mengantisipasi harga minyak dunia yang semakin meningkat dan stok minyak mentah yang semakin menipis. Dengan dikeluarkannya kebijakan konversi tersebut, seluruh penyalur minyak tanah beralih ke penyalur LPG 3 kg (Syarvina, 2022).

Kebutuhan gas saat ini kadang tidak sesuai dengan pasokan pendistribusian kepada masyarakat. Hal ini menyebabkan meningkatnya permintaan sehingga menyebabkan kelangkaan akan ketersediaan tabung gas secara khusus yang berukuran 3kg. Penggunaan gas jauh lebih murah ketimbang minyak tanah karena, harga gas 3kg yang harganya telah disubsidi oleh pemerintah, dapat membantu kalangan masyarakat menengah kebawah karena harganya terjangkau bagi masyarakat tersebut dalam program konversi dari minyak tanah ke gas. Walaupun masih ada masyarakat yang belum merasakan dampak positif karena kebijakan tersebut. Tetapi, faktanya masih banyak masyarakat yang mengeluhkan harga karena ketersediaan pasokan gas yang masih terbatas sehingga menjadi langka dan harga tidak sesuai dengan apa yang ditetapkan pemerintah.

Distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting agar produk dari produsen bisa sampai ke tangan konsumen dengan efektif. Walaupun letak suatu pabrik/produsen sangat jauh dengan keberadaan masyarakat, dengan adanya kegiatan distribusi maka akan mempermudah masyarakat mendapatkan produk/barang yang diinginkan. Proses pendistribusian gas elpiji tidak dilakukan langsung oleh Pertamina, tetapi melalui agen gas elpiji 3kg atau melalui saluran distribusi. Setiap daerah di Indonesia terdapat beberapa pangkalan yang berperan sebagai saluran distribusi gas elpiji 3 kg. Sistem pangkalan adalah memakai kuota dari agen dalam mendapatkan tabung. Setiap bulannya pangkalan diberi jadwal kuota tabung gas oleh petugas dari agen (Sari & Mujito, 2021).

Kelangkaan gas 3kg merupakan suatu kondisi tidak terpenuhinya kebutuhan masyarakat atas produk gas pada suatu daerah tertentu dalam waktu tertentu yang diakibatkan oleh terganggunya penyediaan dan pendistribusian gas 3 kg. Dan masyarakat mengeluh karena terbatas nya gas 3 kg dan masyarakat sulit untuk mendapatkan nya (Kurniawan, 2023).

Merchant Apps Pangkalan atau disingkat MAP adalah transaksi digitalisasi yang dilakukan agar distribusi elpiji tiga kilogram (kg) bersubsidi tepat sasaran. Untuk memperlancar digitalisasi itu, PT Pertamina (Persero) melaksanakan sosialisasi tata cara pencatatan transaksi penyaluran LPG tiga kilogram kepada penyalur (agen) (Siahaan, 2024). Pemerintah melalui Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) telah memulai transformasi subsidi Liquefied Petroleum Gas (LPG) Tabung 3 kilogram. Sejak awal tahun 2024, Kementerian ESDM bersama PT Pertamina Patra Niaga melakukan pendataan berbasis teknologi kepada setiap pengguna LPG 3 Kg. Langkah ini dilakukan supaya pengguna yang terdaftar secara resmi sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan menjadi penerima manfaat. Pertamina Patra Niaga, sebagai partner Pemerintah dalam upaya transformasi subsidi LPG 3 Kg menyatakan bahwa perubahan pendataan dari manual menjadi melalui MAP (*Merchant Apps Pangkalan*) adalah untuk meningkatkan layanan pendataan dan integrasi data (Adi, 2024).

Tabel 1 Data Konsumen dan Penjualan Gas LPG 3kg Di PT Agung Cipta Sentosa Berdikari

No	Bulan	Konsumen	Penjualan Gas LPG 3kg
1	Januari	312	18,480
2	Februari	257	16,800
3	Maret	307	17,360
4	April	350	21,280
5	Mei	366	21,280
6	Juni	407	19,040
7	Juli	386	20,160
8	Agustus	386	19,600
9	September	378	19,600
10	Oktober	387	20,160
11	November	387	19,040
12	Desember	387	19,040

Sumber: Data Konsumen dan Penjualan Gas LPG 3kg, diolah pada tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menyajikan data pelanggan dan penjualan gas LPG 3 kg di PT Agung Cipta Sentosa Berdikari selama tahun 2024. Pada awal tahun, bulan Januari mencatat 312 pelanggan dengan total penjualan sebanyak 18.480 unit gas LPG 3 kg. Jumlah pelanggan menurun menjadi 257 pada Februari, disertai dengan penurunan penjualan menjadi 16.800 unit.

Namun, pada bulan Maret hingga Juni, jumlah pelanggan menunjukkan tren peningkatan, mencapai puncaknya pada Juni dengan 407 pelanggan. Penjualan selama periode ini juga meningkat, dengan jumlah tertinggi sebesar 21.280 unit gas LPG pada bulan April dan Mei, meskipun jumlah pelanggan bervariasi.

2. Tinjauan Pustaka

Distribusi

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (Antika, 2023). Menurut (Widodo, 2020) Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Secara sederhana kegiatan distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan atau produsen menyalurkan produk/barang yang dihasilkan kepada para konsumen melalui lembaga/lembaga seperti distributor, agen dan lain-lain (Putri & Sukardi, 2023). Kesimpulan dari kalimat tersebut adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperlancar dan mempermudah penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui berbagai lembaga perantara, agar produk dapat digunakan sesuai dengan jenis, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan.

