

**DAMPAK PENGGUNAAN QR CODE TERHADAP
PENJUALAN PERTALITE PT PERTAMINA PATRA NIAGA
SALES AREA SULUTGO
(STUDI KASUS SPBU COCO)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.,M)
Program Studi Manajemen Bisnis*

**Oleh
TITI JELITA SUMAMPOW
NIM. 21053036**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS D-IV
2025**

Titi Jelita Sumampow, NIM. 21053036. 2025 “**Dampak Penggunaan QR Code Terhadap Penjualan Ptalite PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SolutGo (Studi Kasus SPBU Coco)**”. Prodi Manajemen Bisnis D4, Politeknik Negeri Manado. Skripsi 2025. Di bawah bimbingan Muhammad Kapa Bakary, SE., M.Si dan Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si, MM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan QR Code terhadap penjualan Ptalite PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SolutGo, dengan studi kasus pada SPBU Coco. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen SPBU Coco yang menggunakan QR Code dalam transaksi pembelian Ptalite. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara sedangkan teknik analisis menggunakan regresi linear sederhana, uji t, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QR Code berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan Ptalite. Hal ini dibuktikan melalui persamaan regresi $Y = 11,612 + 0,497X$, dengan nilai korelasi sebesar 0,766 yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel penggunaan QR Code dan penjualan Ptalite. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,587 mengindikasikan bahwa 58,7% variasi peningkatan penjualan Ptalite dapat dijelaskan oleh penggunaan QR Code, sedangkan sisanya 41,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, penerapan QR Code terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efektivitas penjualan Ptalite di SPBU Coco.

Kata Kunci: *Penggunaan QR Code, Penjualan Ptalite*

Titi Jelita Sumampow, NIM. 21053036. 2025 ***“The Impact of QR Code Usage on Peralite Sales of PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SolutGo (Case Study of Coco Gas Station)”***. D4 Business Management Study Program, Manado State Polytechnic. Thesis 2025. Under the guidance of Muhammad Kapa Bakary, SE., M.Si and Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si, MM.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of QR Code usage on Peralite sales at PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SolutGo, with a case study at the Coco gas station. The study uses a quantitative approach with an associative method. Respondents in this study are consumers of Coco gas stations who use QR Codes in Peralite purchase transactions. Data collection techniques were carried out through questionnaires and interviews while the analysis technique used simple linear regression, t-test, correlation coefficient, and coefficient of determination. The results of the study indicate that the use of QR Codes has a significant effect on increasing Peralite sales. This is evidenced by the regression equation $Y = 11.612 + 0.497X$, with a correlation value of 0.766 which indicates a strong relationship between the variables of QR Code usage and Peralite sales. The coefficient of determination (R^2) value of 0.587 indicates that 58.7% of the variation in Peralite sales increases can be explained by the use of QR Codes, while the remaining 41.3% is influenced by other factors outside this study. Thus, the implementation of QR Codes is proven to be an important factor in increasing the effectiveness of Peralite sales at Coco gas stations.

Keywords: ***QR Code Usage, Peralite Sales***

MOTTO

janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang,
sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong
engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang
membawa kemenangan.
Yesaya 41:10

Kupersembahkan Karya ini untuk:

Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menganugerahkan KasihNya dan
kemurahanNya serta menyatakan perbuatanNya yang ajaib, serta kepada:

.My best superhero Papa Berty Sumampow

My best superwoman Mama Tiny Kondo

My brother Fernando Sumampow

Yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis
baik secara finansial maupun moral, yang selalu memberikan kasih
sayang serta mendoakan penulis bahkan membantu memenuhi
kebutuhan penulis selama proses perkuliahan sehingga penulis boleh
menyelesaikan skripsi dengan baik.

Last but not least, Thank You For My Self atas segala usaha dan
ketekunan yang telah ditunjukkan selama ini. Terima kasih karena
tidak pernah menyerah serta terus berjuang dan berusaha memberikan
yang terbaik meskipun kadang terasa sulit dan melelahkan. Semua ini
tidak akan berarti tanpa penyertaan Tuhan, karena hanya atas
pertolongan Tuhan penulis dimampukan.

Big Thanks For Jesus and Keep Fighting for a beautiful future!

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Titi Jelita Sumampow
Telah disetujui dan diuji
Manado, 10 September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Muhammad Kapa Bakary, SE., M.Si
NIP. 19640802 199403 1 002



Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si., MM
NIP. 19670516 199403 1 013

Ketua Panitia Skripsi



Juliet P.T. Makinggung, SE., M.Si
NIP. 19730722 200212 2 001

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

DAMPAK PENGGUNAAN QR CODE TERHADAP PENJUALAN PERTALITE PT PERTAMINA PATRA NIAGA SALES AREA SULUTGO (STUDI KASUS SPBU COCO)

Oleh

TITI JELITA SUMAMPOW

NIM. 21053036

Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai
Salah Satu Persyaratan Melaksanakan Penelitian Untuk Memperoleh Sarjana
Terapan Manajemen (S.Tr.M)
Pada tanggal, 10 September 2025

Ketua/Penguji 1



Muhammad Kapa Bakary, SE, M.Si

NIP. 19640802 199403 1 002

Penguji 2

Penguji 3



Djibrael Djawa, SE, M.Int.Hotl.Manag

NIP. 19610124 199011 1 001



Drs. Laurens Ponggohong, M.Si

NIP. 19610208 198811 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si

NIP. 19720915 200212 2 001

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Titi Jelita Sumampow
 NIM : 21053036
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis
 Judul Skripsi : Dampak Penggunaan QR Code Terhadap Penjualan
 Peralite PT. Pertamina Patra Niaga Sales Area SulutGo
 (Studi Kasus SPBU Coco)

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



Titi Jelita Sumampow
 NIM. 21053036

FM-203 ed.A rev.0

BIOGRAFI

Nama Lengkap : Titi Jelita Sumampow
NIM : 21053036
Tempat, Tanggal Lahir : Lansot, 10 Agustus 2003
Agama : Kristen Protestan
Alamat Tempat Tinggal : Lansot Timur, Kec. Tareran
Riwayat Pendidikan : Tamat TK Maranatha Lansot
: Tamat SD N Inpres Lansot
: Tamat SMP N 1 Tareran
: Tamat SMK N 1 Tareran
: Mahasiswa Politeknik Negeri Manado
Tahun 2021 Sampai sekarang.
Nama Ayah : Berty Sumampow
Nama Ibu : Tiny Kondo
Alamat Orang Tua : Lansot Timur, Kec. Tareran



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kekuatan, kesehatan dan berkat sehingga proses penyusunan Skripsi ini bisa selesai tepat waktu dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Skripsi ini dibuat dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Manajemen Jurusan Administrasi Bisnis yang dilaksanakan oleh Politeknik Negeri Manado. Selain itu juga Skripsi ini bertujuan untuk mendeskripsikan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan pada SPBU Coco.

Dalam Skripsi ini bertujuan untuk membahas “Dampak Penggunaan QR Code Terhadap Penjualan Peralite PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SolutGo (Studi Kasus SPBU Coco)”. Penyelesaian penelitian sampai pada penyusunan Skripsi, penulis sadari bahwa ada begitu banyak bantuan yang telah diterima oleh penulis. Karena itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Maryke Alelo MBA, selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH., M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Selvy Kalele, SE., M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan Dan Umum.
4. Rudolf Esthepanus Golioth Maith, ST., M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
5. Juliet Makinggung, SE selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan Dan Umum, dan sebagai Wakil Direktur Bidang Perencanaan Dan Kerja Sama serta sebagai Ketua Panitia Seminar dan Skripsi.
6. Angga Yudiwinata Putra selaku Sales Area Manager Retail SolutGo.

7. Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
8. Arifmanuel Kolondam, SE., MM selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
9. Precylia Ribka Raming, SE., M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen Bisnis.
10. Muhammad Kapa Bakary, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Penguji 1 dalam Ujian Skripsi.
11. Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si., MM selaku Dosen Pembimbing 2 dalam penyusunan skripsi.
12. Djibrael Djawa, SE, M.Int.Hotl.Manag selaku Penguji 2 dalam ujian skripsi.
13. Drs. Laurens Ponggohong, M.Si selaku Penguji 3 dalam ujian skripsi.
14. Kedua orang tua Mama dan Papa terhebat takkan pernah cukup kata-kata untuk mengungkapkan rasa syukur dan bangga untuk kalian. Tanpa diduga dan diragukan lagi, Mama dan Papa adalah alasan dibalik semua pencapaian penulis.
15. Kakak Fernando Sumampow, Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan untuk penulis.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
17. Dan terakhir yang tidak kalah pentingnya, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri. Terima kasih untuk tidak pernah menyerah sekalipun terasa

berat dan melelahkan yang terus berjuang dan tidak berhenti. Terima kasih untuk semua pencapaian ini, saya bangga menjadi diri saya sendiri.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih jika adanya koreksi dan saran yang diberikan yang bersifat membangun guna untuk penyempurnaan Skripsi ini.

Harapan penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semoga Tuhan Yesus Kristus memberkati kita semua dalam segala rencana, tugas dan usaha kita dalam menggapai cita-cita di masa depan.

Manado, 10 September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
BIOGRAFI MAHASISWA	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Pembatasan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Manfaat	6
1.5.1 Tujuan Penelitian	6
1.5.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	
2.1 Uraian Teori	8
2.1.1 Konsep Pemasaran Digital	8
2.1.2 Konsep Penggunaan QR Code.....	8
2.1.2.1 Pengertian QR Code	8
2.1.2.2 Indikator Penggunaan QR Code	9
2.1.3 Konsep Penjualan Peralite	10
2.1.3.1 Pengertian Penjualan	10
2.1.3.2 Indikator Penjualan Peralite	11
2.1.4 Hubungan Antar Konsep.....	12
2.1.4.1 Hubungan Variabel X dan Y	12
2.2 Tinjauan Pustaka	13
2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	15
2.4 Kerangka Teoritik	16
2.5 Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian.....	19

3.2.1	Jenis Penelitian.....	19
3.2.2	Metode Penelitian.....	19
3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	20
3.3.1	Jenis Data	20
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	21
3.4	Populasi Dan Sampel	21
3.4.1	Populasi.....	21
3.4.2	Sampel.....	22
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	22
3.5.1	Definisi Operasional QR Code.....	22
3.5.2	Definisi Operasional Penjualan.....	24
3.6	Pengukuran Variabel	25
3.7	Metode Analisis Data	26
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	26
3.7.2	Analisis Instrumen Jawaban Responden.....	26
3.7.3	Total Skor.....	27
3.7.4	Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	27
3.7.4.1	Uji Validitas.....	28
3.7.4.2	Uji Reliabilitas	29
3.7.5	Analisis Korelasi	30
3.7.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	31
3.7.7	Koefisien Detrminasi (R2)	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1	Sejarah Singkat	34
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	35
4.1.4	Sumber Daya Manusia	36
4.1.5	Struktur Organisasi	37
4.2	Hasil Analisis	37
4.2.1	Deskripsi Responden	37
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	39
4.2.3	Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden	41
4.2.4	Total Skor.....	44
4.2.5	Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana.....	47
4.2.6	Pengujian Hipotesis Uji t	51
4.3	Pembahasan.....	52
4.3.1	Gambaran Penggunaan QR Code Pada SPBU Coco ...	52
4.3.2	Gambaran Penjualan Pertalite Pada SPBU Coco.....	55
4.3.3	Pembahasan Temuan Penelitian.....	56
4.3.4	Pengaruh Penggunaan QR Code Terhadap Penjualan	

	Pertalite.	60
4.4	Impelementasi	64
4.4.1	Penerapan Hasil Penelitian Variabel Penggunaan QR Code.....	67
4.4.2	Penerapan Hasil Penelitian Variabel Penjualan Pertalite	68
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
2.1	Hasil Penelitian Yang Relevan	14
3.1	Kisi-kisi Instrumen Penggunaan QR Code(X)	23
3.2	Kisi-Kisi Instrumen Penjualan Pertalite(Y)	24
3.3	Rentang Skala dan Kategori Instrumen Jawaban Responden.....	27
3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi...	31
4.1	Jumlah Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2	Jumlah Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	38
4.3	Jumlah Konsumen Berdasarkan Usia	39
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian Penggunaan QR Code dan Penjualan Pertalite	40
4.5	Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata-Rata Skor Jawaban ..	41
4.6	Instrumen Jawaban Responden Penggunaan QR Code (X).....	42
4.7	Instrumen Jawaban Responden Penjualan Pertalite (Y)	44
4.8	Total Skor Jawaban Instrumen Penggunaan QR Code(X)	45
4.9	Total Skor Jawaban Instrumen Penjualan Pertalite (Y).....	46
4.10	Korelasi, Regresi Sederhana dan Model Summary	48
4.11	Tabel Peningkatan.....	49
4.12	Summary Output Coefficients	51
4.13	Tabel Jawaban Informan Pertama.....	58
4.6	Tabel Jawaban Informan Kedua	59
4.7	Tabel Jawaban Informan Ketiga	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	17
2.2	Paradigma Penelitian	18
4.1	Logo PT Pertamina Patra Niaga	36
4.2	Struktur Organisasi PT Pertamina Patra Niaga SA SulutGo	37
4.3	Total Skor Penggunaan QR Code (X)	45
4.4	Total Skor Penjualan Pertalite (Y).....	46
4.5	Peningkatan Nilai Y	50
4.6	Implementasi.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	75
2	Jawaban Kuesioner Penelitian	80
3	Hasil Uji Validitas X dan Y	82
4	Hasil Uji Reliabilitas X dan Y	83
5	Hasil Regression Statistics	84
5	Dokumentasi Penelitian	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digitalisasi global telah membawa transformasi fundamental dalam berbagai sektor industri termasuk sektor energi dan bahan bakar minyak. Teknologi digital tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi, tetapi juga menciptakan peluang baru dalam meningkatkan efisiensi operasional, transparansi distribusi dan akuntabilitas pengelolaan sumber daya energi. Di Indonesia sebagai negara dengan konsumsi energi yang tinggi menghadapi tantangan dalam pengelolaan distribusi bahan bakar minyak, khususnya BBM bersubsidi. Permasalahan yang terjadi dalam penggunaan BBM Bersubsidi diantaranya: Penyalahgunaan subsidi oleh konsumen yang tidak berhak, ketidaktepatan sasaran distribusi serta lemahnya sistem monitoring dan evaluasi distribusi BBM.

PT. Pertamina adalah badan usaha milik negara yang menyediakan kebutuhan energi seperti minyak, gas bumi dan energi baru atau terbarukan. PT. Pertamina juga merupakan perusahaan yang menyediakan prasarana umum bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan bahan bakar. Prasarana umum tersebut dikenal dengan nama Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum atau disingkat SPBU.

Merespon permasalahan distribusi BBM Bersubsidi, PT. Pertamina meluncurkan program “Subsidi Tepat” pada tahun 2022 yang mengintegrasikan teknologi Quick Response Code (QR Code) dalam sistem pembelian BBM Bersubsidi khususnya Pertalite. Pertalite hanya ditujukan bagi kendaraan pribadi, kendaraan dengan plat kuning (taksi, angkot, bus), kendaraan angkutan barang

(kecuali kendaraan roda >6). Program ini merupakan inovasi teknologi yang bertujuan untuk: 1) memastikan BBM bersubsidi hanya digunakan oleh masyarakat yang berhak, 2) meminimalkan penyalahgunaan dan penyelundupan BBM, 3) meningkatkan akurasi data konsumsi BBM dan 4) mendukung efisiensi operasional SPBU.

SPBU Coco yang berlokasi di Jl. Piere Tendean, Wenang Selatan, Kec. Wenang, Kota Manado dipilih sebagai objek penelitian karena beberapa pertimbangan strategis seperti: SPBU ini merupakan salah satu SPBU yang ada di Manado yang sangat ramai dikunjungi oleh para konsumen serta lokasinya yang strategis di pusat kota menjadikannya melayani konsumen dengan latar belakang demografis yang beragam. SPBU Coco juga merupakan salah satu SPBU yang telah mengimplementasikan sistem QR Code untuk pembelian Pertalite. Sebagai objek penelitian SPBU Coco menghadapi berbagai tantangan dalam implementasi sistem QR Code yang berpotensi mempengaruhi penjualan Pertalite.

Dapat dilihat pada variabel penggunaan QR Code indikator ketepatan sasaran, dimana seharusnya QR Code hanya dapat diberikan atau digunakan bagi konsumen yang berhak menerima BBM Subsidi dan sudah mendaftar. Namun, pada kenyataannya yang terjadi masih ada permasalahan QR Code yang digunakan oleh pihak yang sebenarnya tidak layak untuk menerima BBM Subsidi. Hal ini berarti adanya kelemahan dalam verifikasi dan distribusi QR Code. Ketidaktepatan sasaran tersebut dapat menyebabkan rasa ketidakadilan sehingga tujuan utama subsidi menjadi tidak tercapai.

Selanjutnya pada indikator keamanan sistem yang menjadi persoalan terkait dengan perlindungan data pengguna. QR Code seharusnya mampu untuk melindungi data pengguna yang terdaftar agar tidak disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Namun, pada kenyataannya masih terdapat orang-orang yang melakukan penyalahgunaan terhadap QR Code. Jika QR Code disalahgunakan maka pengguna tersebut sudah tidak bisa melakukan pengisian BBM Peralite karena telah digunakan oleh orang lain.

Permasalahan lainnya muncul dari indikator memudahkan akses, khususnya pada ketersediaan tempat pembuatan/pengaduan QR Code. Beberapa permasalahan yang terjadi dimana konsumen mengalami kendala pada saat melakukan pendaftaran ataupun kendala saat menggunakan QR Code karena tempat yang jauh dan tidak semua SPBU melayani dalam pembuatan QR Code. Permasalahan ini menyulitkan konsumen yang tinggal di daerah yang jauh dari pusat kota. Akibatnya, mereka tidak dapat segera memperoleh QR Code untuk melakukan pengisian BBM sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan keluhan.

Pada indikator efektivitas, dengan adanya QR Code supaya dapat mempercepat proses pengisian BBM di SPBU. Tetapi pada kenyataannya justru membuat proses pengisian BBM menjadi lebih lambat dan menyebabkan antrian lebih panjang.

Indikator yang terakhir kompetensi operator SPBU dalam menghadapi permasalahan teknis QR Code yang perlu mendapat perhatian. Tidak semua petugas memiliki pengetahuan dan keterampilan teknik dalam menangani kendala terkait QR Code dari konsumen. Ketika terjadi atau sistem tidak dapat membaca QR Code

pengguna, beberapa operator terlihat kesulitan dalam memberikan solusi yang cepat dan tepat. Keterbatasan ini tentunya berdampak langsung pada kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen dan dapat menimbulkan ketidaknyamanan.

Mengingat pentingnya evaluasi terhadap dampak implementasi teknologi QR Code terhadap penjualan Ptalite, maka diperlukan penelitian yang komprehensif untuk menganalisis sejauh mana penggunaan QR Code berpengaruh terhadap penjualan Ptalite di SPBU Coco. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas sistem QR Code, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi, serta memberikan rekomendasi untuk optimalisasi sistem guna meningkatkan penjualan Ptalite.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Dampak Penggunaan QR Code Terhadap Penjualan Ptalite PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SulutGo (Studi Kasus SPBU Coco)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berdasarkan hasil observasi di lapangan peneliti menemukan fakta-fakta yang terjadi di SPBU Coco sebagai berikut:

1. Pelayanan dari petugas yang melayani pembuatan Penggunaan QR Code lambat.
2. Sering mengalami kendala atau eror pada sistem saat melakukan pendaftaran penggunaan QR Code.
3. Tempat pembuatan/pengaduan QR Code yang terbatas.

4. Fasilitas fisik di SPBU pada saat melakukan pendaftaran/pengaduan QR Code yang kurang.
5. Kurangnya pelatihan operator yang membantu pembuatan penggunaan QR Code.
6. Kurangnya sosialisasi penggunaan QR Code.
7. Proses reset penggunaan QR Code yang panjang.
8. Jika listrik padam atau jaringan terganggu maka pengguna QR Code tidak bisa melakukan pengisian BBM.
9. Keterbatasan teknologi bagi yang akan membuat QR Code.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah yang ada maka penulis merumuskan masalahnya, sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran penggunaan QR Code pada SPBU Coco?
2. Bagaimana gambaran penjualan Pertalite pada SPBU Coco?
3. Apakah penggunaan QR Code berpengaruh terhadap penjualan Pertalite pada SPBU Coco?
4. Bagaimana cara mengimplementasikan penggunaan QR Code dan pengaruhnya terhadap penjualan Pertalite pada SPBU Coco?

1.4 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada Penggunaan QR Code dalam proses pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) jenis Pertalite dan tidak membahas BBM jenis lain seperti Bio Solar yang tersedia di SPBU. Penelitian hanya dilakukan di satu lokasi, yaitu SPBU Coco dan tidak mencakup SPBU lain. Penelitian tidak membahas

kebijakan subsidi dari pemerintah secara mendalam mengingat hal tersebut merupakan kewenangan pemerintah pusat dan bukan fokus penelitian ini.

1.5 Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan QR Code pada SPBU Coco.
2. Untuk mengetahui bagaimana Penjualan Pertalite pada SPBU Coco.
3. Untuk mengetahui apakah penggunaan QR Code berpengaruh terhadap penjualan Pertalite pada SPBU Coco.
4. Untuk Mengetahui bagaimana implementasi penggunaan QR Code yang baik dalam meningkatkan penjualan Pertalite pada SPBU Coco.

2. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan serta pengalaman bagi penulis dan mampu memecahkan masalah ilmiah serta menambah ilmu pengetahuan mengenai penggunaan QR Code terhadap penjualan Pertalite pada SPBU Coco.

2. Bagi Pihak Akademik

Dapat menjadi tambahan pustaka yang bermanfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan dan mahasiswa kedepannya dapat lebih berkarya lagi dalam membuat skripsi.

3. Bagi Pihak Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi dan kontribusi serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah yang ada di lapangan terkait dengan penggunaan QR Code terhadap penjualan Pertalite pada SPBU Coco.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN TEORTIS

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Konsep Pemasaran Digital

Berikut ini akan dipaparkan pengertian pemasaran digital menurut Lane (2008), dalam Katherine Taken Smith (2011), pemasaran digital merupakan praktik mempromosikan produk dan layanan melalui saluran distribusi digital. Lebih lanjut dikemukakan oleh Coviello, dalam Fawaid (2017), pemasaran digital adalah penggunaan internet dan teknologi interaktif lainnya untuk menghasilkan dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen tertentu.

Dari pengertian di atas dapat disintesisasikan pemasaran digital adalah suatu pendekatan pemasaran yang memanfaatkan saluran distribusi digital serta teknologi interaktif seperti internet dan perangkat digital, untuk mempromosikan produk dan layanan sekaligus membangun hubungan langsung antara perusahaan dan konsumen. Pemasaran digital tidak hanya mencakup promosi melalui media digital tetapi juga melibatkan proses komunikasi dua arah yang memungkinkan perusahaan memberikan informasi secara cepat dan akurat melalui teknologi QR Code.

2.1.2 Konsep Penggunaan QR Code

2.1.2.1 Pengertian QR Code

Berikut ini akan dipaparkan pengertian Penggunaan QR Code menurut Durak et al. (2016), QR Code terdiri dari modul-modul hitam yang disusun dalam pola persegi dengan latar belakang putih. Lebih lanjut dikemukakan oleh Guo et al. (2016), QR Code adalah kode respon cepat karena dapat mengirim pesan dengan

sangat cepat juga sangat dapat diandalkan karena biaya murah dan kapasitas tinggi untuk mengirim. Hal ini sejalan dengan pendapat Ridwan & Haryo (2010), QR Code juga dapat digunakan untuk menyimpan informasi-informasi lainnya seperti untuk menyimpan beberapa ID lain yang mungkin saja masih digunakan bersama-sama. Diperjelas oleh Ching-yin (2010), berbeda dengan Barcode, yang hanya menyimpan informasi secara horizontal, QR Code mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal, oleh karena itu secara otomatis QR Code dapat menampung informasi yang lebih banyak dari pada Barcode.

Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan, dapat disintesis bahwa QR Code merupakan kode dua dimensi yang terdiri dari modul-modul hitam berbentuk persegi dengan latar belakang putih. QR Code dirancang untuk menyimpan dan mengirim informasi secara cepat karena memiliki biaya rendah dan kapasitas dalam mentransmisikan data. Tidak hanya menyimpan teks, QR Code juga mampu menyimpan beragam jenis informasi. Keunggulan utamanya dibandingkan barcode adalah kemampuannya menyimpan informasi sehingga kapasitas penyimpanannya jauh lebih besar.

2.1.2.2 Indikator Penggunaan QR Code

Ada beberapa cara mengukur penggunaan QR Code yaitu:

1. Ketepatan Sasaran

Ketepatan Sasaran adalah mengukur tingkat keberhasilan sistem dalam menjangkau dan melayani pengguna yang tepat yakni masyarakat atau kendaraan yang berhak mendapatkan subsidi Peralite.

2. Keamanan Sistem

Keamanan Sistem adalah mengukur kemampuan sistem QR Code untuk melindungi data pengguna dan mencegah akses tidak sah, pemalsuan atau penyalahgunaan.

3. Kemudahan Akses

Kemudahan Akses adalah persepsi dan pengalaman pengguna mengenai seberapa mudah untuk menggunakan sistem QR Code.

4. Efektivitas

Efektivitas adalah sejauh mana sistem QR Code mencapai tujuan utama penyaluran subsidi tepat sasaran dan memberikan dampak nyata.

5. Kompetensi Operator

Kompetensi Operator adalah kemampuan dan kesiapan petugas SPBU dalam menjalankan dan mendukung sistem penggunaan QR Code.

2.1.3 Konsep Penjualan Pertalite

2.1.3.1 Pengertian Penjualan

Berikut ini akan dipaparkan pengertian Penjualan menurut Daryanto (2011), adalah suatu ukuran yang menunjukkan banyak atau besarnya jumlah barang atau jasa yang berhasil terjual oleh perusahaan. Lebih lanjut dikemukakan oleh Moekijat (2014), Penjualan merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, memengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan penawaran mengenai harga demi menguntungkan bagi kedua belah pihak. Hal ini sejalan dengan pendapat Alma (2002: 135), Penjualan adalah mendapatkan seseorang

untuk membeli salah satu produk, apakah dengan cara promosi atau secara langsung. Hal ini diperjelas oleh Asri (2009), Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang diperlukan konsumen. Dengan adanya penjualan individu-individu bisa saling bertemu muka dengan menciptakan, memperbaiki, menguasai atau sehingga saling menguntungkan.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disintesis Penjualan adalah kegiatan bisnis yang mencakup upaya untuk menawarkan, memengaruhi, menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan mereka, dengan tujuan tercapainya transaksi yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Kegiatan ini tidak hanya mencakup proses menjual barang secara langsung tetapi juga melibatkan strategi promosi, pencarian konsumen, dan penyesuaian antara kebutuhan pembeli dan produk yang ditawarkan.

2.1.3.2 Indikator Penjualan Peralite

Indikator Penjualan dalam hal ini terhadap Penjualan Peralite adalah:

1. Volume Penjualan, merujuk pada jumlah total liter peralite yang terjual dalam periode tertentu. Volume ini mencerminkan tingkat penggunaan BBM oleh konsumen.
2. Frekuensi Pembelian Konsumen, mengukur seberapa sering konsumen membeli peralite di SPBU dalam jangka waktu tertentu.
3. Kemudahan akses transaksi, mengukur seberapa mudah konsumen melakukan transaksi pembelian peralite dengan QR Code.

4. Loyalitas Pembelian, merujuk pada kecenderungan konsumen untuk tetapi memilih Ptalite dan SPBU yang sama secara berulang.

2.1.4 Hubungan Antar Konsep

2.1.4.1 Hubungan Variabel Penggunaan QR Code dengan Penjualan Ptalite

Implementasi QR Code dalam sistem distribusi BBM bersubsidi memiliki hubungan yang signifikan dengan penjualan pthalite. Dalam konteks penjualan pthalite, penggunaan QR Code memberikan beberapa dampak terhadap penjualan:

- 1) Ketepatan sasaran, sistem QR Code memungkinkan identifikasi yang akurat terhadap penerima subsidi yang berhak, sehingga penjualan pthalite menjadi lebih tepat dan sesuai dengan program subsidi pemerintah. Hal ini berdampak pada stabilitas volume penjualan kepada konsumen yang tepat.
- 2) Keamanan sistem, teknologi QR Code meminimalkan penyalahgunaan dan duplikasi dalam pemberian pthalite bersubsidi. Dengan sistem yang aman, SPBU dapat melakukan penjualan dengan lebih terkontrol dan mengurangi resiko kerugian akibat penyalahgunaan subsidi.
- 3) Kemudahan akses, kemudahan proses verifikasi melalui QR Code dapat mempercepat waktu transaksi, yang berpotensi meningkatkan penjualan harian. Proses yang efisien memungkinkan SPBU melayani lebih banyak konsumen dalam waktu yang sama.
- 4) Efektivitas, implementasi QR code yang efektif dapat mengurangi antrian dan meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan stabilitas penjualan Pthalite.

- 5) Kompetensi Operator, kemampuan petugas SPBU dalam mengoperasikan sistem QR Code secara optimal berpengaruh langsung terhadap kelancaran proses penjualan dan pengalaman konsumen dalam membeli Pertalite. Berdasarkan penjabaran di atas maka dapat disintesis: Penggunaan QR Code memiliki pengaruh positif terhadap penjualan Pertalite.

2.2 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu ini, beberapa penelitian dijadikan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis seperti pada Tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Yang Relevan

NO	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
1	“Pemanfaatan Teknologi QR Code Dalam Pengembangan Sistem Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru di Universitas Islam Riau”, Hendra Gunawan (2015)	QR Code mengurangi kesalahan input dan spam data.	Objek penelitian di lingkungan kampus.
2	“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung”, Hendri Dunan dkk (2023).	4P (Product, Price, Promotion, Place) berpengaruh 85,5% terhadap penjualan.	Objek penelitian pada toko kaos oleh-oleh.
3	“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT Jumbo Swalayan di Manado”, Aprilia Tumiwa dkk.	Promosi berpengaruh positif terhadap penjualan sebesar 46,5%.	Fokus pada promosi sebagai variabel bebas
4	“Pengembangan Sistem Informasi QR Code Untuk Presensi Rapat”, Ardiansyah & Fendina (2016).	QR Code efektif digunakan sebagai sistem presensi.	Digunakan dalam manajemen kehadiran.
5	“Pengembangan Media Booklet Berbasis QR Code untuk Pembelajaran Sejarah, Akhbar (2018).	QR Code meningkatkan akses dan minat siswa.	Konteks dalam pendidikan sejarah.
6	“QR Code Sebagai Inovasi Digitalisasi Distribusi BBM Bersubsidi”, Elmi Chantika dkk (2023).	QR Code mempercepat distribusi dan ketepatan sasaran subsidi.	Penelitian dilakukan secara nasional.
7	“Pengaruh Digitalisasi SPBU dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen” (Gumelar et al., 2023).	Digitalisasi SPBU dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 27%. Variabel dominan adalah kualitas pelayanan (35,5%).	Fokus pada kepuasan konsumen di Sukabumi, bukan penjualan.
8	“Dampak Digitalisasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia” (Suseno et al., 2025)	Digitalisasi berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi, efisiensi bisnis, e-commerce, dan inklusi keuangan. Namun, masih ada tantangan seperti kesenjangan digital dan keamanan siber.	Penelitian ini bersifat makro dan nasional, membahas ekonomi secara umum, bukan pada implementasi QR Code di SPBU atau pengaruh langsung terhadap penjualan Pertalite di SPBU tertentu.
9	“Dampak Digitalisasi Marketing terhadap Daya Saing UKM Tahu” (Novia et al., 2022).	Digitalisasi marketing berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan tahu di UKM Brani Kulon. Terdapat kendala dalam pemanfaatan teknologi oleh pelaku UKM.	Objeknya adalah UKM sektor pangan (tahu), bukan SPBU.
10	Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Volume Penjualan pada UMKM (Khamidah et al., 2023)	Pemasaran digital berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan UMKM di Cimanggis sebesar 29,6%.	Penelitian ini menggunakan konteks UMKM secara umum dan digital marketing.

Sumber: Pengolahan Data 2025

2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah ada sebelumnya dan memiliki objek atau topik yang sama atau relevan dengan yang diteliti oleh penulis saat ini. Penelitian terdahulu memungkinkan penulis untuk membandingkan atau melihat sudut pandang yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, penulis memaparkan sepuluh penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu kaitannya dengan topik Penggunaan QR Code sebagai Variabel Independen dan Penjualan Peralite sebagai Variabel Dependen. Adapun perbedaan utama yang dimiliki oleh masing-masing penelitian di atas yaitu:

1. Objek Penelitian: Penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian dalam konteks pendidikan, toko ritel maupun umkm.
2. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas penerapan QR Code pada bidang akademik, distribusi dan kepuasan konsumen. Penelitian penulis secara spesifik membahas konteks penjualan di SPBU Coco.
3. Sebagian besar penelitian terdahulu membahas pengaruh promosi, distribusi, dan kepuasan konsumen. Penelitian penulis berbeda karena fokus pada dampak penggunaan QR Code terhadap penjualan Peralite.