Pendistribusian Liquefied Petroleum Gas LPG 3 kg sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup masyarakat apabila pendistribusian tidak sesuai dengan standar maka dapat menimbulkan penyimpangan seperti penyalahgunaan dan tindak kriminal terhadap LPG 3 kg sehingga menyebabkan kelangkaan pasokan LPG 3 kg. Oleh karena itu maka pemerintah menyiapkan sistem penyaluran LPG 3 kg tersebut hingga dapat menjangkau seluruh masyarakat (Norjanah et al., 2024). Terdapat indikator yang dapat diukur dalam distribusi yaitu : ketersediaan barang, produk pemesanan, kecepatan dalam pengiriman, kemudahan dalam memperoleh produk (Darsono & Husda, 2020).

Kelangkaan

Kelangkaan merupakan suatu kondisi dimana jumlah kebutuhan lebih besar dari jumlah barang atau jasa yang tersedia (Hisab & Nurodin, 2022). Kelangkaan juga dapat diartikan alat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan jumlahnya tidak seimbang dengan kebutuhan yang harus terpenuhi (Siana, 2020). Kelangkaan dapat diartikan sebagai ketidakmampuan untuk memenuhi semua kebutuhan atau permintaan dengan sumber daya yang ada terbatas, sedangkan kebutuhan atau permintaan akan sumber daya yang tersedia. Dapat disimpulkan

kelangkaan adalah kondisi ketidakseimbangan antara kebutuhan yang lebih besar dibandingkan ketersediaan barang, jasa, atau sumber daya yang terbatas untuk memenuhinya.

Kelangkaan gas elpiji disebabkan penyaluran yang seringkali salah sasaran, sehingga pasokan habis. Seharusnya yang mendapatkan gas LPG subsidi ini adalah masyarakat yang memiliki tingkat perekonomian menengah ke bawah, namun pada nyatanya masih banyak aparatur sipil negara, pengusaha rumah makan, bahkan mereka yang tergolong mampu juga menikmati subsidi ini, sehingga yang terjadi adalah masyarakat yang kurang mampu tidak mendapatkannya, seiring bertambahnya jumlah penjual eceran karena tidak ada regulasi yang mengatur batasannya (Rahayu et al., 2023). Menurut (Ramadhan et al., 2023) Indikator Kelangkaan terdiri dari yaitu : kenaikan harga, peningkatan permintaan dan pembeli, perubahan klasifikasi dari dasar menjadi sukender, pemerintah membagikan kuota pembelian.

Penggunaan Merchant Apps Pangkalan

Merchant Apps Pangkalan Pertamina disingkat MAP adalah aplikasi yang digunakan oleh merchant untuk melakukan transaksi produk subsidi LPG 3kg. MAP Pertamina menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam penggunaannya untuk membantu pemilik merchant berjualan dengan proses transaksi dan pencatatan yang dilakukan secara digital (Primahadi, 2024). PT Pertamina sebagai badan usaha yang bertanggung jawab atas distribusi LPG bersubsidi memperkenalkan *Merchant Apps* Pangkalan *My Pertamina* untuk mengatasi masalah tersebut. Aplikasi ini dirancang untuk mendigitalisasi sistem distribusi LPG 3 kg melalui pencatatan dan verifikasi data konsumen. Fitur utamanya meliputi pencatatan transaksi berbasis real-time, pengawasan stok di setiap agen, dan verifikasi pembeli menggunakan KTP. Dengan adanya aplikasi ini, pemerintah dan Pertamina dapat memantau distribusi subsidi secara lebih transparan dan mencegah penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang tidak berhak (Akdyaputra & Sudarman, 2025).

Dapat disimpulkan *Merchant Apps* Pangkalan (MAP) Pertamina adalah aplikasi digital yang dirancang untuk mempermudah transaksi dan pencatatan penjualan LPG 3 kg bersubsidi secara real-time, sekaligus memungkinkan verifikasi konsumen dan pengawasan distribusi agar lebih transparan dan tepat sasaran. Indikator *Merchant Apps* Pangkalan terdiri dari : Pendaftaran pengecer, pencatatan transaksi, pengendalian harga, distribusi tepat sasaran, transparansi dan efisiensi (Jatnika, 2025).

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2022), "Keputusan pembelian merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan oleh konsumen, dimana pada tahap ini akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian" (Safitri et al., 2024). Keputusan untuk membeli merupakan

langkah berikutnya setelah seseorang memiliki kemampuan atau keinginan untuk membeli, meskipun demikian, perlu diingat bahwa keputusan membeli tidak selalu berarti tindakan membeli sebenarnya terjadi (Octaviani et al., 2024). Keputusan pembelian termasuk dalam sikap pelanggan, yang merupakan hasil dari penelitian mengenai bagaimana organisasi, individu atau kelompok membuat pilihan, mengambil keputusan untuk membeli, menggunakan, serta mengalami produk, inspirasi, benda, atau jasa agar memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Lorinda & Amron, 2023).

Dapat disimpulkan, keputusan pembelian merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan konsumen yang mencerminkan sikap dalam memilih dan memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa setelah memiliki keinginan atau kemampuan, meskipun belum tentu diikuti oleh tindakan pembelian yang nyata. Indikator Keputusan pembelian yaitu: sesuai kebutuhan, mempunyai manfaat, ketepatan dalam membeli produk, dan pembelian berulang.

3. METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel serta Penentuan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sucipto, 2024). Dalam konteks penelitian ini, populasi terdiri dari semua pelanggan pernah melakukan pembelian di pangkalan PT Agung Cipta Sentosa Berdikari. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada cukup besar, sehingga tidak memungkinkan untuk seluruh populasi yang ada. Populasi dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Umar (2010) dalam (Sucipto, 2024). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan teknik purposive sampling yang memilih sampel berdasarkan tujuan khusus dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang harus terpenuhi. Penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu 10%. Populasi yang berjumlah 4.310 : 12 bulan dengan jumlah rata-rata yaitu 359, dengan sampel 78 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner dibagi menjadi dua bagian, yaitu: satu untuk mengenali profil para responden serta satu lagi untuk butiran pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Atas nama, jenis kelamin, usia, dan alamat dimasukkan ke dalam profil responden. Indikator untuk setiap variabel penelitian dihasilkan dari pertanyaan yang berkaitan dengan variabel tersebut. Ini merupakan variabel penelitian serta indikator yang digunakan untuk pengukuran variabel tersebut. Distribusi (X1) mencakup berbagai aktivitas yang bertujuan untuk mempermudah

penyimpanan, pengiriman dan penyaluran barang maupun jasa dari produsen agar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kelangkaan (X2) yaitu terjadi akibat ketidakseimbangan antara keinginan manusia yang terus berkembang dan keterbatasan sumber daya alam maupun faktor produksi yang tersedia dalam masyarakat. Penggunaan *Merchant Apps Pangkalan* (X3) merupakan sebuah sistem digital yang mewajibkan pengecer LPG untuk mendaftar sebagai sub-pangkalan resmi, mencatat setiap transaksi secara digital, mengontrol harga jual LPG sesuai HET, dan mendukung distribusi tepat sasaran untuk menghindari penyalahgunaan subsidi. Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses pengambilan keputusan konsumen, di mana individu telah memutuskan untuk benar-benar melakukan pembelian.

Kuesioner kemudian dibagikan pada (14 hari) pada tanggal 29 April 2025. Penyelesaian melalui formulir Google, saat mengisi kuesioner dengan mempertimbangkan kerahasiaan responden, perlindungan privasi serta perlindungan bahaya saat mengisi kuesioner. Analisis serta pengolahan hasil dimulai dengan melakukan tinjauan deskriptif singkat terhadap komposisi sampel. Uji validitas serta reliabilitas kemudian digunakan untuk mengevaluasi hubungan prediksi dalam analisis regresi berganda dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS *statistics* 26.

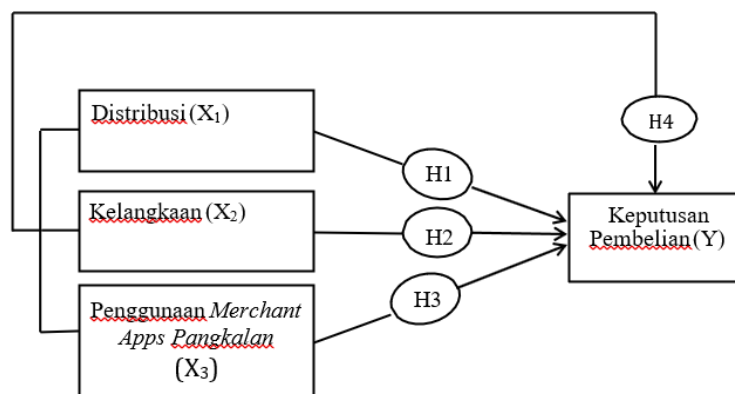
Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub-indikator
Distribusi	Ketersediaan Barang	- Mengukur jumlah barang yang tersedia di gudang atau lokasi penjualan (1) - Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi kembali barang setelah stok habis (2)
	Produk Pemesanan	- Seberapa sering pelanggan atau unit melakukan pemesanan dalam waktu tertentu (3) - Mengukur banyaknya produk yang dipesan dalam periode tertentu(4)
	Kecepatan Pengiriman	- Lama waktu yang diperlukan untuk mengirimkan barang dari gudang ke pelanggan (5) - Persentase pengiriman yang tiba sesuai jadwal yang telah dijanjikan (6)
	Kemudahan Memperoleh Produk	- Pengukuran apakah stok tersedia di banyak lokasi, sehingga konsumen tidak perlu mencari ke tempat lain (7) - Pengukuran biaya tambahan yang perlu dikeluarkan untuk memperoleh produk - (misalnya, biaya pengiriman atau perjalanan) (8)

Kelangkaan	Kenaikan Harga	<ul style="list-style-type: none"> - Mengukur seberapa besar peningkatan harga dalam periode tertentu (1) - Pengaruh kenaikan harga terhadap volume penjualan atau permintaan konsumen (2)
	Peningkatan Permintaan & Pembeli	<ul style="list-style-type: none"> - Lonjakan jumlah pembeli dalam waktu singkat(3) - Permintaan barang yang melebihi pasokan yang tersedia di gudang (4)
	Perubahan Klasifikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Barang yang sebelumnya mudah didapat menjadi terbatas aksesnya (5) - Persentase pengiriman yang tiba sesuai jadwal yang telah dijanjikan (6)
	Barang Pemerintah Membagikan Kuota Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat mengurangi konsumsi karena barang semakin langka (7) - Pemerintah mengatur jumlah maksimal pembelian per orang (8)
Pengguna Merchant Apps Pangkalan	Pendaftaran Pengecer	<ul style="list-style-type: none"> - Mengukur tingkat partisipasi pengecer dalam sistem aplikasi (1) - Proses memastikan data pengecer yang terdaftar akurat dan sah (2)
	Pencatatan Transaksi	<ul style="list-style-type: none"> - Menunjukkan efektivitas sistem pencatatan melalui aplikasi (3) - Kecepatan sistem dalam merekam data penjualan (4)
	Pengendalian Harga	<ul style="list-style-type: none"> - Mengukur sejauh mana pengecer menjual LPG sesuai harga yang ditetapkan (5) - Mengukur apakah harga yang ditetapkan di aplikasi sesuai dengan ketentuan pemerintah HET (6)
	Distribusi Tepat Sasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Mengukur efektivitas pendistribusian kepada penerima yang berhak (7) - Mengidentifikasi apakah pembelian dilakukan oleh konsumen yang sama dalam jumlah wajar sesuai kebutuhan (menghindari penimbunan oleh oknum) (8)
	Transparansi dan Efisiensi	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi distribusi dan transaksi dapat diakses secara langsung (9) - Persepsi publik terhadap kejujuran dan keterbukaan proses distribusi melalui Merchant Apps Pangkalan (10)
Keputusan Pembelian	Sesuai Kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> - Menilai apakah produk benar-benar dibutuhkan oleh konsumen saat pembelian (1) - Sejauh mana produk mampu memenuhi tujuan atau fungsi yang diinginkan (2)
	Mempunyai Manfaat	<ul style="list-style-type: none"> - Produk membantu menghemat waktu, biaya, atau tenaga (3) - Produk memberikan rasa nyaman atau kemudahan dalam penggunaannya (4)