Keunikan dalam penelitian penulis: penelitian dengan judul Dampak Penggunaan QR Code terhadap Penjualan Peralite pada SPBU Coco sangat jarang ditemukan, bahkan penulis merupakan salah satu yang pertama meneliti secara spesifik pada objek ini. Hal ini menjadikan penelitian ini memiliki nilai kebaruan sekaligus memberikan kontribusi baru dalam kajian akademis terkait digitalisasi distribusi BBM bersubsidi.

2.4 Kerangka Teoritik

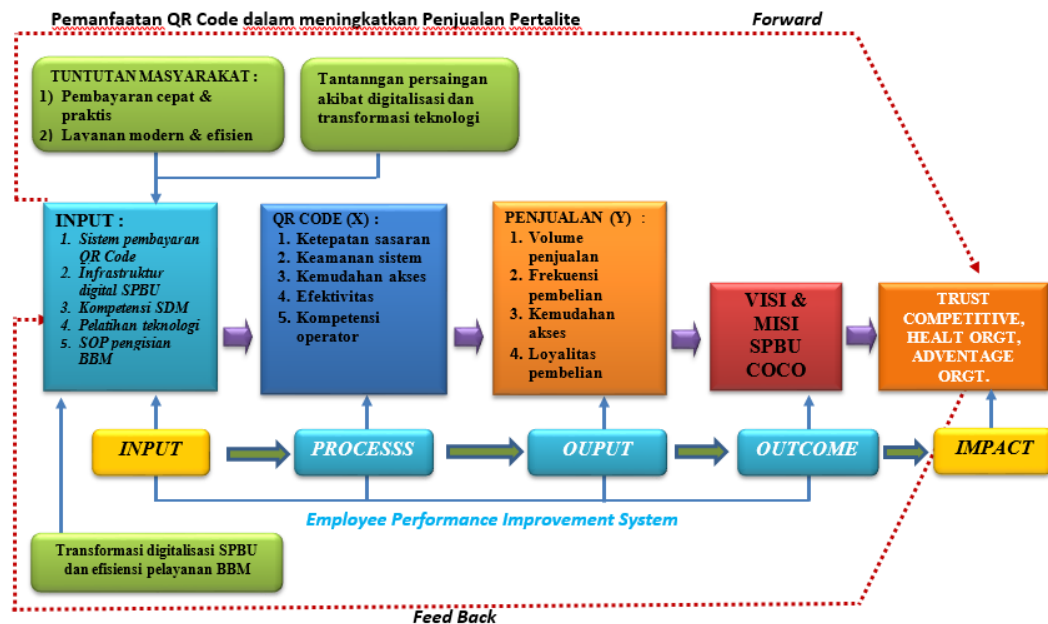
Dalam era digitalisasi, pemanfaatan teknologi informasi menjadi kebutuhan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, termasuk dalam sistem distribusi Bahan Bakar Minyak (BBM) bersubsidi. Pemerintah melalui PT Pertamina Patra Niaga telah mengimplementasikan sistem QR Code untuk memastikan subsidi BBM jenis Ptalite tersalurkan tepat sasaran. Penggunaan QR Code ini bertujuan mengurangi penyalahgunaan subsidi dan meningkatkan akuntabilitas distribusi BBM di SPBU, termasuk di SPBU Coco.

Namun, dibalik penerapan teknologi ini muncul sejumlah kendala seperti kesulitan akses, proses pendaftaran yang rumit, hingga kurangnya sosialisasi kepada konsumen. Hal ini dapat memengaruhi kenyamanan konsumen dan berdampak pada volume dan kelancaran penjualan Ptalite.

Berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan, penggunaan QR Code dapat memengaruhi penjualan Ptalite melalui beberapa indikator: ketepatan sasaran, keamanan sistem, kemudahan akses, efektivitas sistem dan kompetensi operator. Di sisi lain, penjualan Ptalite dapat diukur melalui indikator: volume penjualan, frekuensi pembelian, kemudahan akses dan loyalitas pembelian.

Dengan demikian kerangka pikir penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan QR Code berpotensi memberikan dampak positif terhadap penjualan ptalite apabila diimplementasikan dengan baik dan didukung oleh kesiapan SDM serta infrastruktur teknologi yang memadai.

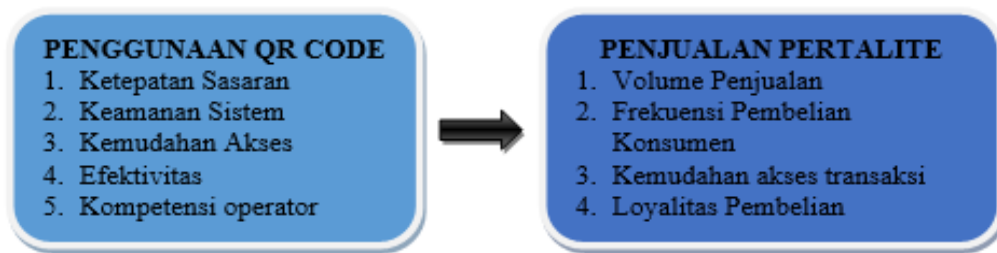
Berdasarkan teori yang ada dalam penelitian ini, maka dapat disusun alur pikir sesuai dengan penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pikir
Sumber: Pengelolaan Data 2025

Penjelasan alur pikir yaitu memahami tantangan persaingan digitalisasi yang semakin ketat maka tuntutan ini harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, untuk itu input dari perusahaan harus diperbaiki melalui transformasi digitalisasi dan efisiensi pelayanan. Apabila kualitas input baik tentunya akan berdampak pada QR Code dan penjualan Pertalite perusahaan. Selanjutnya jika proses dan input baik dan maksimal tentunya akan berdampak terhadap outcome yaitu berupa visi misi dari perusahaan. Jika visi misi baik akan meningkatkan kepercayaan publik, kesehatan organisasi serta keuntungan organisasi. Jika tidak tercapainya impact ada feedback dimana harus melihat kembali hal-hal apa yang salah atau masih kurang.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, diketahui bahwa Penjualan Pertalite merupakan variabel dipengaruhi oleh Penggunaan QR Code. Lebih jelasnya apabila diilustrasikan pengaruh tersebut dapat dirumuskan dalam paradigma penelitian berikut:



Gambar 2.2
Paradigma Penelitian
Sumber: Pengelolaan Data 2025

Keterangan:

X = Penggunaan QR Code

Y = Penjualan Peralite

→ Hubungan Parsial.

Disamping itu, penulis juga akan meneliti lebih lanjut mengenai dampak penggunaan QR Code terhadap penjualan Peralite di SPBU Coco.

2.5 Hipotesis

Hipotesis juga mengemukakan prediksi hubungan antara variabel yang diamati serta dapat diuji kebenarannya secara empiris sehingga mudah dinyatakan dalam bentuk operasional yang dievaluasi berdasarkan data yang didapatkan, (K, 2017; Sarwono, 2006). Hipotesis berasal dari kata hipo (lemah) dan tesis (pernyataan). Oleh karena itu, hipotesis masih merupakan pernyataan yang masih lemah maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut: Diduga Penggunaan QR Code secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan Peralite pada SPBU Coco.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di SPBU Coco Alamat Jl. Piere Tendean, Wenang Selatan, Kec. Wenang, Kota Manado. Waktu yang digunakan peneliti selama melaksanakan penelitian yaitu selama 4 bulan mulai dari bulan Februari sampai Mei 2025. Tahap pengumpulan data dilakukan dengan, melakukan survey terlebih dahulu, penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, bimbingan dan terakhir melakukan penyusunan.

3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dampak penggunaan QR Code sebagai variabel bebas (*independent*) terhadap penjualan Peralite sebagai variabel terikat (*dependent*).

3.2.2 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Metode deskriptif (*Descriptive Metode*)

Metode ini dimana peneliti menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang sedang terjadi pada suatu objek penelitian. Dalam hal ini dengan mengamati dan mendeskripsikan serta melakukan analisis pengukuran terhadap dua variabel utama yaitu, Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite.

2) Metode Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini mengadakan penelitian langsung ke perusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan mengenai Dampak Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite.

3) Metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dari berbagai literatur yang berkaitan dengan dampak penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite, baik dari perusahaan maupun dari luar perusahaan.

3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Data adalah sekumpulan keterangan ataupun fakta yang didapat berupa kalimat, simbol, angka dan lainnya. Skala pengukuran variabel penelitian untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu:

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data ke peneliti, Sugiyono (2016). Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari konsumen pada SPBU Coco. Dalam hal ini yaitu data hasil kuesioner terhadap konsumen yang diolah langsung oleh Penulis dan menggunakan Kuesioner.

Menurut Sugiyono (2016:225), data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Data ini berupa gambaran umum perusahaan, seperti profil perusahaan, struktur organisasi yang diperoleh dari perusahaan, data jumlah pegawai pada PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SulutGo.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, dalam hal ini mengamati dampak penggunaan QR Code dan pengaruhnya dalam penjualan Peralite di SPBU Coco.
2. Kuesioner yaitu kumpulan pertanyaan yang diajukan kepada seseorang dalam hal ini disebut responden. Responden dalam penelitian ini yaitu para pengguna QR Code Peralite yang termasuk dalam sampel penelitian.
3. Kajian Pustaka, yaitu penulis mencari referensi-referensi yang terkait dengan penggunaan QR Code dan penjualan dalam hal ini penjualan Peralite. Dari sumber-sumber seperti buku-buku literatur melalui studi pustaka dan situs internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.
4. Wawancara, merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu yang akan dibahas.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono 2016:119).

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, (Sugiyono, 2016:119). Apabila suatu populasi besar dan tidak memungkinkan bagi seorang peneliti untuk mempelajari semuanya, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga atau waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi tersebut, Onsardi *et al.*, 2020:8.

Pada penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis sampel *non-probability* dengan metode pengambilan *sampling* jenuh yaitu teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Menurut Sugiyono (2018), *Non-Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan demikian sampel pada penelitian ini sebanyak populasi yang tersedia yaitu 38 responden pada SPBU Coco.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Definisi Operasional QR Code (X)

QR Code merupakan kode dua dimensi yang terdiri dari modul-modul hitam berbentuk persegi dengan latar belakang putih. QR Code dirancang untuk menyimpan dan mengirim informasi secara cepat karena memiliki biaya rendah dan kapasitas dalam mentransmisikan data. Tidak hanya menyimpan teks, QR Code juga mampu menyimpan beragam jenis informasi. Keunggulan utamanya dibandingkan barcode adalah kemampuannya menyimpan informasi sehingga kapasitas penyimpanannya jauh lebih besar. Penggunaan QR Code dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut: 1) Ketepatan Sasaran, 2) Keamanan Sistem, 3)

Kemudahan Akses, 4) Efektivitas, 5) Kompetensi Operator. Adapun indikator dari penggunaan QR Code dapat dilihat pada Tabel 3.1 dengan kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penggunaan QR Code (X)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Penggunaan QR Code	Ketepatan Sasaran	a) QR Code hanya digunakan oleh pemilik yang terdaftar	1
		b) Identitas pengguna QR Code sesuai dengan data di sistem	2
		c) QR Code hanya diberikan kepada yang berhak sebagai penerima subsidi bahan bakar	3
	Keamanan Sistem	a) Sistem QR Code tidak mudah disalahgunakan oleh pihak yang tidak berhak	4
		b) Data pengguna QR Code terlindungi dan tidak mudah diakses pihak lain	5
		c) QR Code tidak dapat digandakan atau dicetak ulang oleh sembarang orang	6
	Kemudahan Akses	a) Ketersediaan tempat pembuatan QR Code yang mudah dijangkau	7
		b) Kemudahan dalam proses pendaftaran atau pembuatan QR code	8
		c) Tersedianya bantuan teknis saat mengalami kendala	9
	Efektivitas	a) Penggunaan QR Code mempercepat proses pengisian BBM di SPBU	10
		b) QR Code meminimalkan antrean dan penumpukkan kendaraan	11
		c) QR Code memudahkan pencatatan dan pelaporan penjualan pertalite	12
	Kompetensi Operator	a) Kecepatan petugas dalam melayani konsumen pengguna QR Code	13
		b) Kemampuan teknis operator dalam menangani kendala QR Code	14

Sumber Data: Menurut Peneliti (2025)

3.5.2 Definisi Operasional Penjualan

Penjualan adalah kegiatan bisnis yang mencakup upaya untuk menawarkan, memengaruhi, menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen guna memenuhi

kebutuhan mereka, dengan tujuan tercapainya transaksi yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Penjualan khususnya pada penjualan pertalite dapat dilihat pada indikator sebagai berikut: 1) Volume Penjualan, 2) Frekuensi Pembelian Konsumen, 3) Kemudahan akses transaksi, 4) Loyalitas Pembelian. Adapun indikator dari penjualan indikator dapat dilihat pada Tabel 3.2 dengan kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penjualan Pertalite (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Penjualan Pertalite	Volume Penjualan	a) Jumlah Liter Pertalite yang biasanya dibeli	1
		b) Perubahan Jumlah Pembelian meningkat/menurun sejak penggunaan QR Code	2
	Frekuensi Pembelian Konsumen	a) Seberapa sering konsumen membeli Pertalite dalam seminggu	3
		b) Perubahan Pola Pembelian sejak penggunaan QR Code	4
		c) Kecenderungan memilih Pertalite dibanding BBM lain setelah pakai QR Code	5
	Kemudahan akses transaksi	a) Kemudahan dalam melakukan pembelian Pertalite dengan QR Code	6
		b) Antrian lebih cepat atau lambat sejak penggunaan QR Code	7
		c) Kecepatan transaksi saat menggunakan QR Code	8
	Loyalitas Pembelian	a) Kecenderungan membeli Pertalite di SPBU yang sama secara terus menerus	9
		b) Kesiediaan konsumen untuk membeli di SPBU meski antrean panjang karena adanya QR Code	10

Sumber Data: Menurut Peneliti (2025)

3.6 Pengukuran Variabel

Adapun skala pengukuran Penggunaan QR Code (X) dan Penjualan Pertalite (Y) yang dipakai dalam menganalisa data. Konsep alat ukur ini berupa kisi-kisi

angket, kisi-kisi angket kemudian dijabarkan ke dalam dimensi variabel dan indikator selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item-item pertanyaan atau sebagai instrument penelitian.

Pengukuran variabel Penggunaan QR Code (X) dan Penjualan Pertalite (Y) yang digunakan oleh penulis untuk menganalisa data dengan menggunakan skala Likert. Siregar (2011:138), menjelaskan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Nilai tersebut kemudian akan dijadikan variabel penilaian. Bobot jawaban responden diberi nilai rinci sebagai berikut:

1. Sangat Setuju diberi bobot 5
2. Setuju diberi bobot 4
3. Kurang Setuju diberi bobot 3
4. Tidak Setuju diberi bobot 2
5. Sangat Tidak Setuju diberi bobot 1

3.7 Metode Analisis

Untuk menganalisis pengaruh variabel Penggunaan QR Code (X) dan Penjualan Pertalite (Y) digunakan analisis korelasi dan regresi linier sederhana merupakan suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara beberapa *variable independent* dengan beberapa *variable dependent*. Proses data menggunakan program *Software* Komputer SPSS 24. SPSS (*Statistical*

Product and Service Solution), merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. SPSS dapat memakai hampir dari seluruh tipe file data dan penggunaannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, *chart* (grafik), *plot* (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks. Jadi dapat dikatakan SPSS adalah sebuah sistem yang lengkap.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Mengitung serta menggambarkan penyebaran semua jawaban responden dalam angket penelitian berdasarkan variabel penelitian serta mengetahui seberapa baik penyebaran data X dan Y berdasarkan hasil penelitian dengan menghitung nilai *Central tendency* seperti rata-rata, median, modus, kisaran standar deviasi diungkapkan untuk memperjelas deskripsi responden.