Ketepatan dalam Membeli Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Rasa puas dan yakin bahwa pembelian yang dilakukan adalah keputusan yang tepat(5) - Penilaian konsumen terhadap nilai uang yang dikeluarkan (6)
Pembelian Berulang	<ul style="list-style-type: none"> - Seberapa sering konsumen melakukan pembelian kembali terhadap produk yang sama (7) - Seberapa besar ketergantungan konsumen terhadap produk tersebut dalam aktivitas sehari-hari(8)

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat diilustrasikan dalam bagan yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dibuat, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini merupakan:

H₁: Distribusi berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Gas LPG 3kg

H₂: Kelangkaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Gas LPG 3kg

H₃: Cpenggunaan Merchant Apps Pangkalan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Gas Lpg 3kg

H₄ :Distribusi, kelangkaan, serta penggunaan merchant apps pangkalan secara bersama-sama berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian gas LPG 3kg.

4. HASIL SERTA PEMBAHASAN

Demografi Responden

Karakteristik responden penelitian ini digambarkan melalui variabel jenis kelamin, usia, alamat, dan jenis pengguna. Berikut tabel variabel.

Tabel 3. Karakteristik Demografi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Perempuan	40	51.3%
Laki - laki	38	48.7%
Total	78	100%

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari total 78 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebanyak 40 orang atau 51,3% merupakan perempuan, sedangkan 38 orang atau 48,7% merupakan laki-laki. Data ini menunjukkan bahwa proporsi responden perempuan sedikit lebih besar dibandingkan dengan laki-laki. Meskipun demikian, perbedaan jumlah responden antar jenis kelamin tidak terlalu signifikan, sehingga distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dikatakan cukup seimbang dalam penelitian ini.

Tabel 4. Karakteristik Demografi Usia Responden

Usia	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
20 – 25 Tahun	9	11.5%
26 – 30 Tahun	12	15.4%
31 – 35 Tahun	15	19.2%
36 – 40 Tahun	18	23.1%
> 41 Tahun	24	30.8%
Total	78	100%

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan kelompok usia menunjukkan, mayoritas berada pada kelompok usia di atas 41 tahun, yaitu sebanyak 24 orang atau sebesar 30,8%. Kelompok usia 36–40 tahun menyusul dengan jumlah 18 responden (23,1%), kemudian kelompok usia 31–35 tahun sebanyak 15 responden (19,2%). Selanjutnya, terdapat 12 responden (15,4%) yang berada pada rentang usia 26–30 tahun, dan yang paling sedikit adalah kelompok usia 20–25 tahun sebanyak 9 responden (11,5%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia dewasa matang, dengan dominasi kelompok usia di atas 41 tahun, yang kemungkinan memiliki pengalaman atau pengetahuan lebih terkait topik penelitian.

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Alamat

Alamat	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Ketanggungan	17	21.8%
Kersana	19	24.4%
Banjarharjo	13	16.7%
Bumiayu	13	16.7%
Brebes	16	20.5%
Total	78	100%

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan alamat, terlihat bahwa para responden tersebar di lima kecamatan yang berbeda. Kecamatan Kersana menjadi wilayah dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 19 orang atau 24,4% dari total 78 responden. Selanjutnya, Kecamatan Ketanggungan menyumbang 17 responden (21,8%), diikuti oleh Kecamatan Brebes sebanyak 16 responden (20,5%). Adapun Kecamatan Banjarharjo dan Bumiayu masing-masing berkontribusi sebanyak 13 responden atau 16,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa persebaran responden di kelima wilayah cukup seimbang, meskipun dominasi responden tertinggi berasal dari Kecamatan Kersana.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pengguna

Alamat	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Rumah Tangga	43	55.1%
Usaha Mikro	35	44.9%
Total	78	100%

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan jenis pengguna Gas LPG 3kg, diketahui bahwa mayoritas responden merupakan pengguna dari kalangan rumah tangga, yaitu sebanyak 43 orang atau sebesar 55,1% dari total 78 responden. Sementara itu, sebanyak 35 responden atau 44,9% lainnya merupakan pengguna dari sektor usaha mikro. Data ini menunjukkan bahwa Gas LPG 3kg tidak hanya digunakan oleh rumah tangga, tetapi juga memiliki peranan penting mendukung kegiatan usaha mikro. Meskipun penggunaan oleh rumah tangga mendominasi, selisihnya tidak terlalu jauh, yang mengindikasikan bahwa kedua jenis pengguna memiliki kebutuhan yang hampir seimbang terhadap Gas LPG 3k.

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Item Kuesioner	Distribusi (X1)	Kelangkaan (X2)	Penggunaan Merchant Apps Pangkalan (X3)	Keputusan Pembelian	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,727	0,512	0,491	0,538	0,226	Valid
2	0,454	0,594	0,535	0,515		

3	0,442	0,454	0,511	0,556
4	0,518	0,598	0,567	0,481
5	0,480	0,457	0,451	0,668
6	0,414	0,487	0,415	0,439
7	0,502	0,522	0,432	0,530
8	0,727	0,520	0,613	0,470
9			0,565	
10			0,336	

Sumber : Hasil olah data SPSS 26.0 (2025)

Hasil uji validitas, analisi data pada tabel kuesioner menunjukkan bahwa variabel distribusi (X1) pada 8 pertanyaan, kelangkaan (X2) pada 8 pertanyaan, penggunaan merchant apps pangkalan pada 10 item pertanyaan, dan keputusan pembelian (Y) menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai sig $<$ 0,05 yang dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Distribusi	0,635	
Kelangkaan	0,611	Reliabel
Penggunaan Merchant Apps Pangkalan	0,649	
Keputusan Pembelian	0,620	

Sumber: Data yang diolah

Hasil uji reliabilitas, analisi reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki tinggan konsistensi internal tinggi. Diketahui bahwa variabel Distribusi, Kelangkaan, Penggunaan Merchant Apps Pangkalan, serta keputusan pembelian memiliki nilai *Cronbach's alpha* $>$ 0,6. Maka dapat disimpulkan semua item pernyataan pada setiap variabel keputusan pembelian adalah reliabel dan dapat dihandalkan dalam mengukur variabel penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		78
Normal	Mean	0,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2.44146136
Most	Absolute	0,081
Extreme	Positive	0,041
Differences	Negative	-0,081

Test Statistic	0,081
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200 ^c

Sumber: Data yang diolah

Hasil uji normalitas, Unstandardized Residual pada data dengan N (jumlah sampel) sebanyak 78 menunjukkan beberapa parameter yang dapat memberikan pemahaman tentang distribusi residual dari model statistik yang digunakan. Dalam analisis ini, nilai rata-rata (Mean) dari residual merupakan 0,0000000, yang menunjukkan bahwa rata-rata selisih antara nilai observasi serta nilai prediksi dari model mendekati nol. Standar deviasi (Std. Deviation) sebesar 2.44146136 menunjukkan seberapa besar variasi atau penyebaran residual dari nilai prediksi. Pada analisis Most Extreme Differences, ditemukan bahwa selisih ekstrem terbesar antara nilai observasi serta nilai prediksi merupakan sekitar 0,081. Nilai ini dapat diartikan sebagai selisih maksimum yang terjadi di antara data aktual serta prediksi model. Selisih ini dapat dibagi menjadi dua komponen: 0,041 sebagai selisih positif serta -0,081 sebagai selisih negatif.

Test Statistic sebesar 0,081 memberikan nilai uji yang mengukur signifikansi atau keberartian dari selisih ekstrem tersebut. Nilai p-value (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,200^c mengindikasikan bahwa ada kemungkinan signifikansi pada tingkat signifikansi 0,05, tetapi tidak mencapai tingkat signifikansi yang lebih umum (0,05). Oleh karena itu, hasil ini memberikan petunjuk bahwa terdapat selisih yang cukup besar antara nilai observasi serta nilai prediksi, namun, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami apakah selisih tersebut signifikan secara statistik.

Uji Linearitas

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian	Distribusi	Linearity	295.644	1	295.644	49.808	0,000
	Kelangkaan		140.289	1	140.289	14.038	0,000
	Penggunaan		353.738				
	Merchant Apps Pangkalan			1	353.738	47.471	0,000

Sumber: Data yang diolah

Hasil uji linearitas yang menguji hubungan antara variabel independen (distribusi, kelangkaan, dan penggunaan merchant apps pangkalan) dengan variabel dependen dalam model. Pada tabel ini, dilakukan pengukuran dalam bentuk sum of squares, derajat kebebasan (df), mean square, nilai F, serta signifikansi (Sig.). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen serta variabel dependen dapat dijelaskan secara

linear atau tidak. Untuk distribusi, nilai sum of squares merupakan 295,644 dengan df (derajat kebebasan) sebesar 1, menghasilkan mean square sebesar 295,644. Nilai F sebesar 10,553 serta signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa hubungan distribusi dengan variabel dependen memiliki tingkat linearitas yang signifikan secara statistik. Kelangkaan, nilai sum of squares merupakan 140,289 dengan df (derajat kebebasan) sebesar 1, menghasilkan mean square sebesar 140,289. Nilai F sebesar 14,038 serta signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa hubungan kelangkaan dengan variabel dependen memiliki tingkat linearitas yang signifikan secara statistik. Begitu pula dengan penggunaan merchant apps pangkalan, yang memiliki sum of squares sebesar 353.738 dengan df 1, menghasilkan mean square sebesar 353,738, nilai F sebesar 47,471 serta signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan merchant apps pangkalan dengan variabel dependen juga memiliki tingkat linearitas yang signifikan secara statistik. Dengan demikian, hasil dari tabel ini mengindikasikan bahwa hubungan antara distribusi, kelangkaan, serta penggunaan merchant apps pangkalan dengan variabel dependen cenderung bersifat linear secara signifikan dalam model yang digunakan.