3.7.2 Analisis Instrumen Jawaban Responden

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independen yaitu Penggunaan QR Code (X) dan satu variabel dependen Penjualan Pertalite (Y). Sebelum memberikan kategori penilaian terhadap instrument jawaban responden maka dibuatkan kategori penilaian terlebih dahulu dalam menghitung interval sebagai berikut:

$$C = \frac{X_n - X_1}{K}$$

Keterangan:

C = Interval

X_n = Nilai Tertinggi

X₁ = Nilai Terendah

K = Jumlah kelas

Jadi perhitungannya adalah :

$$C = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Setelah besar intervalnya diketahui kemudian dibuatkan rentang skalanya sehingga kategori yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3.3
Rentang Skala Nilai dan Kategori Instrumen Jawaban Responden

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1	1,00 – 1,25	Tidak Baik	TB
2	1,26 – 2,50	Kurang Baik	KB
3	2,51 – 3,75	Baik	B
4	3,76 – 5,00	Sangat Baik	SB

Sumber: Pengelolaan Data 2025

3.7.3 Total Skor

Menghitung semua jawaban responden dalam angket penelitian serta mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap instrumen yang dijalankan. Total skor juga bisa menggambarkan seberapa baik variabel penelitian yang sedang terjadi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Biasanya untuk mengukur Total Skor dengan menggunakan ukuran Quartil dan Rumus Presentase sebagai berikut:

$$\text{TOTAL SKOR} = \frac{n}{N} \times 100$$

3.7.4 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan analisis data terlebih dahulu melakukan pengujian kualitas data yang diperoleh. Uji kualitas data yang dilakukan untuk meyakini kualitas data yang diperoleh, yang terdiri dari pengujian validitas dan pengujian reliabilitas.

3.7.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner, (Miftahul Janna 2021).

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan alat ukur *Pearson Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat kalau $r = 0,3$. Untuk mengukur nilai validitas ditentukan dengan melihat nilai $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 38 sehingga nilai $r(0,05, 38)$ pada *Table Product Moment* dan di dapat nilai $r = 0,312$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,312 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : nilai korelasi x dan y

N : jumlah sampel

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total (seluruh item)

Adapun uji validitas untuk mengetahui besarnya hubungan antara item butir pernyataan dengan total item pernyataan untuk masing-masing variabel, yaitu Penggunaan QR Code (X) dan Penjualan Pertalite (Y) adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Instrumen Jawaban Variabel Penggunaan QR Code (X)

Hasil analisis validitas Instrumen variabel Penggunaan QR Code (X) dengan jumlah 14 instrumen semuanya valid karena semua instrumen diatas $r = 0,312$. Sehingga setelah dianalisis instrumen variabel Penggunaan QR Code (X) memenuhi syarat untuk dijadikan instrumen variabel penelitian.

2. Uji Validitas Variabel Penjualan Peralite (Y)

Hasil analisis validitas Instrumen variabel Penjualan Peralite (Y) dengan jumlah 10 instrumen, ditemukan 10 instrumen valid bernilai diatas $r = 0,312$. Sehingga setelah dianalisis instrumen Penjualan Peralite (Y) memenuhi syarat untuk dijadikan variabel penelitian.

3.7.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi hasil pengukuran apabila gejala yang sama diukur berulang kali dengan menggunakan alat ukur yang sama.

Reliabilitas adalah derajat kestabilan suatu alat ukur. Suatu alat ukur yang selalu memberikan hasil yang sama bila diukur berulang kali dikatakan stabil. Tentu saja hanya jika kondisinya tidak berubah selama pengukuran. Reliabilitas berarti dapat diandalkan (*dependability*) dan hasilnya dapat diramalkan (*predictability*). Reliabilitas menunjukkan tingkat ketepatan apabila ingin menguji ketepatan suatu hasil pengukuran, maka ukuran yang diperoleh merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang ingin diukur.

Kuesioner dikatakan dapat diandalkan apabila tanggapan seseorang terhadap sebuah pernyataan konsisten atau stabil sepanjang waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Alfa Cronbach* (α)

dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpa Cronbach* > 0,6, (Ghozali, 2016).

Hal ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$r\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangann:

α : Keandalan *alpha Cronbach*

r : Rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan

k : Jumlah butir pertanyaan dalam skala

Reliabilitas alat ukur dilihat dari nilai koefisien α (alpha) *Cronbach*, dan instrumen dianggap reliabel apabila nilai koefisien α *Cronbach* lebih besar 0,6.

3.7.5 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas yaitu Penggunaan QR Code (X) terhadap variabel terikat yaitu Penjualan Pertalite (Y) digunakan analisis korelasi sederhana dengan mengikuti Formula Pearson:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dan untuk menguji keberanian derajat r digunakan uji signifikansi antara X dan Y dengan menggunakan statistik t dengan rumus:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut (Riduwan 2005):

Tabel 3.4
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,19	Sangat rendah
2	0,20 – 0,39	Rendah
3	0,40 – 0,59	Cukup Kuat
4	0,60 – 0,79	Kuat
5	0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Metodologi penelitian Bisnis oleh Sugiyono (2008 : 250)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui variasi hubungan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas dengan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2022):

$$D = R \times 100 \%$$

Dimana:

D = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi *multiple*

3.7.6 Regresi Linier Sederhana

Menurut Ghozali (2019) Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen baik dalam arah maupun besarnya pengaruhnya. Pada regresi sederhana variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Penggunaan QR Code (X), sedangkan variabel dependen adalah Penjualan Pertalite (Y) sehingga persamaan regresi sederhananya adalah: Analisa yang digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antara variabel X (Penggunaan QR Code) dengan Y (Penjualan Pertalite) rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta X$$

(Sumber: Sugiyono, 2017)

Dimana:

Y = Penjualan Pertalite

X = QR Code

a = Nilai *intercept* atau konstanta

β = Koefisien regresi

a) Uji t Secara Parsial

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%, dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel independent.

Hipotesis 1:

Ho: $\beta_1 > 0$ (QR Code secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan Pertalite pada SPBU Coco).

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}r}{1-r^2}$$

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Taraf Signifikan ($\alpha = 0,05$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
3. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima
4. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

3.7.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel

dependen (Ghozali, 2016). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka digunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena Adjusted R^2 dapat naik turun apabila satu variabel independen di tambahkan ke dalam model.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pertamina Patra Niaga sebagai *Subholding Commercial & Trading* dari PT Pertamina (Persero), menjalankan rantai kegiatan bisnis hilir Pertamina mulai dari penerimaan, penimbunan dan penyaluran produk BBM, LPG, pelumas dan petrokimia untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun di luar negeri. Dengan jaringan infrastruktur yang kuat dan luas, PT Pertamina Patra Niaga mendukung kelancaran distribusi energi ke berbagai sektor penting seperti ritel, industri, aviasi dan maritim.

Memiliki visi untuk menjadi perusahaan energi kelas dunia, Pertamina Patra Niaga berkomitmen pada inovasi dan pertumbuhan berkelanjutan dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip *Environmental, Social, and Governance (ESG)* dalam operasionalnya dan mendukung komitmen terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB). Melalui upaya ini, Pertamina Patra Niaga bertujuan untuk berkontribusi pada masa depan energi yang berkelanjutan bagi Indonesia dan dunia. Berikut sejarah singkat Pertamina Patra Niaga dari tahun ke tahun yaitu Tahun 1997, didirikan dan terdaftar sebagai PT.Elnusa Harapan pada 27 Februari 1997, dengan pemegang saham Pertamina Yayasan Kesejahteraan Pegawai Pertamina (YKPP). Selanjutnya pada 4 Mei 2004 mengubah nama perusahaan menjadi PT Patra Niaga dan melakukan upaya pertumbuhan setelah Peraturan Migas No.22 dalam hal menstabilkan hilir sektor Migas, dengan fokus

pada penyimpanan bahan bakar untuk industri serta memperkuat level manajemen. Kemudian Tahun 2012, melakukan transformasi bisnis menjadi PT Pertamina Patra Niaga dengan fokus bisnis dalam manajemen terminal minyak, manajemen armada serta ekspansi perdagangan bahan bakar, meningkatkan modal usaha dan mengalami pergantian pemegang saham menjadi Pertamina: 99.82% dan PTK: 0.18%. Pada Tahun 2013, melakukan transformasi bisnis melalui perluasan bisnis *Polypropylene (PP)* dan *Poliyethylene (PE)* dengan *Petroleum Authority of Thailand*, mengembangkan penyimpanan terapung, memperluas layanan bunkering, mengelola Depot LPG dan KSO Depot Pertamina serta mengembangkan skema layanan *Vendor Held Stock (VHS)* dan mengelola Transportasi APMS. Tahun 2017-2019, melakukan transformasi bisnis melalui *Launching BBMart*, pembangunan Terminal Mini LPG di Lombok, implementasi *Smart Moda* Transportasi pada mobil tangki BBM serta kerja sama layanan *Smart Moda* Transportasi Berbasis *Internet of Things* dengan PT Telekomunikasi Seluler. Tahun 2020 Pada tanggal 13 Juni 2020, PT Pertamina Patra Niaga telah ditunjuk sebagai *Subholding Commercial & Trading* secara virtual disamping mengelola bisnis dan operasional eksisting Perusahaan. 1 September 2021: *Legal End-State* PT Pertamina Patra Niaga, *Sub Holding Commercial & Trading* PT Pertamina (Persero).

4.1.2 Visi, Misi dan Logo

Visi

”Menjadi Perusahaan Penyedia Solusi Energi Untuk Kemandirian Dan Keberlanjutan.”

Misi

“Menjalankan layanan dan usaha di bidang energi serta ekosistem hilir lainnya yang berkelanjutan dan memberikan nilai tambah, dengan didukung infrastruktur rantai pasok yang handal.”

Logo Perusahaan

Memberi Energi Di Setiap Perjalanan
(Energizing Your Journey)



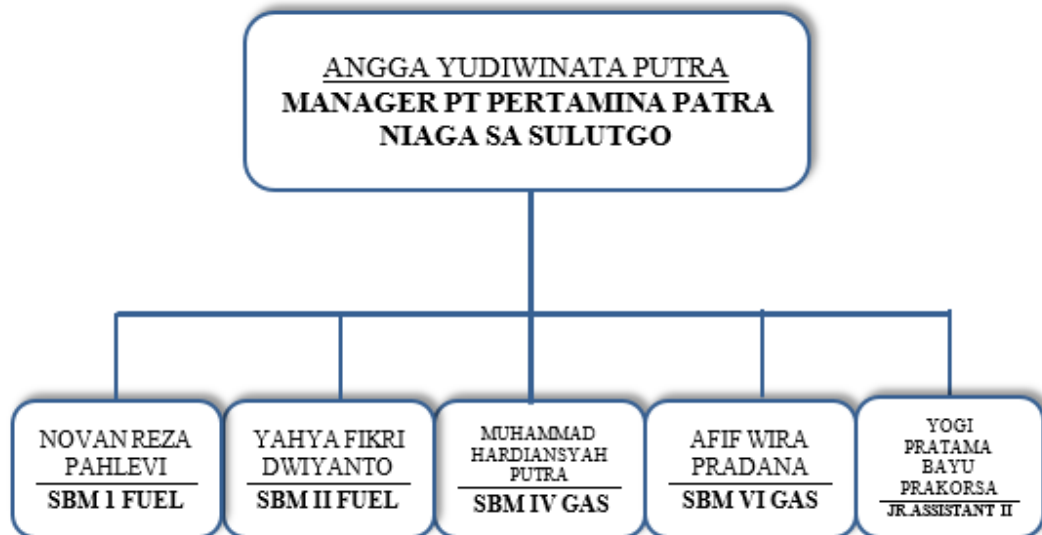
Gambar 4.1
Logo PT Pertamina Patra Niaga
Sumber: PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SulutGo

4.1.3 Sumber Daya Perusahaan

Jumlah pegawai yang ada di PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SulutGo adalah sebanyak 21 orang, yang terbagi beberapa bagian seperti berikut:

1. Manager
2. Jr. Assistant II Channel Operation
3. SBM Fuel I,II,III
4. Sekretaris
5. Checker Fuel dan Gas
6. Admin

4.1.4 STRUKTUR ORGANISASI INSTANSI



Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SulutGo
Sumber: PT Pertamina Patra Niaga SA SulutGo

4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Deskripsi Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada SPBU Coco dengan sampel penelitian konsumen yang menggunakan QR Code Pertalite. Berdasarkan data yang diperoleh, maka berikut ini akan menguraikan gambaran umum responden penelitian. Responden berjumlah 38 orang, berdasarkan data tersebut akan disajikan profil responden secara umum dengan fokus pada variabel demografis seperti jenis kelamin, pekerjaan dan usia.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil survei menunjukkan bahwa distribusi gender konsumen cenderung lebih condong ke laki-laki. Ada 23 konsumen laki-laki sementara hanya ada 14 konsumen perempuan. Angka spesifiknya divisualisasikan dalam table 4.1:

Tabel 4.1
Jumlah Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	15	39%
2	Laki-laki	23	61%
	Jumlah	38	100 %

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2025

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, konsumen dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai jenis pekerjaan. Selengkapnya dapat dilihat pada table 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Wiraswasta	19	50%
2	Petani	2	5%
3	Swasta	10	27%
4	Sales	1	3%
5	Admin Toko	1	3%
6	Guru	2	6%
7	Dosen	1	3%
9	Waiters	1	3%
	Jumlah	38	100 %

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2025

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, konsumen yang paling banyak mengisi kuesioner penelitian adalah mereka yang berada pada *range* usia 25 - 40 tahun yaitu sebanyak 33 orang yang terbanyak dengan tingkat persentase 87%, mereka yang berada pada range usia 40 – 55 tahun sebanyak 4 orang dengan tingkat persentase 10%, selanjutnya yang paling sedikit usia 55-65 tahun yaitu sebanyak 1 orang dengan tingkat persentase 3%, Dimana jumlah konsumen berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jumlah Konsumen Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	25-40 Tahun	33	87%
2	40 – 50 Tahun	4	10%
3	55 – 65 Tahun	1	3%
	Jumlah	42	100

Sumber: Data Primer Di Olah Tahun 2025

Berdasarkan karakteristik responden di atas dapat diuraikan bahwa konsumen yang ada pada SPBU Coco cukup bervariasi sehingga dapat mewakili populasi konsumen untuk mengetahui Dampak Penggunaan QR Code terhadap Penjualan Peralite pada SPBU Coco.

4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif

Untuk mengetahui penyebaran data penelitian kedua variabel sehingga dapat diketahui distribusinya maka kedua variabel Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite diperlukan analisis deskriptif statistik. Hasil analisis deskriptif statistik untuk melihat proses penyebaran data berdasarkan ukuran gejala pusat dari variabel Penggunaan QR Code (X) dan Penjualan Peralite (Y) dari jawaban angket responden. Sebelum melakukan analisis maka terlebih dahulu variabel-variabel penelitian dideskripsikan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel. Data yang dikumpulkan dari 38 responden ditabulasi menurut variabel penelitian dan dideskripsikan dengan bantuan *Data Analysis* dari SPSS versi 24. Hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Variabel Penelitian Penggunaan QR Code (X) Dan Penjualan
Pertalite (Y)

Statistik Deskriptif	Penggunaan QR Code (X)	Penjualan Pertalite (Y)
Mean	48,18	35,55
Standard Error	3,10	2,01
Median	52	36,5
Mode	70	50
Standard Deviation	19,16	12,42
Sample Variance	367,39	154,41
Kurtosis	-1,36	-1,08
Skewness	-0,35	-0,36
Range	53	39
Minimum	17	11
Maximum	70	50
Sum	1831	1351
Count	38	38

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

Untuk penjelasan deskriptif statistik penelitian mengenai variabel penggunaan QR Code serta variabel Penjualan Pertalite dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Deskripsi Variabel Penggunaan QR Code (X)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik variabel Penggunaan QR Code pada Tabel 4.4 diperoleh nilai Maximum 70 dan Minimum 17 atau memiliki Range 53 serta nilai Sample Variance 367,39 dengan nilai Standard Deviation 19,16. Hal ini menggambarkan bahwa penggunaan QR Code pada SPBU Coco memiliki variasi nilai yang cukup besar.

Selain itu diperoleh nilai Mean 48,18, Median 52, dan Mode 70. Dengan nilai skewness -0,35 dan Kurtosis -1,36, distribusi data cenderung mendekati simetris namun puncak distribusinya yang relative lebih datar. Dapat disimpulkan bahwa tingkat penggunaan QR Code relative bervariasi dan belum merata.

2. Deskripsi Variabel Penjualan Peralite (Y)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik variabel Penjualan Peralite pada tabel 4.4 diperoleh nilai Maximum 50 dan Minimum 11 atau memiliki Range 39 serta nilai Sample Variance 154,41 dengan nilai Standard Deviation 12,42. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan Peralite memiliki variasi nilai yang sedang.