Uji Multikolinearitas

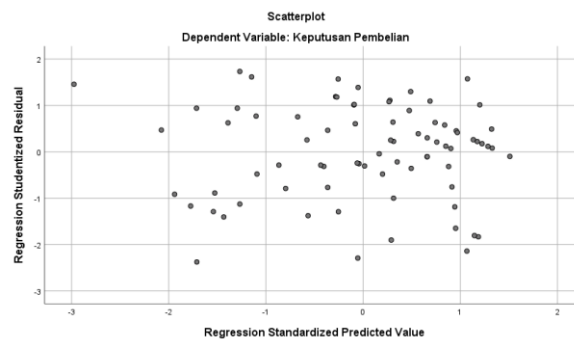
Tabel 8. Hasil Uji Mutikolinearitas

Modal	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Distribusi	0,555	1,802
Kelangkaan	0,578	1,731
Penggunaan Merchant Apps Pangkalan	0,614	1,628

Sumber: Data yang diolah

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa hasil dari masing – masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* >0,1 yaitu pada variabel Distribusi (X1) sebesar 0,555, Kelangkaan (X2) sebesar 0,578, dan Penggunaan Merchant Apps Pangkalan (X3) sebesar 0,614. Kemudian untuk nilai (*VIF*) pada variabel independen memiliki nilai <10 dengan masing – masing variabel memperoleh nilai VIF yakni Distribusi (X1) sebesar 1.802, Kelangkaan (X2) sebesar 1,731, dan Penggunaan Merchant Apps Pangkalan (X3) sebesar 1,628. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pada semua variabel bebas penelitian ini menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Scatter Plot Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil dari gambar 2 titik – titik yang diperoleh menunjukkan pola yang tidak teratur secara acak diatas maupun dibawah angka 0 dari sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,691	0,477	0,456	2,49046	1,877

Sumber: Data yang diolah

Hasil uji autokorelasi disajikan menunjukkan hasil dari suatu model regresi. Angka-angka yang tercantum seperti R (koefisien korelasi), R Square (koefisien determinasi) dan Adjusted R Square (koefisien determinasi yang disesuaikan) memberikan gambaran tentang seberapa baik model tersebut dapat menjelaskan variasi dari data yang diobservasi. Nilai R Square yang sebesar 0,477 mengindikasikan bahwa sekitar 47,7% dari variasi dalam variabel terikat dapat diuraikan oleh variabel bebas dalam model. Adjusted R Square hampir setara dengan R Square, menunjukkan seberapa baik variabel independen menjelaskan variabilitas variabel terikat menunjukkan bahwa penyesuaian untuk jumlah variabel independen telah dilakukan. Std. Error of the Estimate (standar error estimasi) sebesar 2,49046 menunjukkan seberapa jauh titik data sebenarnya tersebar dari garis regresi. Durbin-Watson, dengan nilai 1,877 adalah ukuran dari otonomi residual yang menunjukkan adanya keberadaan korelasi antara residual dalam model.

Analisi Regresi

Jumlah variabel independen dalam pengujian ini ada 3, maka regresi yang digunakan adalah regresi berganda. Regresi berganda didefinisikan sebagai pengaruh antar dua atau lebih variabel, yang melibatkan dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Juga, digunakan untuk merumuskan persamaan dan memprediksi nilai dengan menggunakan

persamaan tersebut.

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi (Model Summary^b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,691a	0,477	0,456	2,49046

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan hasil perhitungan model yang disajikan menunjukkan tingkat kecocokan yang tinggi antara variabel independen dan dependen. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,691 menyatakan korelasi yang sangat positif dan kuat antara variabel-variabel dalam model. R Square, yang memiliki nilai sebesar 0,477, mengindikasikan bahwa sekitar 47,7% dari variasi dalam variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam kerangka model tersebut. Nilai Adjusted R Square hampir sebanding dengan R Square menegaskan bahwa penyesuaian untuk jumlah variabel independen telah dipertimbangkan. Standar error of the estimate (standar error estimasi) sebesar 2,49046 menunjukkan seberapa jauh titik data sebenarnya tersebar dari garis regresi. Dalam konteks ini, angka-angka yang tinggi menunjukkan potensi variasi yang lebih besar dari nilai-nilai sebenarnya. Dengan R Square yang tinggi dan nilai standar error yang terukur, model ini memiliki kemampuan yang kuat untuk menjelaskan dan memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan dalam analisis.

Tabel 12. Hasil Uji F (Anova)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	418,818	3	139,606	22,508	0,000b
	Residual	458,976	74	6,202		
	Total	877,795	77			

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan hasil uji F Tabel yang diberikan dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Distribusi, Kelangkaan dan Penggunaan Merchant Apps Pangkalan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $22,508 >$ nilai F tabel 2,73. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh Distribusi, Kelangkaan dan Penggunaan *Merchant Apps* Pangkalan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 13. Hasil Uji t (Coefficients)

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,601	3,16		2,722	0,008
	Distribusi	0,344	0,109	0,355	3,143	0,002
	Kelangkaan	-0,061	0,097	-0.629	4,393	0,531

Penggunaan Merchant Apps Pangkalan	0.378	0,086	0,471	0,000	0
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	---

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan hasil output regresi pada tabel di atas, diperoleh nilai konstanta sebesar 8,601 dengan nilai signifikansi 0,008, yang menunjukkan bahwa model regresi ini secara keseluruhan signifikan. Variabel Distribusi memiliki koefisien regresi sebesar 0,344 dengan nilai signifikansi 0,002, yang berarti variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam distribusi akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,344 satuan. Variabel Kelangkaan memiliki koefisien regresi sebesar -0,061 dengan nilai signifikansi sebesar 0,531, yang menunjukkan bahwa kelangkaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Meskipun nilai t-nya tinggi (4,393), namun karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka pengaruhnya dianggap tidak signifikan. Sedangkan variabel Penggunaan Merchant Apps Pangkalan memiliki koefisien regresi sebesar 0,378 dan nilai signifikansi 0,000, yang berarti variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, variabel distribusi dan penggunaan aplikasi merchant terbukti berpengaruh secara signifikan, sementara kelangkaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam model ini.