Selain itu diperoleh nilai Mean 35,55, Median 36,5, dan Mode 50. Dengan nilai skewness -0,36 dan Kurtosis -1,08, distribusi data cenderung mendekati simetris namun puncak distribusinya yang relative lebih datar. Dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan Peralite berada pada kategori sedang dengan kecenderungan nilai yang tidak jauh berbeda antar responden.

4.2.3 Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden

Hasil Analisis Jawaban responden dalam penelitian ini terdapat *variable independent* yaitu Penggunaan QR Code (X) dan *variable dependent* Penjualan Peralite (Y). Untuk penjelasan hasil analisis deskriptif statistik penelitian mengenai variabel Penggunaan QR Code serta variabel Penjualan Peralite dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata –Rata Skor Jawaban

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1	1,00 – 1,25	Tidak Baik	TB
2	1,26 – 2,50	Kurang Baik	KB
3	2,51 – 3,75	Baik	B
4	3,76 – 5,00	Sangat Baik	SB

Sumber: Hasil Pengelolaan data 2025

1. Penggunaan QR Code (Variabel X)

Penggunaan QR Code ini akan menggambarkan penilaian konsumen mengenai Penggunaan QR Code yang ada di SPBU Coco. Variabel Penggunaan QR Code diukur dari 14 item atau instrumen yang dibuat berdasarkan lima indikator: 1) Ketepatan Sasaran, 2) Keamanan Sistem, 3) Kemudahan Akses, 4) Efektivitas, 5) Kompetensi Operator.

Tabel 4.6
Instrumen Jawaban Responden Penggunaan QR Code Pada SPBU Coco

INSTRUMEN JAWABAN Penggunaan QR Code (X)												
Item	Frekuensi (F) dan Prosentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1. Ketepatan Sasaran												
X 1	3	8%	5	13%	2	5%	5	13%	23	61%	4,05	SB
X 2	3	8%	4	11%	5	13%	4	11%	22	58%	4,00	SB
X 3	18	47%	4	11%	5	13%	1	3%	10	26%	2,50	KB
Mean Indikator 1											3,52	B
2. Keamanan Sistem												
X 4	5	13%	4	11%	4	11%	1	3%	24	63%	3,92	SB
X 5	21	55%	1	3%	3	8%	2	5%	11	29%	2,50	KB
X 6	2	5%	7	18%	4	11%	0	0%	25	66%	4,03	SB
Mean Indikator 2											3,48	B
3. Kemudahan Akses												
X 7	18	47%	2	5%	8	21%	1	3%	9	24%	2,50	KB
X 8	3	8%	5	13%	2	5%	4	11%	24	63%	4,08	SB
X 9	5	13%	5	13%	4	11%	2	5%	22	58%	3,82	B
Mean Indikator 3											3,46	B
4. Efektivitas												
X 10	16	42%	1	3%	8	21%	2	5%	11	29%	2,76	B
X 11	6	16%	6	16%	4	11%	4	11%	18	47%	3,58	B
X 12	6	16%	2	5%	1	3%	5	13%	21	55%	3,87	SB
Mean Indikator 4											3,40	B
5. Kompetensi Operator												
X 13	6	16%	5	13%	4	11%	3	8%	20	53%	3,68	B
X 14	12	32%	3	8%	11	29%	1	3%	11	29%	2,89	B
Mean Indikator 5											3,29	B
MEAN VARIABEL											3,43	B

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2025

Dari jawaban responden hasil analisis Tabel. 4.6 menunjukkan bahwa instrument jawaban responden Penggunaan QR Code konsumen SPBU Coco dikategorikan baik. Dari hasil analisis dari 14 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3,43) berada pada kategori baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabel Penggunaan QR Code dikategorikan baik namun perlu dimaksimalkan agar menjadi sangat baik.

2. Penjualan Peralite (Y)

Penjualan Peralite ini akan menggambarkan penilaian para konsumen mengenai Penjualan Peralite yang berlaku di SPBU Coco. Variabel Penjualan Peralite diukur dari 10 item yang dibuat berdasarkan 4 indikator: 1) Volume Penjualan, 2) Frekuensi Pembelian Konsumen, 3) Kemudahan Akses Transaksi, 4) Loyalitas Pembelian.

Dari jawaban responden hasil analisis menunjukkan bahwa instrumen jawaban responden Penjualan Peralite pada SPBU Coco dikategorikan baik. Dari hasil analisis 10 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3,54) berada pada kategori baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabel Penjualan Peralite dikategorikan baik namun perlu di maksimalkan lagi agar menjadi sangat baik. Untuk jelasnya dapat dilihat pada instrument jawaban responden mengenai Penjualan Peralite pada Tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7
Instrumen Jawaban Responden Penjualan Peralite Pada SPBU Coco

INSTRUMEN JAWABAN PENJUALAN PERTALITE (Y)												
Item	Frekuensi (F) dan Prosentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1. Volume Penjualan												
Y 1	2	5%	3	8%	1	3%	5	13%	27	71%	4,37	SB
Y 2	9	24%	4	11%	2	5%	4	11%	9	24%	2,47	KB
Mean Indikator 1											3,42	B
2. Frekuensi Pembelian Konsumen												
Y 3	11	29%	4	11%	6	16%	4	11%	13	34%	3,11	B
Y 4	2	5%	3	8%	5	13%	4	11%	24	63%	4,18	SB
Y 5	2	5%	5	13%	4	11%	2	5%	25	66%	4,13	SB
Mean Indikator 2											3,81	SB
3. Kemudahan Akses Transaksi												
Y 6	2	5%	5	13%	6	16%	6	16%	19	50%	3,92	SB
Y 7	20	53%	2	5%	4	11%	3	8%	9	24%	2,45	KB
Y 8	3	8%	4	11%	2	5%	6	16%	23	61%	4,11	SB
Mean Indikator 3											3,49	B
4. Loyalitas Pembelian												
Y 9	1	3%	7	18%	6	16%	5	13%	19	50%	3,89	SB
Y 10	8	21%	11	29%	5	13%	1	3%	13	34%	3,00	B
Mean Indikator 4											3,45	B
MEAN VARIABEL											3,54	B

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2025

4.2.4 Total Skor Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite

Untuk mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti akan diuraikan secara total dan presentase yang dihasilkan yang menggambarkan keadaan variabel Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite dapat dilihat pada hasil analisis berikut ini:

1. Total Skor Penggunaan QR Code (X)

Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 14 dan jumlah responden = 38, maka skor tertinggi = $5 \times 14 \times 38 = 2660$. Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 38 responden variabel Penggunaan QR Code (X)= 1831.

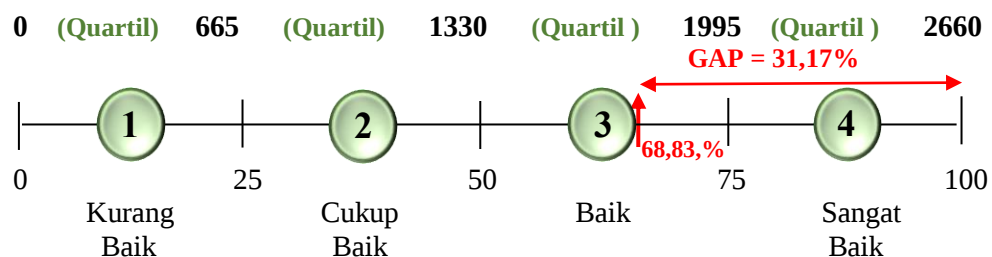
Dengan demikian presentase total instrumen jawaban 38 responden variabel Penggunaan QR Code yaitu : $2660 : 1831 \times 100 = 68,83 \%$. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut :

Tabel 4.8
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Penggunaan QR Code (X)

NO	ANALISA TOTAL SKOR X	HASIL	KETERANGAN
1	SKOR TERTINGGI	5	
2	JUMLAH PERTANYAAN	14	
3	JUMLAH RESPONDEN	38	
4	TOTAL SKOR JWAB TERTINGGI (5)	2660	TTL SKOR TERTINGGI = $5 \times 14 \times 38 = 2660$
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1831	
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	68,83	GAP+31,17%
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	665	
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0 0 Q1 665 Q2 1330 Q3 1995 Q4 2660

Sumber: Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



Gambar 4.3
Total Skor Penggunaan QR Code (X)
Sumber: Hasil Olahan Data 2025

Dari Gambar 4.3 diatas Total skor instrumen jawaban Variabel Penggunaan QR Code (X) terletak di Quartil ketiga dengan angka yaitu 1831. Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 68,83% termasuk pada

kategori “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa Penggunaan QR Code sudah baik namun masih terdapat Gap sebesar 31,17% yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan Penjualan Pertalite pada SPBU Coco.

2. Total Skor Penjualan Pertalite (Y)

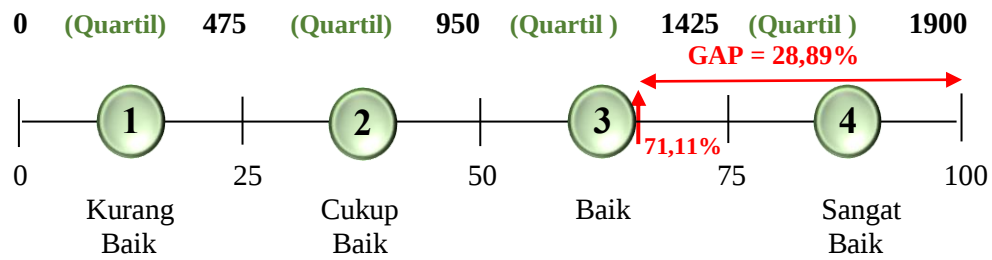
Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 10 dan jumlah responden = 38, maka skor tertinggi = $5 \times 10 \times 38 = 1900$. Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 38 responden variabel Penjualan Pertalite (Y) = 1351. Dengan demikian presentase total instrumen jawaban 38 responden variabel Penjualan Pertalite yaitu: $1900 : 1351 \times 100 = 71,11\%$. Untuk Jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Penjualan Pertalite (Y)

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	10					
3	JUMLAH RESPONDEN	38					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI (5)	1900	TTL SKOR TERTINGGI = $5 \times 10 \times 38 = 1900$				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1351					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	71,11	GAP = 28,89%				
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	475					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0 0	Q1 475	Q2 950	Q3 1425	Q4 1900

Sumber: Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



Gambar 4.4
Total Skor Penjualan Peralite (Y)
Sumber: Hasil Olahan Data 2025

Dari Gambar 4.4 diatas Total skor instrumen jawaban variabel Penjualan Peralite (Y) terletak di Quartil ketiga dengan angka = 1351. Sedangkan hasil analisis presentase total skor jawaban responden yaitu 71,11% termasuk pada kategori “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa Penjualan Peralite sudah baik namun masih terdapat Gap sebesar 28,89% yang perlu dimaksimalkan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan Penjualan Peralite pada SPBU Coco.

4.2.5 Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana

1. Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Penggunaan QR Code X dan Penjualan Peralite Y

Pada tabel ini disajikan hasil analisis regresi dan korelasi secara parsial untuk mengetahui hubungan, pengaruh serta koefisien determinasi antara Penggunaan QR Code (X) terhadap Penjualan Peralite (Y) pada SPBU Coco. Disamping itu juga hasil analisis ini menggunakan program Statistik SPSS versi 24 seperti terlihat pada Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10
Korelasi, Regresi Sederhana dan Model Summary Penggunaan QR
Code(X) Terhadap Penjualan Peralite Pegawai(Y)

Correlation			
		Penjualan Peralite	Penggunaan QR Code
Pearson Correlation	Penjualan Peralite	1.000	0.766
	Penggunaan QR Code	0.766	1.000
Sig. (1-tailed)	Penjualan Peralite		0.000
	Penggunaan QR Code	0.000	
N	Penjualan Peralite	38	38
	Penggunaan QR Code	38	38

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3355.838	1	3355.838	51.244	.000 ^b
Residual	2357.557	36	65.488		
Total	5713.395	37			

a. Dependent Variable: Penjualan Peralite (Y)

b. Predictors: (Constant), Penggunaan QR Code (X)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.612	3.593		3.232	0.003		
Penggunaan QR Code	0.497	0.069	0.766	7.158	0.000	1.000	1.000

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.766 ^a	0.587	0.576	8.09245	0.587

a. Predictors: (Constant), Penggunaan QR Code

b. Dependent Variable: Penjualan Peralite

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS Versi 24 Tahun 2025

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Penggunaan QR Code (X) terhadap Penjualan Peralite (Y) dalam penelitian ini didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,766$ menunjukkan bahwa Penggunaan QR Code memiliki hubungan kuat dan signifikan terhadap peningkatan penjualan Peralite SPBU Coco. Nilai koefisien determinasi *R Square*

yaitu $r^2 = 0,587$ menunjukkan bahwa variasi Penjualan Peralite SPBU Coco 58,7% dipengaruhi oleh Penggunaan QR Code, sedang sisanya 41,3% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Penggunaan QR Code terhadap Penjualan Peralite adalah $Y = 11,612 + 0,497x$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan Peralite ditentukan oleh penggunaan QR Code pada SPBU Coco dengan konstanta sebesar 11,612 dan koefisien regresi variabel X sebesar 0,497 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Penggunaan QR Code ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 0,497 satuan Penjualan Peralite pada SPBU Coco. Sebaliknya jika Penggunaan QR Code dikurangi satu satuan maka akan menurunkan sebesar 0,497 satuan Penjualan Peralite pada SPBU Coco. *Intercept* yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 11,612 berarti tanpa adanya variabel Penggunaan QR Code besar skor penjualan Peralite adalah 11,612. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Penggunaan QR Code maka akan berdampak terhadap peningkatan variabel penjualan Peralite, peningkatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.11, sebagai berikut:

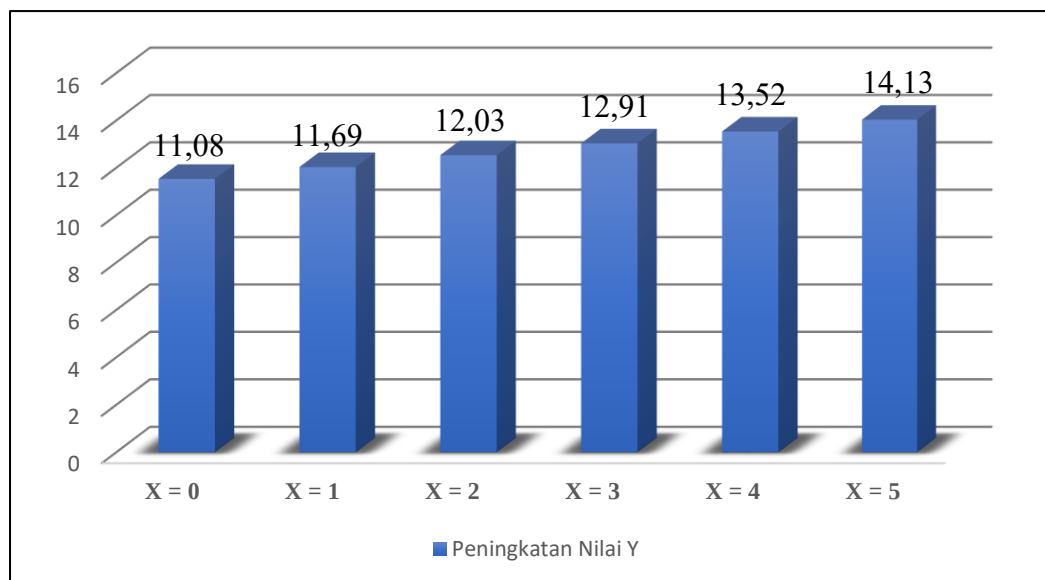
Tabel 4.11
Peningkatan Secara Parsial Penggunaan QR Code (X)
Terhadap Penjualan Peralite (Y)

No	Nilai X	Peningkatan Nilai Y	Penurunan Nilai Y
1	X = 0	11,53	11,53
2	X = 1	12,03	11,03
3	X = 2	12,53	10,53
4	X = 3	13,03	10,03
5	X = 4	13,53	9,53
6	X = 5	14,03	9,03

Sumber: Hasil Olahan Data 2025

Dari Tabel 4.11 diatas terlihat setiap peningkatan satu satuan variabel Penggunaan QR Code secara parsial akan selalu mampu meningkatkan Penjualan Peralite. Untuk itu SPBU Coco harus selalu memperhatikan bahkan harus berupaya untuk meningkatkan Penggunaan QR Code agar mampu meningkatkan Penjualan Peralite.