5. KESIMPULAN

Distribusi dan penggunaan Merchant Apps Pangkalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian LPG 3kg, sedangkan kelangkaan tidak berpengaruh signifikan, secara simultan ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan ini didukung oleh hasil analisis regresi yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel distribusi (0,002) dan penggunaan MAP (0,000) < 0,05, sedangkan kelangkaan (0,531) > 0,05. Uji F juga menunjukkan bahwa ketiga variabel secara simultan signifikan (Sig. = 0,000), dan nilai R² sebesar 0,477 mengindikasikan bahwa 47,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Adelia, Valianti, R. M., & Arifin, M. A. (2023). Analisis Komperatif dalam Realisasi Volume Penjualan Gas Elpiji di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II Adelia 1 , Reva Maria Valianti 2 , Mohammad Aryo Arifin 3 2. Jurnal Mediasi, 186–194.
- Adelia, Valianti, R. M., & Arifin, M. A. (2023). Analisis Komperatif dalam Realisasi Volume Penjualan Gas Elpiji di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II Adelia

- 1 , Reva Maria Valianti 2 , Mohammad Aryo Arifin 3 2. Jurnal Mediasi, 186–194.
- Adi, A. C. (2024). Pendataan Konsumen LPG 3 Kg Fokus Pada Pendistribusian Tepat Sasaran. KEMENTERIAN ESDM RI. <https://www.esdm.go.id/id/media-center/arsip-berita/pendataan-konsumen-lpg-3-kg-fokus-pada-pendistribusian-tepat-sasaran>
- Adi, A. C. (2024). Pendataan Konsumen LPG 3 Kg Fokus Pada Pendistribusian Tepat Sasaran. KEMENTERIAN ESDM RI. <https://www.esdm.go.id/id/media-center/arsip-berita/pendataan-konsumen-lpg-3-kg-fokus-pada-pendistribusian-tepat-sasaran>
- Akdyaputra, R., & Sudarman, D. (2025). Efektivitas Merchant Apps My Pertamina dalam Pengawasan Pendistribusian LPG 3 Kg Agar Subsidi Tepat Sasaran di Jakarta Selatan (Studi Kasus Rantai Pasok). JMPIS, 6(2), 1507–1519.
- Akdyaputra, R., & Sudarman, D. (2025). Efektivitas Merchant Apps My Pertamina dalam Pengawasan Pendistribusian LPG 3 Kg Agar Subsidi Tepat Sasaran di Jakarta Selatan (Studi Kasus Rantai Pasok). JMPIS, 6(2), 1507–1519.
- Antika, R. (2023). Pengaruh Distribusi, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Bright Gas 5,5 kg pada PT. Demang Jaya Gas di Kota Palembang. Skripsi.
- Antika, R. (2023). Pengaruh Distribusi, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Bright Gas 5,5 kg pada PT. Demang Jaya Gas di Kota Palembang. Skripsi.
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Mulia Makmur Lestari. Emba, 8(3), 44–53. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/29413/28550>
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Mulia Makmur Lestari. Emba, 8(3), 44–53. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/29413/28550>
- Hisab, M., & Nurodin, I. (2022). Pengaruh Kelangkaan Minyak Goreng terhadap penetapan Harga dan Pengelolaan Laba pada UMKM usaha makanan di Desa Cikembar. Jurnal Akuntansi Unihaz:JAZ.
- Hisab, M., & Nurodin, I. (2022). Pengaruh Kelangkaan Minyak Goreng terhadap penetapan Harga dan Pengelolaan Laba pada UMKM usaha makanan di Desa Cikembar. Jurnal Akuntansi Unihaz:JAZ.
- Jatnika, A. R. (2025). Pemkab Bogor Ungkap Kebijakan Baru Penjualan Gas LPG 3 Kg. SETDA. <https://setda.bogorkab.go.id/berita/seputar-opd/pemkab-bogor-ungkap-kebijakan-baru-penjualan-gas-lpg-3-kg>
- Jatnika, A. R. (2025). Pemkab Bogor Ungkap Kebijakan Baru Penjualan Gas LPG 3 Kg. SETDA. <https://setda.bogorkab.go.id/berita/seputar-opd/pemkab-bogor-ungkap-kebijakan-baru-penjualan-gas-lpg-3-kg>
- Kurniawan, A. (2023). Pengaruh Distribusi , Harga Dan Kelangkaan Pada Masyarakat Desa Taronggo. Skripsi.
- Kurniawan, A. (2023). Pengaruh Distribusi, Harga Dan Kelangkaan Pada Masyarakat Desa Taronggo. Skripsi.
- Lorinda, I. P., & Amron. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Sidomuncul di Kota Semarang. Mbia, 22(1), 53–64. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2238>
- Lorinda, I. P., & Amron. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek terhadap

- Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Sidomuncul di Kota Semarang. *Mbia*, 22(1), 53–64. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2238>
- Norjanah, R., Made, N., Anjasmari, M., & Noorrahman, M. F. (2024). Implementasi Kebijakan Distribusi Gas LPG 3 kilogram di Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan (Studi Kasus Pada Pangkalan di Desa Batu Merah dan Kusambi Hilir). *Jurnal Kebijakan Publik*, 846–857.
- Norjanah, R., Made, N., Anjasmari, M., & Noorrahman, M. F. (2024). Implementasi Kebijakan Distribusi Gas LPG 3 kilogram di Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan (Studi Kasus Pada Pangkalan di Desa Batu Merah dan Kusambi Hilir). *Jurnal Kebijakan Publik*, 846–857.
- Octaviani, T., Hanifah, A., & Yulianto, A. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jamu Tolak Angin di Toko Umi Dukuh Tengah. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 4(1), 68–80.
- Octaviani, T., Hanifah, A., & Yulianto, A. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jamu Tolak Angin di Toko Umi Dukuh Tengah. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 4(1), 68–80.
- Primahadi, R. (2024). Guidebook - Merchant Apps Pangkalan Pertamina - 2405 - 240509 - 141630. SCRIBD. https://id.scribd.com/document/732414029/Guidebook-Merchant-Apps-Pangkalan-Pertamina-2405-240509-141630?utm_source=chatgpt.com
- Primahadi, R. (2024). Guidebook - Merchant Apps Pangkalan Pertamina - 2405 - 240509 - 141630. SCRIBD. https://id.scribd.com/document/732414029/Guidebook-Merchant-Apps-Pangkalan-Pertamina-2405-240509-141630?utm_source=chatgpt.com
- Putri, D. P. A., & Sukardi, A. (2023). Analisis Pengaruh Distribusi dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Produk. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1(6), 42–50. <https://doi.org/10.61132/menawan.v1i6.62>
- Putri, D. P. A., & Sukardi, A. (2023). Analisis Pengaruh Distribusi dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Produk. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1(6), 42–50. <https://doi.org/10.61132/menawan.v1i6.62>
- Rahayu, K. D., Sukma, E., Fikriyatunnisa, & Syahputra, D. (2023). Analysis Of The Causes Of The Scarcity Of 3 Kg LPG Gas Among The People Of Bengkalis Regency. *HISTORICAL: Journal of History and Social Sciences*, 2(4), 151–161. <https://doi.org/10.58355/historical.v2i4.90>
- Rahayu, K. D., Sukma, E., Fikriyatunnisa, & Syahputra, D. (2023). Analysis Of The Causes Of The Scarcity Of 3 Kg LPG Gas Among The People Of Bengkalis Regency. *HISTORICAL: Journal of History and Social Sciences*, 2(4), 151–161. <https://doi.org/10.58355/historical.v2i4.90>
- Ramadhan, S., Arsyi, W. A., & Marlina, M. (2023). Pengaruh Kelangkaan dan Kenaikan Harga Minyak Goreng terhadap Panic Buying Masyarakat di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang. *Rumah Jurnal UIN IB*.
- Ramadhan, S., Arsyi, W. A., & Marlina, M. (2023). Pengaruh Kelangkaan dan Kenaikan Harga Minyak Goreng terhadap Panic Buying Masyarakat di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang. *Rumah Jurnal UIN IB*.

- Safitri, L. N., Tambunan Dennis, & Rina Trisna Yanti. (2024). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Gas Lpg 3 Kg Di Kota Bengkulu. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 431–442. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i3.307>
- Safitri, L. N., Tambunan Dennis, & Rina Trisna Yanti. (2024). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Gas Lpg 3 Kg Di Kota Bengkulu. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 431–442. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i3.307>
- Sari, S. L., & Mujito. (2021). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Gas LPG 3kg Pangkalan Febriyanti Noor Bojonggede Kabupaten Bogor. *Jurismata*, 3(2).
- Sari, S. L., & Mujito. (2021). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Gas LPG 3kg Pangkalan Febriyanti Noor Bojonggede Kabupaten Bogor. *Jurismata*, 3(2).
- Siahaan, M. (2024). Pertamina: Digitalisasi agar distribusi elpiji tiga kg tepat sasaran. *ANTARA*. https://www.antaraneews.com/berita/4126248/pertamina-digitalisasi-agar-distribusi-elpiji-tiga-kg-tepat-sasaran?utm_source=chatgpt.com
- Siahaan, M. (2024). Pertamina: Digitalisasi agar distribusi elpiji tiga kg tepat sasaran. *ANTARA*. https://www.antaraneews.com/berita/4126248/pertamina-digitalisasi-agar-distribusi-elpiji-tiga-kg-tepat-sasaran?utm_source=chatgpt.com
- Siana, Y. D. (2020). Kelangkaan Barang Menjelang Hari Raya Idul Fitri Dan Dampaknya Terhadap Stabilitas Pasar Cendrawasih Metro. *Skripsi*, 62.
- Siana, Y. D. (2020). Kelangkaan Barang Menjelang Hari Raya Idul Fitri Dan Dampaknya Terhadap Stabilitas Pasar Cendrawasih Metro. *Skripsi*, 62.
- Sucipto, H. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Caffé Jetto Brebes. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*.
- Sucipto, H. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Caffé Jetto Brebes. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*.
- Syarvina, I. A. dan W. (2022). Distribution Analysis and Distribution of 3 Kg LPG Gas Sales Allocations (Case Study Of PT. Sintora Putra Gasindo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 493–500. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i2.486>
- Syarvina, I. A. dan W. (2022). Distribution Analysis and Distribution of 3 Kg LPG Gas Sales Allocations (Case Study Of PT. Sintora Putra Gasindo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 493–500. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i2.486>
- Widodo, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Merek Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Gelang Gemilang Jaya Bella Spring Bed Semarang. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 217–230. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.217-230>
- Widodo, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Merek Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Gelang Gemilang Jaya Bella Spring Bed Semarang. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 217–230. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.217-230>