Dari Gambar 4.11 Grafik *line chart* dibawah dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan QR Code terhadap peningkatan Penjualan Peralite. Dengan demikian hipotesis pertama: "Terdapat pengaruh yang signifikan Penggunaan QR Code secara parsial terhadap peningkatan Penjualan Peralite pada SPBU Coco dapat diterima. Untuk jelasnya peningkatan Penjualan Peralite akibat baiknya Penggunaan QR Code dapat dilihat dari *Grafic line chart* pada Gambar 4.4 berikut ini :



Gambar 4.4
Pengaruh Variabel Penggunaan QR Code (X) Terhadap
Peningkatan Variabel Penjualan Peralite (Y)
Sumber: Hasil Olahan Data 2025

4.2.6 Pengujian Hipotesis Uji t

Uji koefisien regresi dilakukan dengan tujuan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) baik secara parsial maupun simultan. Uji t dilakukan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara parsial.

1. Uji Hipotesis Pertama Secara Parsial (Uji t) Penggunaan QR Code X Terhadap Penjualan Peralite Y

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk melihat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara parsial. Dimana pada penelitian ini untuk melihat hubungan variabel Penggunaan QR Code X terhadap Penjualan Peralite Y SPBU Coco secara parsial digunakan analisis korelasi dan regresi sederhana. Untuk mengetahui serta menguji Hipotesis pertama dapat dilihat dari output SPSS versi 24 sebagai berikut:

Tabel 4.12
Summary Output Coefficients Variabel Penggunaan QR Code (X)
Terhadap Penjualan Peralite (Y)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,612	3.593		3.232	0.003		
	Penggunaan QR Code	0.497	0.069	0.766	7.158	0.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Penjualan Peralite

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS 24

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, di dapat nilai koefisien regresi untuk uji secara parsial variabel Penggunaan QR Code (X) terhadap Penjualan Peralite (Y). Dengan menggunakan t-test, diperoleh nilai t hitung variabel Penggunaan QR Code (X) sebesar 7,158 sedangkan t tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5% atau 0,05) dan derajat bebas (df) = $N-k-1 = 38-1-1 = 36$ dimana N = jumlah sampel,

dan k = jumlah variabel independen adalah sebesar 2,028 dengan demikian t hitung = 7,158 > t tabel = 2,028 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($\text{sig} < 0,05$). Berdasarkan analisis tabel *coefficients* disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Penggunaan QR Code (X) dengan Penjualan Peralite (Y) pada SPBU Coco secara parsial dengan membentuk hubungan linier dan prediktif melalui garis regresi $\hat{Y} = 11,612 + 0,497X$. Hal ini menunjukkan hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima, sehingga penelitian ini telah teruji secara empiris.

Dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} untuk menentukan **Hipotesis 1** pada uji t yaitu:

$H_a: \beta_1 > 0$ (Penggunaan QR Code secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Penjualan Peralite pada SPBU Coco)

Bila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima H_a ditolak, jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

H_a diterima. Variabel Penggunaan QR Code dengan t_{hitung} 7,158 lebih besar dari t_{tabel} 2,028 yang berarti variabel Penggunaan QR Code secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Peralite SPBU Coco.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Gambaran Penggunaan QR Code Pada SPBU Coco.

Penggunaan QR Code jenis BBM Peralite merupakan salah satu kebijakan PT Pertamina Patra Niaga untuk mengatur penyaluran bahan bakar bersubsidi agar lebih tepat sasaran. QR Code ini diperoleh konsumen setelah melakukan pendaftaran melalui aplikasi atau website Subsidi Tepat MyPertamina, kemudian ditunjukkan kepada petugas SPBU sebelum melakukan pembelian Peralite. Dengan adanya QR Code setiap transaksi pembelian BBM Peralite dapat terdata

secara digital dalam pelaksanaannya di SPBU Coco, penggunaan QR Code Ptalite menjadi hal penting karena bukan hanya memudahkan konsumen dalam bertransaksi, tetapi juga membantu SPBU tersebut dalam meningkatkan pengawasan distribusi BBM subsidi serta mendukung tercapainya tujuan program Subsidi Tepat dari pemerintah. Hal ini sejalan dengan pendapat Gusti Yosi (2022), menyatakan selain itu aplikasi tersebut difungsikan juga untuk memantau kondisi persediaan stok BBM, transaksi penjualan dan pembayaran BBM.

SPBU Coco merupakan salah satu usaha yang dikelola langsung oleh PT Pertamina Patra Niaga, dengan tugas utama menyalurkan bahan bakar minyak (BBM) kepada masyarakat. Salah satu kebijakan baru yang diterapkan adalah penggunaan QR Code Ptalite dalam program Subsidi Tepat, yang bertujuan agar distribusi BBM bersubsidi dapat terkontrol, tepat sasaran, dan tercatat secara digital. Penggunaan QR Code ini diharapkan dapat mempermudah transaksi bagi konsumen sekaligus membantu perusahaan dalam melakukan pengawasan terhadap penyaluran Ptalite. Namun, dalam pelaksanaannya di lapangan masih terdapat beberapa permasalahan, antara lain: 1) penyaluran BBM Subsidi tidak tepat sasaran, 2) terdapat QR Code yang disalahgunakan, 3) ketersediaan tempat untuk melayani permasalahan yang muncul saat menggunakan QR Code yang sulit dijangkau konsumen, terutama di daerah yang jauh dari kota manado. 4) antrian menjadi lebih lambat karena adanya penggunaan QR Code, 5) kemampuan dari petugas dalam menangani kendala QR Code masih terbatas. Permasalahan-permasalahan tersebut berdampak pada belum optimalnya penerapan penggunaan QR Code Ptalite di SPBU Coco. Hasil wawancara dengan informan menunjukkan

bahwa masih terjadi penyalahgunaan QR Code dalam pembelian Pertalite, di mana konsumen tertentu memanfaatkannya untuk membeli BBM dalam jumlah berlebih dan kemudian menjualnya kembali di pinggir jalan dalam bentuk botolan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga resmi di SPBU. Hal ini mencerminkan kurangnya sistem pengawasan di lapangan, sehingga tujuan utama penerapan QR Code untuk menyalurkan BBM subsidi secara tepat sasaran belum sepenuhnya tercapai.

Hasil temuan penelitian pada tabel instrument jawaban responden halaman 43 dimana dari 5 indikator ternyata penggunaan QR Code yang ada di SPBU Coco sudah baik dalam penerapannya tetapi belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis ke lima yaitu sebagai berikut : 1) Ketepatan Sasaran yaitu 3,52 dikategorikan baik , 2) Keamanan Sistem yaitu 3,48 dikategorikan baik, 3) Kemudahan Akses 3,46 dikategorikan baik, 4) Efektivitas yaitu 3,40 dikategorikan baik, dan 8) Kompetensi Operator yaitu 3,29 dikategorikan baik. Secara keseluruhan Penggunaan QR Code di SPBU Coco dikategorikan baik dengan nilai 3,43. Temuan ini juga diperkuat dengan hasil analisis total skor pada halaman 46 variabel Penggunaan QR Code di SPBU Coco sebesar 68,83% yang berada di kuartil ke-3 yang dikategorikan baik, walau masih terdapat Gap sebesar 31,17%.

Dari kajian serta temuan diatas bahwa Penggunaan QR Code di SPBU Coco sudah baik namun masih perlu ditingkatkan lagi karena masih ada sub indikator yang kurang baik agar mampu menunjang berbagai sistem kerja dalam mencapai tujuan perusahaan.

4.3.2 Gambaran Penjualan Pertalite Pegawai Pada SPBU Coco

Penjualan Pertalite merupakan aspek penting bagi keberlangsungan usaha di SPBU, terutama karena Pertalite termasuk bahan bakar minyak (BBM) yang banyak digunakan masyarakat. Tingginya permintaan Pertalite menjadikan penjualan produk ini sebagai salah satu fokus utama manajemen dalam mengelola operasional SPBU. Penjualan Pertalite tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga dan ketersediaan stok, tetapi juga oleh kebijakan pemerintah terkait subsidi serta penerapan sistem baru seperti penggunaan QR Code. Oleh karena itu, pengelolaan penjualan Pertalite yang efektif sangat penting untuk mendukung kelancaran distribusi, meningkatkan pendapatan perusahaan, serta memastikan program subsidi tepat sasaran. Menurut Kotler & Keller (2016), Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendorong terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli dengan tujuan meningkatkan volume penjualan produk.

Penjualan Pertalite pada SPBU Coco masih terdapat beberapa permasalahan diantaranya: 1.) perubahan jumlah pembelian sejak penggunaan QR Code, 2.) frekuensi pembelian oleh konsumen yang belum merata 3.) anrean menjadi lebih lambat, 4.) konsumen memilih tidak jadi membeli di SPBU tersebut karena antrean panjang.

Hasil temuan penelitian sesuai dengan tabel instrument halaman 44 dimana dari 4 indikator ternyata Penjualan Pertalite yang ada di SPBU Coco sudah baik dalam penerapannya tetapi belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yaitu sebagai berikut: 1) Volume Penjualan yaitu 3,42 dikategorikan baik, 2) Frekuensi pembelian konsumen yaitu 3,81 dikategorikan sangat baik, 3)

Kemudahan Akses Transaksi yaitu 3,49 dikategorikan baik, 4) Loyalitas Pembelian yaitu 3,48 dikategorikan baik. Namun secara keseluruhan Penjualan Peralite di SPBU Coco dikategorikan baik dengan nilai 3,54.

Temuan ini juga diperkuat dengan hasil analisis total skor yang ada pada halaman 46 variabel Penjualan Peralite di SPBU Coco sebesar 71,11% yang berada di kuartil ke-3 yang dikategorikan baik walau masih terdapat Gap sebesar 28,89% yang perlu ditingkatkan agar Penjualan Peralite di SPBU Coco lebih dimaksimalkan agar menjadi sangat baik.

Dari kajian serta temuan diatas bahwa Penjualan Peralite di SPBU Coco sudah baik berdasarkan sub-sub indikator yang ada namun masih perlu dimaksimalkan.

4.3.3 Pembahasan temuan penelitian

Diperkuat juga dengan hasil wawancara dengan informan sebagai berikut:

1. Ketepatan Sasaran: Apa pendapat anda tentang ketepatan sasaran penggunaan QR Code dalam pembelian Peralite?
2. Keamanan Sistem: Apakah anda memiliki kekhawatiran tentang keamanan data pada sistem QR Code? Dan bagaimana tanggapan anda terkait dengan penyalahgunaan QR Code yang minyak tersebut dijual kembali?
3. Kemudahan Akses: Ceritakan pengalaman anda dalam mengakses atau menggunakan QR Code saat membeli Peralite?
4. Efektivitas; Menurut anda, apakah QR Code membuat proses pembelian Peralite menjadi lebih efektif?

5. Kompetensi Operator; Bagaimana pendapat anda tentang kemampuan petugas SPBU dalam melayani transaksi dengan QR Code?
6. Volume Penjualan: Apakah penggunaan QR Code mempengaruhi jumlah Pertalite yang anda beli? Jelaskan alasannya?
7. Frekuensi Pembelian: Bagaimana kebiasaan anda dalam membeli Pertalite sebelum dan sesudah adanya QR Code?
8. Kemudahan Akses: Apakah menurut anda transaksi pembelian Pertalite dengan QR Code mudah dilakukan? Mengapa?
9. Loyalitas Pembelian: Apakah anda mempertimbangkan untuk tetap menggunakan Pertalite kedepannya?

Tabel 4.13
Jawaban Informan Mengenai Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite

Jawaban Informan Pertama		
Pertanyaan	Jawaban Informan	Ket
1	Untuk ketepatan sasaran pembelian Peralite seringkali pembelian peralite dengan QR Code tidak selalu tepat sasaran.	23 Agustus 2025 15.00 WITA
2	Tidak, tetapi saya melihat berita beredar bahwa ada salah satu data pengguna yang disalahgunakan oleh orang lain bukan 1 orang tapi ada beberapa yang saya lihat dan dengar. Kalau saya lihat masih banyak yang menggunakan QR Code bukan sesuai aturan, tapi justru dipakai untuk membeli peralite dengan jumlah yang banyak. Minyak itu kemudian dijual kembali di pinggir jalan menggunakan botol dengan harga lebih tinggi. Menurut saya ini terjadi karena pengawasan yang kurang	
3	Selama memakai QR Code saya merasa dimudahkan tetapi ketika baru pertama mendaftar untuk mendapatkan QR Code saya merasa sulit karena beberapa dokumen yang harus disediakan.	
4	Iyaa, dengan QR Code membuat proses pembelian peralite menjadi lebih efektif. Tapi, ketika QR Code mulai diterapkan saya merasa antrian di SPBU menjadi lebih lambat.	
5	Petugas mampu melayani konsumen yang menggunakan QR Code, tetapi saya melihat mereka tidak memberikan solusi ataupun membantu secara langsung saat ada kendala dalam QR Code konsumen.	
6	Tidak, penggunaan QR code tidak memengaruhi jumlah pengisian peralite yang saya beli.	
7	Sebelum penggunaan QR Code saya bebas mengisi peralite berapapun dan pada saat sudah menggunakan QR Code seringkali mengalami kendala listrik padam dan jaringan terganggu hal itu membuat saya tidak bisa membeli di SPBU.	
8	Di bilang mudah tidak karna kalau pada saat jaringan mati QR Code tidak bisa di pakai, kalau QR Code di cetak seringkali saat scan tidak terbaca.	
9	Yaa karna dengan menggunakan peralite kendaraan yang sedang mencari penghasilan bisa mendapatkan bbm yang murah.	

Tabel 4.14
Jawaban Informan Mengenai Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite

Jawaban Informan kedua		
Pertanyaan	Jawaban Informan	Ket
1	Menurut saya, penggunaan QR Code tepat sasaran tapi di Manado banyak kasus juga QR Code tidak tepat sasaran. Saya melihat kebanyakan kendaraan fortuner dalam hal ini kendaraan yang mahal memakai QR Code harusnya pemerintah menegaskan terkait masalah ini.	23 Agustus 2025 11.00 WITA
2	Sejauh ini sistem bagus tapi pernah juga eror atau QR Code saya tidak terbaca. Aplikasi juga seringkali eror. Saya sering melihat orang membeli pertalite oakai QR Code beberapa kali dan menjual kembali, harganya jelas lebih mahal dari SPBU. Jadi QR Code yang seharusnya dipakai untuk kebutuhan konsumen malah disalahgunakan untuk kepentingan pribadi.	
3	Cukup mudah tapi hanya perlu diperbaiki lagi yang kurang-kurang seperti ada kalanya QR Code saya tidak terbaca dan harus di refresh di aplikasi langsung. Lebih mudah juga karena cepat dibandingkan harus bayar tunai dulu sebelum ada QR Code.	
4	Menurut saya, penggunaan QR Code membuat pembelian dan transaksi lebih cepat. Tetapi antrian jadi lebih panjang. Untuk kenyamanan saya merasa tidak, karena ada data di dalam QR Code yang orang lain bisa disalahgunakan sampai QR Code terblokir.	
5	Mereka sudah terbiasa memberikan arahan, tetapi saat saya mengalami kendala di QR Code mereka bersikap tidak mau membantu dengan alasan silahkan ke kantor cabang.	
6	Penggunaan QR Code tidak terlalu mempengaruhi jumlah pertalite yang saya beli. Saya membeli sesuai kebutuhan kendaraan saya tetapi saya melihat ada yang pakai QR Code dan mereka melakukan Tap BBM yang membuat saya merasa tidak adil dengan yang berhak menerima BBM subsidi itu.	
7	Sebelumnya ada QR Code frekuensi yang sama hanya saja pembayaran lebih lama karena menggunakan uang tunai,	
8	QR Code cukup mudah tinggal menggunakan transaksi lewat hp. Kalau saya mudah-mudah saja, tapi bagaimana dengan masyarakat awam yang belum pandai menggunakan teknologi. Hal itu membuat QR Code ini belum sepenuhnya memudahkan.	
9	Saya tetap menggunakan Peralite.	

Tabel 4. 15
Jawaban Informan mengenai Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite

Jawaban Informan Ketiga		
Pertanyaan	Jawaban Informan	Ket.
1	Tepat sasaran sudah tepat, tapi ada kendaraan yang memang untuk kendaraan tahun lama 90an yang sebenarnya tidak berhak menerima.	22 Agustus 2025 14.42 WITA
2	Untuk Qr Code merupakan program dari pemerintah tetapi pembuatan bukan dari pemerintah langsung yang kontrol. Masing-masing sebenarnya bisa buat sendiri tetapi karena orang awam yang tidak tau dan petugas yang membuat QR Code mereka sehingga ada petugas memanfaatkan QR Code orang tersebut.	
3	Mudah, tetapi ada perarutan juga dilarang menggunakan hp, udah bilang ke konsumen jangan simpan di hp tetapi di cetak supaya tidak menimbulkan yang tidak diinginkan saat melakukan transaksi di SPBU.	
4	Antrian, tetap sama makin hari makan banyak kendaraan.	
5	Kemampuan petugas, petugas tidak tau terkait kendala yang terjadi kalau mungkin daftar baru saja mereka tahu. Yang berhak membantu langsung diarahkan ke kantor cabang	
6	Perbedaan mengisi, ada batas kuota 120/L, jika dia isi dengan beberapa jam kemudian kita melihat rentan waktu dia mengisi jika dia kembali 5 mnit kemudian berarti Ba Tap.	
7	Tetap mengisi hanya saja bedanya kalau sebelumnya tidak menggunakan QR Code sekarang harus gunakan QR Code.	
8	Sangat mudah hanya saja jadi susah kalau QR Code itu Error.	
9	Tetap membeli, hanya saja melihat SPBU mana yang antrian nya tidak panjang.	

4.3.4 Pengaruh Penggunaan QR Code (X) Terhadap Penjualan Peralite (Y)

Penggunaan teknologi digital dalam transaksi pembayaran menjadi salah satu inovasi yang mendukung efektivitas dan efisiensi pelayanan pada sektor ritel, termasuk SPBU. Salah satu bentuk digitalisasi yang diterapkan adalah QR Code (Quick Response Code). Penggunaan QR Code tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan transparansi, keamanan, serta

pencatatan transaksi yang lebih akurat bagi perusahaan. Dengan sistem pembayaran berbasis digital, potensi kesalahan pencatatan manual dapat diminimalisir sehingga mendukung peningkatan penjualan Pertalite. Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi dalam sistem pelayanan dan transaksi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan. Sejalan dengan hal tersebut, penggunaan QR Code di SPBU Coco menjadi salah satu strategi yang dapat mendorong konsumen lebih tertarik membeli Pertalite karena proses transaksi yang lebih modern, cepat, dan efisien. Selain itu, penelitian terdahulu oleh Elmi Chantika, Gustini, & Ovita Charolina (2024) dalam Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara, menunjukkan bahwa pelaksanaan QR Barcode MyPertamina berpengaruh positif terhadap penjualan BBM. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa pelaksanaan QR Barcode memberikan kontribusi sebesar 88,9% terhadap peningkatan penjualan BBM, sedangkan sisanya sebesar 11,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini memperkuat bahwa penerapan QR Code dapat meningkatkan penjualan Pertalite karena mampu menciptakan sistem transaksi yang lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran.

Untuk membahas pengaruh Penggunaan QR Code di SPBU Coco ternyata mempunyai korelasi yang kuat terhadap penjualan Pertalite. Namun secara keseluruhan Penggunaan QR Code di SPBU Coco dikategorikan baik dan dapat dilihat dari Tabel rentang skala nilai halaman 41 dari 2,51-3,75 maka nilai mean variabel Penggunaan QR Code adalah 3,43 dan dikategorikan baik. Hal ini menandakan bahwa penerapan QR Code sudah cukup berjalan dengan baik dalam proses transaksi, namun masih terdapat beberapa kendala yang menyebabkan

adanya kesenjangan atau gap karena di temukan masalah seperti: 1) penyaluran BBM Subsidi tidak tepat sasaran, 2) terdapat QR Code yang disalahgunakan, 3) ketersediaan tempat untuk melayani permasalahan yang muncul saat menggunakan QR Code yang sulit dijangkau konsumen, terutama di daerah yang jauh dari kota manado. 4) antrian menjadi lebih lambat karena adanya penggunaan QR Code, 5) kemampuan dari petugas dalam menangani kendala QR Code masih terbatas.

Namun, di sisi lain terdapat juga indikator kuat yang menunjukkan bahwa penggunaan QR Code di SPBU Coco dapat dikategorikan sangat baik dengan nilai mean pada rentang 3,76–5,00 sesuai halaman 43 sebagai berikut: 1) QR Code hanya digunakan oleh pemilik yang terdaftar, 2) identitas pengguna QR Code sesuai dengan data yang ada di sistem, 3) sistem QR Code tidak mudah disalahgunakan oleh pihak yang tidak berhak, 4) QR Code tidak dapat digandakan atau dicetak ulang oleh sembarang orang, 5) kemudahan dalam proses pendaftaran, 6) tersedianya bantuan teknis.

Akibat kurang maksimalnya penerapan Penggunaan QR Code tentunya akan membawa dampak terhadap Penjualan Pertalite pada SPBU Coco. Untuk itu SPBU Coco perlu adanya upaya untuk memaksimalkan penerapannya melalui: 1) meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada konsumen, 2) memberikan pelatihan kepada petugas, 3) meningkatkan ketegasan penerapan aturan penggunaan QR Code.

Hal ini sejalan juga dengan hasil temuan penelitian yang ada dimana instrument jawaban keseluruhan Penggunaan QR Code yang ada di SPBU Coco sudah dikategorikan baik. Jika dilihat hasil analisis presentase total skor halaman

46 Penggunaan QR Code yaitu 68,83% yang dikategorikan baik walaupun masih terdapat kesenjangan 31,17% yang masih perlu diupayakan agar maksimal.

Koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas yang diuji memiliki arah koefisien yang positif dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas Penggunaan QR Code dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel Penjualan Peralite.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 24 pada halaman 49 diperoleh nilai thitung sebesar 3,232 dengan signifikansi sebesar 0,002. Oleh karena nilai thitung sebesar 3,232 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 2,021 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pada kelompok yang diuji memiliki perbedaan yang nyata (signifikan). Hasil ini mempunyai arti bahwa secara parsial Penggunaan QR Code berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Peralite pada SPBU Coco.

Hasil analisis korelasi didapat $r = 0,767$ dikategorikan mempunyai hubungan yang kuat dan positif antara variabel Penggunaan QR Code dan Penjualan Peralite. Besarnya pengaruh variabel bebas (Penggunaan QR Code) terhadap variabel terikat (Penjualan Peralite) ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square). Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel menunjukkan nilai R Square sebesar 0,589 mempunyai arti bahwa sebesar 58,9% variasi Penjualan Peralite SPBU Coco dipengaruhi oleh variasi Penggunaan QR Code, sedangkan sisanya sebesar 41,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh Penggunaan QR Code terhadap Penjualan Peralite diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002 dengan nilai koefisien

regresi positif sebesar 0,767 Nilai Signifikansi $0,002 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil analisis ini mempunyai arti bahwa Penggunaan QR Code berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Peralite pada SPBU Coco. Hal ini memiliki makna bahwa semakin baik Penggunaan QR Code, maka akan semakin tinggi pula Penjualan Peralite pada SPBU Coco. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk Penggunaan QR Code maka semakin rendah tingkat Penjualan Peralite pada SPBU Coco. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Elmi Chantika, Gustini, & Ovita Charolina (2024), yang menunjukkan bahwa pelaksanaan QR Barcode MyPertamina berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan BBM dengan kontribusi pengaruh sebesar 88,9%..

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan QR Code berpengaruh langsung positif terhadap Penjualan Peralite. Hal ini berarti jika ingin meningkatkan Penjualan Peralite di SPBU Coco, maka dapat dilakukan dengan meningkatkan Penggunaan QR Code dalam hal: 1) Memperketat pengawasan terhadap penyaluran BBM subsidi agar benar-benar tepat sasaran melalui verifikasi data konsumen secara berkala, 2) meningkatkan sistem keamanan QR Code untuk mencegah adanya penyalahgunaan atau pemalsuan kode oleh pihak yang tidak berhak, 3) menyediakan layanan bantuan yang lebih mudah dijangkau konsumen, misalnya dengan menambah titik layanan pengaduan QR Code di luar area pusat kota, 4) mengoptimalkan manajemen antrian dengan mempercepat proses verifikasi QR Code menggunakan perangkat pemindai yang lebih canggih dan jaringan internet yang stabil, 5) meningkatkan kompetensi petugas SPBU melalui pelatihan intensif agar mampu menangani kendala teknis QR Code secara cepat dan tepat.

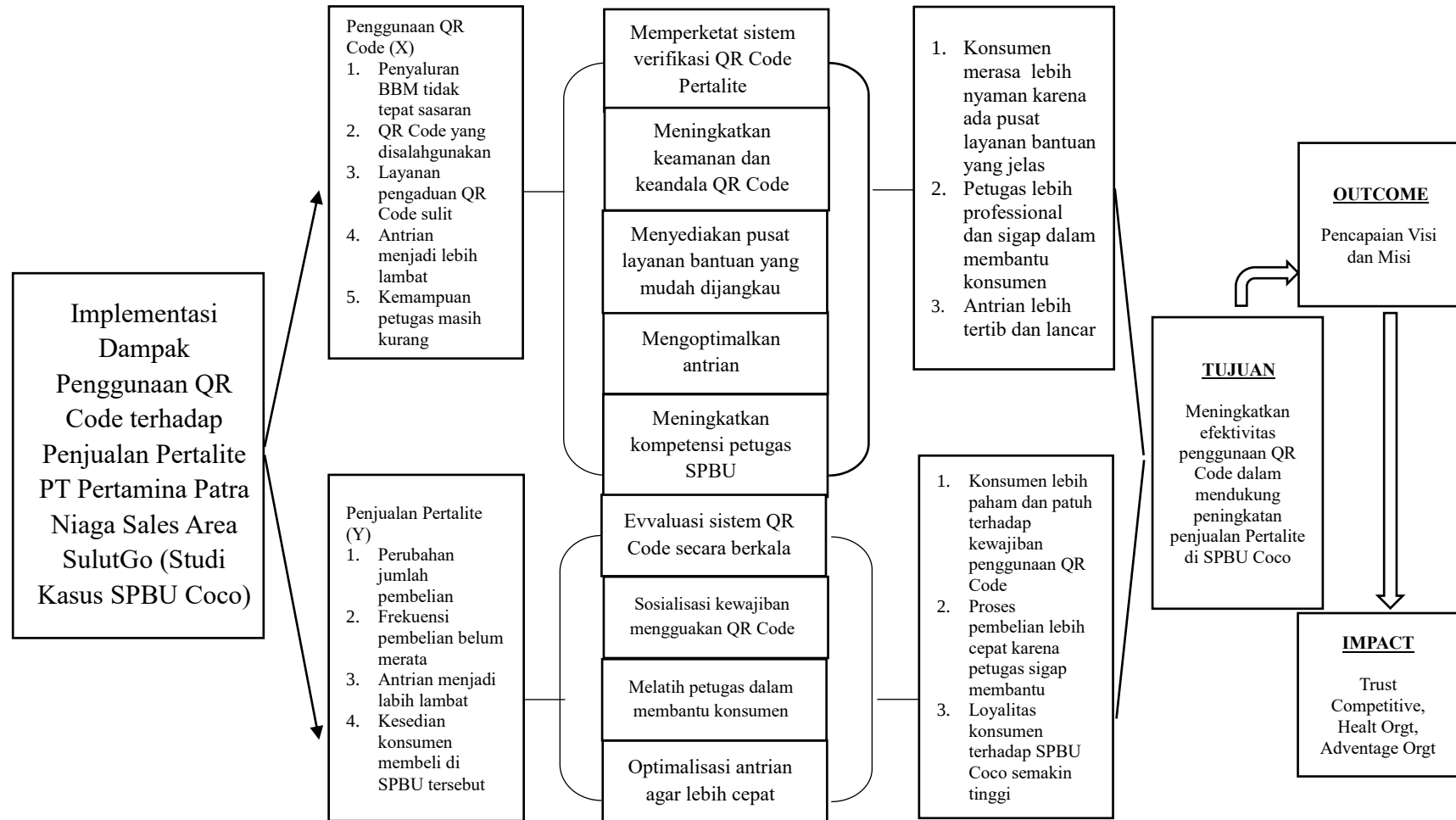
Dengan peningkatan penerapan QR Code melalui langkah-langkah di atas, maka proses pembelian Pertalite dapat berjalan lebih efektif dan efisien, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan Pertalite di SPBU Coco. Untuk itu dalam rangka meningkatkan Penggunaan QR Code pada SPBU Coco harus menjalankan 5 cara yaitu: 1) Memperketat sistem verifikasi QR Code, 2) meningkatkan keamanan dan keandalan teknologi QR Code, 3) menyediakan pusat layanan bantuan yang mudah dijangkau konsumen, 4) Mengoptimalkan antrian, 5) meningkatkan kompetensi petugas SPBU.

Jika perusahaan mampu melaksanakan peningkatan Penggunaan QR Code secara maksimal tentunya akan membawa dampak terhadap peningkatan Penjualan Pertalite SPBU Coco dalam menunjang pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas ternyata Penggunaan QR Code secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan Pertalite.

4.4 Implementasi

Dalam meningkatkan Penjualan Pertalite maka ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh Perusahaan terkait dengan Penggunaan QR Code pada SPBU Coco. Ide penulis ini untuk memaksimalkan proses Penggunaan QR Code sehingga dapat meningkatkan Penjualan Pertalite dapat dilihat pada bagan sebagai berikut :



Gambar 4.6
Implementasi

Untuk lebih jelasnya mengenai bagan implementasi Penggunaan QR Code (X) dan Penjualan Pertalite (Y) maka diuraikan penerapan hasil penelitian kedua variabel tersebut sebagai berikut :

4.4.1 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Penggunaan QR Code (X)

Penerapan Penggunaan QR Code menjadi bagian penting dalam operasional SPBU Coco, khususnya dalam penyaluran BBM jenis Pertalite. Sistem ini merupakan upaya perusahaan untuk memastikan transaksi lebih transparan, akurat, serta sesuai dengan ketentuan yang berlaku. QR Code bukan hanya sarana pembayaran digital, tetapi juga instrumen untuk mendukung pengawasan distribusi BBM bersubsidi agar lebih tepat sasaran. Bagi SPBU Coco, penerapan QR Code harus dijalankan secara konsisten, mulai dari sosialisasi kepada konsumen, pendampingan dalam penggunaan, hingga pengawasan agar tidak terjadi penyalahgunaan. Dengan penerapan yang baik, QR Code dapat meningkatkan kualitas layanan, mempercepat proses transaksi, serta mengurangi potensi kecurangan dalam penjualan BBM.

Agar hasilnya maksimal, perusahaan perlu melakukan langkah-langkah penerapan QR Code sebagai berikut: 1) menyelenggarakan sosialisasi dan edukasi konsumen mengenai pentingnya penggunaan QR Code dalam pembelian Pertalite, 2) layanan pengaduan konsumen menyediakan hotline atau help desk di SPBU bagi konsumen yang mengalami kendala dalam penggunaan QR Code., 3) memberikan pelatihan kepada karyawan SPBU agar mampu membantu konsumen yang mengalami kendala saat menggunakan QR Code, 4) Meningkatkan monitoring dan evaluasi untuk mencegah adanya penyalahgunaan QR Code dan memastikan

transaksi sesuai aturan. Dengan adanya penerapan QR Code yang maksimal, maka penjualan Pertalite di SPBU Coco akan meningkat dan tujuan perusahaan dapat tercapai secara lebih efisien.

4.4.2 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Penjualan Pertalite (Y)

Penjualan Pertalite merupakan elemen penting bagi kemajuan dan kesuksesan perusahaan, karena alasan utama pentingnya penjualan yaitu untuk mencapai tujuan organisasi, meningkatkan produktivitas, meningkatkan keuntungan, serta memperkuat citra perusahaan. Menurut Wibowo (2012), penjualan adalah hasil pekerjaan yang memiliki keterkaitan erat dengan tujuan strategi organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada aspek ekonomi. Dengan demikian, penjualan dapat dipahami sebagai kegiatan yang dilakukan serta hasil yang dicapai dari proses tersebut. Selanjutnya, Mangkunegara (2017) mengemukakan bahwa penjualan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan.

Penjualan Pertalite di SPBU Coco sudah berjalan baik, namun masih perlu ditingkatkan lagi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan QR Code terbukti berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Pertalite di SPBU Coco. Hal ini berarti manajemen perlu terus memonitor perkembangan penjualan, karena pencapaian tersebut sangat memengaruhi reputasi dan kredibilitas perusahaan, kualitas layanan kepada konsumen, pengambilan keputusan, serta produktivitas penjualan BBM.

Dengan demikian apabila proses Penggunaan QR Code dijalankan dengan maksimal maka akan meningkatkan Penjualan Pertalite pegawai pada SPBU Coco.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. QR Code masih perlu dimaksimalkan dan ditingkatkan dengan lebih baik lagi. Hasil analisis jawaban responden total skor untuk variabel Penggunaan QR Code pada SPBU Coco termasuk di kategori sudah baik dengan nilai 62,42% dan masih perlu ditingkatkan lagi. Berdasarkan hasil wawancara penggunaan QR Code masih terdapat permasalahan diantaranya QR Code yang belum tepat sasaran kepada yang tidak berhak menerima subsidi BBM, adanya potensi penyalahgunaan QR Code oleh orang yang tidak bertanggung jawab, terbatasnya sarana pengaduan jika terjadi kendala, timbulnya antrian yang panjang serta keterbatasan petugas dalam membantu konsumen saat mengalami kendala. Hal ini menandakan bahwa sistem QR Code masih membutuhkan evaluasi dan perbaikan agar tujuan distribusi BBM Subsidi dapat tercapai secara optimal.
2. Penjualan Pertalite di SPBU Coco masih perlu dimaksimalkan agar hasil penjualan menjadi lebih baik lagi. Dari hasil analisis terhadap jawaban total skor responden, menunjukkan bahwa Penjualan Pertalite di SPBU Coco dikategorikan baik dengan nilai 63,90%, namun tetap perlu ditingkatkan agar mencapai hasil yang lebih optimal. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat

permasalahan diantaranya antrian menjadi lebih lambat, adanya konsumen yang tidak jadi membeli karena antrian yang cukup panjang di SPBU. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penjualan tetap berjalan, efektivitas distribusi dan kepuasan konsumen perlu ditingkatkan agar tidak berdampak pada penurunan minat pembelian dari konsumen.

3. Penggunaan QR Code secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Penjualan Pertalite di SPBU Coco, dengan persamaan regresi diperoleh $Y = 11,08 + 0,61X_1$. Nilai korelasi menunjukkan hubungan yang kuat sebesar 0,85 dengan nilai R Square 0,72, artinya 72% variasi Penjualan Pertalite dipengaruhi oleh Penggunaan QR Code, sedangkan sisanya 28% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini berarti apabila Penggunaan QR Code ditingkatkan, maka Penjualan Pertalite di SPBU Coco juga akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Disarankan untuk terus meningkatkan penerapan penggunaan QR Code dalam transaksi pembelian Pertalite agar lebih mudah, cepat, dan praktis bagi konsumen.
2. Perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi kepada konsumen mengenai cara penggunaan QR Code, sehingga semakin banyak konsumen yang beralih menggunakan metode pembayaran digital ini.

3. Manajemen juga sebaiknya melakukan evaluasi secara berkala untuk memastikan sistem QR Code berfungsi optimal dan tidak menimbulkan kendala teknis yang dapat menghambat transaksi.
4. Karyawan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan membantu konsumen yang belum terbiasa menggunakan QR Code.
5. Perlu adanya pelatihan bagi karyawan agar dapat menguasai teknologi QR Code dengan baik, sehingga mampu mendukung kelancaran transaksi penjualan Pertalite.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Afandi, Pandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Konsep dan Indikator*. Pekanbaru: Zanafala Publishing.
- Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran : Dasar, konsep dan strategi*. Depok Rajawali Pers.
- Cascio, W.F. (2012). *Managing Human Resources* (9th ed.). New York: McGraw-Hill International Edition Inc.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*, Cetakan kedelapan, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.
- Kotler, P., & Keller, K.L 2016. (2016). *Marketing manajemen 15e*. Pearson Education.
- Kurniawan, A. 2017. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bandung: CV. Wacana Prima.
- Malayu SP Hasibuan, (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- S. Santoso (2013). *Menguasai SPSS 21 di Era Informasi*. Jakarta: PT.ELEK Media Komputindo.
- Siegel, S. (1994). *StatistikNon Parametrik Untuk Ilmu – Ilmu Sosial*. PT. Gramedia,Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2016). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. 2003. *Kinerja Karyawan*. Ghalia, Jakarta.
- Widodo, H.P. (2016). *Pendekatan kualitatif dalam penelitian pendidikan*. Bandung: Rosda Karya.

JURNAL:

- Chantika, E., Gustini, G., & Charolina, O. (2024). Pengaruh Pelaksanaan Qr Barcode My Pertamina Terhadap Penjualan Bbm. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 3(1), 35–46. <https://doi.org/10.56135/jabnus.v3i1.145>
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>
- Firmansyah, G., & Hariyanto, D. (2019). The use of QR code on educational domain: a research and development on teaching material. *Jurnal SPORTIF : Jurnal Penelitian Pembelajaran*, 5(2), 265. https://doi.org/10.29407/js_unpgri.v5i2.13467
- Gumelar, A. Y., Rianto, T., & Sobar, A. (2023). Pengaruh Digitalisasi Spbu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Baashima : Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, Dan Manajemen*, 1(1), 49–61. <https://doi.org/10.61492/baashima.v1i1.6>
- Gunawan, H. (2018). Pemanfaatan Teknologi QR Code Dalam Pengembangan Sistem Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru di Universitas Islam Riau. *JTT (Jurnal Teknologi Terapan)*, 1(1), 49–55. <https://doi.org/10.31884/jtt.v1i1.35>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Husna, N. F., Hakim, C. B., & Hayati, N. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Pedagang Kaki Lima Yang Menggunakan Scan Qr Code. *Jurnal Bisnis Digital Dan Sistem Informasi*, 4(2), 8–18.
- Khamidah, L., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Volume Penjualan pada UMKM. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1541. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1370>
- Logam, S., Sejenisnya, D. A. N., Terdaftar, Y., Bei, D. I., & Farhani, A. (2022). [Http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB](http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB) ISSN : 2723-0937. 7, 458–469.
- Mentari, C. I., Wahyuni, F., Rahmadani, P., Rindiani, W. A., & Hendra, J. (2024). Dampak Digitalisasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Makro Indonesia. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 197–206. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v5i2.11589>
- Novia, C., Hasanah, L. U., & Amalia, M. R. (2022). Dampak Digitalisasi Marketing

Terhadap Daya Saing UKM Tahu. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 10(2), 115–122. <https://doi.org/10.36084/jpt.v10i2.448>

Sari, J. A., & Diana, B. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(2), 88–96. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896>

Tumiwan, A., Sumampouw, H., & E. Tampi, J. R. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Pt. Jumbo Swalayan Di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–11.

Lampiran 1
KUESIONER PENELITIAN
DAMPAK PENGGUNAAN QR CODE TERHADAP PENJUALAN
PERTALITE PT PERTAMINA PATRA NIAGA SALES AREA SULUTGO
(STUDI KASUS SPBU COCO)

RESPONDEN

A. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/Ibu yang terhormat,

Dalam rangka penelitian, saya mohon bantuan Bapak/Ibu sebagai responden dalam penelitian ini dengan judul “Dampak Penggunaan QR Code Terhadap Penjualan Peralite PT Pertamina Patra Niaga Sales Area SulutGo (Studi Kasus SPBU Coco)”. Sebelum mengisi blanko kuesioner diharapkan agar Bapak/Ibu memperhatikan petunjuk pengisian sebagai berikut:

1. Terdapat dua kelompok kuesioner yaitu tentang (I) Penggunaan QR Code (II) Penjualan Peralite.
2. Bapak/Ibu dimohon untuk menjawab semua pertanyaan demi memperlancar penelitian, dan diharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Berilah tanda (x) pada jawaban yang anda anggap paling tepat.
3. Hasil dari pengisian kuesioner ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan mempengaruhi kondisi Bapak/Ibu.

Akhirnya saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan kerja samanya. Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan berguna dalam rangka meningkatkan penggunaan QR Code untuk penjualan Peralite.

Identitas informan

- a. Jenis kelamin :
- b. Pekerjaan :
- c. Usia :

B. Kuesioner I Penggunaan QR Code

Berilah tanda silang (x) pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat.

Dengan Alternatif jawabannya yaitu: **SS=Sangat Setuju; S=Setuju KS= Kurang Setuju; TS=Tidak Setuju; STS=Sangat Tidak Setuju.**

1. QR Code yang saya gunakan hanya dapat digunakan oleh saya sebagai pemilik yang terdaftar
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
2. Data pribadi saya pada QR Code sesuai dengan yang terdaftar di sistem
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
3. Saya merasa termasuk dalam kategori konsumen yang berhak mendapatkan subsidi BBM jenis Pertalite
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
4. Sistem QR Code tidak mudah disalahgunakan oleh pihak yang tidak berhak
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
5. Data saya sebagai pengguna QR Code terlindungi dengan baik dan tidak mudah diakses oleh orang lain
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
6. QR code tidak bisa digandakan atau digunakan kembali oleh orang lain
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
7. Tempat untuk pembuatan QR Code cukup mudah saya akses
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
8. Proses pembuatan QR Code cukup mudah dan tidak membingungkan
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju

9. Saya mudah mendapatkan bantuan jika mengalami kendala saat menggunakan QR Code
A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
E. Sangat Tidak setuju
10. Penggunaan QR Code mempercepat proses pengisian BBM di SPBU
A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
E. Sangat Tidak setuju
11. Antrean kendaraan menjadi lebih singkat sejak menggunakan QR Code
A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
E. Sangat Tidak setuju
12. QR Code membuat proses transaksi dan pencatatan di SPBU menjadi lebih praktis
A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
E. Sangat Tidak setuju
13. Petugas SPBU cepat dalam melayani saya saat menggunakan QR Code
A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
E. Sangat Tidak setuju
14. Petugas SPBU mampu membantu saya saat terjadi kendala dalam penggunaan QR Code
A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
E. Sangat Tidak setuju

PERTANYAAN TERBUKA

1. Ketepatan Sasaran: Apa pendapat anda tentang ketepatan sasaran penggunaan QR Code dalam pembelian Pertalite?
2. Keamanan Sistem: Apakah anda memiliki kekhawatiran tentang keamanan data pada sistem QR Code? Jika ya, coba jelaskan?
3. Kemudahan Akses: Ceritakan pengalaman anda dalam mengakses atau menggunakan QR Code saat membeli Pertalite?
4. Efektivitas: Menurut anda, apakah QR Code membuat proses pembelian Pertalite menjadi lebih efektif?
5. Kompetensi Operator: Bagaimana pendapat anda tentang kemampuan petugas SPBU dalam melayani transaksi dengan QR Code?

C. Kuesioner II Penjualan Pertalite

Berilah tanda silang (x) pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat.

Dengan Alternatif jawabannya yaitu: **SS=Sangat Setuju; S=Setuju; KS=Kurang Setuju; TS=Tidak Setuju; STS=Sangat Tidak Setuju.**

1. Saya biasanya membeli Pertalite dalam jumlah liter yang tetap setiap kali mengisi
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
2. Sejak menggunakan QR Code, jumlah liter Pertalite yang saya beli cenderung meningkat
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
3. Saya membeli Pertalite lebih dari satu kali dalam seminggu
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
4. Sejak penggunaan QR Code pola pembelian saya menjadi lebih teratur
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
5. Saya lebih memilih Pertalite disbanding BBM lain setelah adanya sistem QR Code
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
6. Saya merasa mudah saat membeli Pertalite menggunakan QR Code
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
7. Antrean di SPBU terasa lebih cepat sejak adanya sistem QR Code
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
8. Transaksi pembelian Pertalite menjadi lebih cepat karena adanya QR Code
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju
9. Saya cenderung membeli Pertalite di SPBU yang sama secara terus menerus
 A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
 E. Sangat Tidak setuju

10. Saya tetap membeli Pertalite di SPBU meskipun antrean panjang karena penggunaan QR Code
- A. Sangat Setuju B. Setuju C. Kurang Setuju D. Tidak Setuju
E. Sangat Tidak setuju

PERTANYAAN TERBUKA

1. Volume Penjualan: Apakah penggunaan QR Code mempengaruhi jumlah Pertalite yang anda beli? Jelaskan alasannya?
2. Frekuensi Pembelian: Bagaimana kebiasaan anda dalam membeli Pertalite sebelum dan sesudah adanya QR Code?
3. Kemudahan Akses: Apakah menurut anda transaksi pembelian Pertalite dengan QR Code mudah dilakukan? Mengapa?
4. Loyalitas Pembelian: Apakah anda mempertimbangkan untuk tetap menggunakan Pertalite kedepannya?

Lampiran 2
Jawaban Kuesioner Responden

Identitas Responden	SKOR Penggunaan QR Code (X)														Skor
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	Total
1	5	5	3	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	62
2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	2	1	25
3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	68
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	2	5	3	5	1	5	5	3	5	5	5	3	57
6	5	5	3	5	3	5	3	5	5	3	4	5	5	3	59
7	5	5	3	5	4	5	2	5	5	4	5	5	4	5	62
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
9	4	5	1	5	1	5	1	4	4	1	3	4	4	2	44
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
11	4	5	1	3	1	3	1	4	3	1	3	4	3	1	37
12	5	5	1	5	2	5	1	5	5	3	5	5	5	3	55
13	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	17
14	2	2	1	3	1	3	1	4	4	1	2	3	2	1	30
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
16	5	4	2	5	1	5	1	5	5	2	4	5	5	3	52
17	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	17
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
19	3	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	3	22
20	4	3	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	3	1	24
21	5	5	1	5	1	5	3	5	5	1	5	5	5	2	53
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
23	4	3	1	3	1	3	1	4	2	1	3	3	2	1	32
24	5	4	1	5	1	3	1	5	3	1	2	2	1	1	35
25	5	5	3	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5	3	60
26	5	4	1	5	1	5	2	5	5	3	4	5	4	3	52
27	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	18
28	5	5	1	5	1	5	1	5	5	3	5	5	5	1	52
29	3	2	3	2	1	2	1	3	1	1	1	3	1	3	27
30	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	69
32	1	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	18
33	4	3	2	3	1	5	3	2	3	3	2	4	2	3	40
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
36	1	3	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	3	1	21
37	2	4	1	5	1	5	3	5	5	3	4	4	3	2	47
38	5	5	1	4	1	5	3	5	3	1	3	4	5	3	48
TOTAL	154	152	95	149	95	153	95	155	145	105	136	147	140	110	1831
RATA2	4.05	4.00	2.50	3.92	2.50	4.03	2.50	4.08	3.82	2.76	3.58	3.87	3.68	2.89	48.18

Identitas Responden	SKOR Penjualan Pertalite (Y)										Skor
	Y1	Y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	Y9	Y10	Total
1	5	3	4	5	5	4	2	5	4	2	39
2	2	1	1	3	3	1	1	3	2	1	18
3	5	4	4	5	5	4	3	5	5	2	42
4	5	2	3	5	5	5	3	5	5	5	43
5	5	1	3	4	5	5	1	5	4	3	36
6	5	2	2	5	5	4	2	5	5	3	38
7	5	2	3	5	5	5	3	5	5	2	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	1	1	4	3	3	1	5	3	2	28
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	1	2	5	2	3	1	2	3	2	25
12	5	1	3	5	5	2	1	5	5	3	35
13	5	1	2	2	2	2	1	3	2	2	22
14	4	1	1	2	2	3	1	1	3	2	20
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	1	1	5	5	5	1	4	2	2	31
17	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11
18	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
19	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	17
20	4	1	1	2	2	2	1	2	2	1	18
21	5	1	4	3	5	4	1	5	4	1	33
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	2	1	1	3	4	4	1	2	2	1	21
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	1	4	5	5	5	1	5	5	1	37
26	5	1	1	5	4	4	1	4	3	2	30
27	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	12
28	4	1	3	4	5	3	1	4	3	2	30
29	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	44
30	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	47
31	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
32	5	1	1	5	3	3	1	4	3	2	28
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	1	3	4	5	5	1	4	4	3	34
37	3	1	2	3	3	3	1	4	4	5	29
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
TOTAL	166	94	118	159	157	149	93	156	148	114	1354
RATA2	4.37	2.47	3.11	4.18	4.13	3.92	2.45	4.11	3.89	3.00	35.63

Lampiran 3

Uji Validitas X dan Y

[illegible][illegible]

Lampiran 4
Uji Reliabilitas X dan Y

	<i>TOTAL GANJIL</i>	<i>TOTAL GENAP</i>
TOTAL GANJIL	1	
TOTAL GENAP	0.967954682	1

	<i>TOTAL GANJIL</i>	<i>TOTAL GENAP</i>
TOTAL GANJIL	1	
TOTAL GENAP	0.978752756	1

Lampiran 5 Regression Statistics

SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.767212
R Square	0.588614
Adjusted R Square	0.57686
Standard Error	8.186031
Observations	37

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	3355.8	3355.8	50.07827	3.04359E-08
Residual	35	2345.389	67.01111		
Total	36	5701.189			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	11.53129	3.63928	3.168564	0.003174	4.143161405	18.91942	4.143161	18.91942307
62	0.500476	0.070723	7.0766	3.04E-08	0.356901419	0.644051	0.356901	0.644050743

Lampiran 6

Dokumentasi Penelitian di SPBU Coco



