

# ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT PENJUALAN PREMIUM DAN PERTAMAX SEBELUM DAN SESUDAH ADANYA PERTALITE PADA PT PERTAMINA (PERSERO) MARKETING OPERATION REGION VII SULAWESI

**Renny Mointi\*)**

**Dosen STIM LPI Jln Bung No 32 Tamalanrea Makassar**

*Email : rennymointi@gmail.com*

***Abstract:** Analysis of Differences in Premium and Pertamina Sales Rates before and after the existence of Peralite at PT Pertamina / Persero Marketing Operation Region VII Sulawesi. This study aims to analyze the differences in the level of premium and first sales sales before and after the existence of peralite at PT Pertamina / Persero marketing Region VII Sulawesi. The analytical method used in this research is the Wilcoxon Parametric Paired Sample T - Test and Non Parametic Test, with the help of SPSS version 21.0 and using quantitative descriptive explanations. The observation period conducted is September and October 2015 .. The results of this study prove that there are differences in the level of premiumu and pertamax sales before and after the existence of peralite at Sulawesi's PT Pertamina / Persero Marketing Operation Region VII Sulawesi.*

***Keywords:** Level of Sales, Premium, Pertamina and Peralite*

***Abstrak :** Analisis Perbedaan Tingkat Penjualan Premium dan Pertamina sebelum dan sesudah adanya Peralite pada PT Pertamina / Persero Marketing Operation Region VII Sulawesi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan tingkat penjualan premium dan pertamax sebleum dan sesudah adanya peralite pada PT Pertamina /Persero marketing Region VII Sulawesi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Parametric Paired Sample T-Test dan Uji Non Parametic Test Wilcoxon, dengan bantuan SPSS versi 21.0 dan menggunakan penjelasan deskriptif kuantitatif. Periode pengamatan€ yang dilakukan adalah bulan September dan Oktober tahun 2015.. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan tingkat penjualan premiumu dan pertamax sebelum dan sesudah adanya peralite pada PT Pertamina /Persero Marketing Operation Region VII Sulawesi.*

***Kata Kunci :** Tingkat Penjualan, Premium,Pertamax dan Peralite*

## PENDAHULUAN

Suatu organisasi yang didirikan dalam bentuk perusahaan maupun BUMN yang tentunya memiliki tujuan tertentu. Perusahaan BUMN yang bersifat mencari laba mempunyai tujuan utama untuk menghasilkan laba maksimum.Perusahaan maupun BUMN yang mempunyai tujuan mencari dari hasil penjualan produk yang ditawarkan tentunya sangat memperhatikan tingkat penjualan dari masing-masing produknya.

PT Pertamina /Persero sebagai lokomotif perekonomian bangsa yang

merupakan perusahaan milik Negara atau BUMU yang bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. Pertamina menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola korporasi yang baik sehingga dapat berdaya saing yang tinggi di dalam era globalisasi. PT Pertamina/Persero memiliki delapan pemasaran regional dan dalam penelitian ini penulis memilih PT Pertamina Persero Marketing Operation VII Region Sulawesi.. Dimana PT Pertamina Marketing Operation Region VII Sulawesi bertanggung jawab untuk

mengawasi 395 SPBU/stasiun pengisian bahan bakar yang berada di kota Makassar yang mana memberikan pengawasan dalam hal penyaluran bahan bakar minyak ke setiap SPBU. Bahan bakar minyak yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah premium, pertamax dan pertalite. Premium dan pertamax merupakan bahan bakar minyak yang telah baku di pasaran dan menjadi bahan bakar yang sering di gunakan oleh masyarakat. Premium yang memiliki nilai oktan 88 dan harga jual pada bulan september dan Oktober 2015 adalah Rp 7.300,- per liter yang relatif lebih murah di dibandingkan dengan pertamax, harga jual tersebut yang membuat premium lebih laku di pasaran. Sedangkan pertamax memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan premium dengan kandungan oktan 92 dan harga jual pada bulan September dan Oktober 2015 adalah Rp.9.800 per liter yang relatif lebih mahal di dibandingkan dengan premium. Produk bahan bakar pertalite diluncurkan oleh Pertamina pada bulan Juli 2015 dan mulai di pasarkan di kota Makassar bulan Oktober 2015 memiliki kandungan oktan 90 dan harga relatif lebih murah jika dibandingkan dengan pertamax dan lebih mahal jika dibandingkan dengan premium yaitu Rp.8.500 per liter. Pertalite dan Pertamax merupakan bahan bakar minyak yang tidak mendapatkan subsidi dari pemerintah, sedangkan premium merupakan bahan bakar minyak yang mendapatkan subsidi dari pemerintah, sehingga harga jualnya di tentukan oleh pemerintah. Pertamina

meluncurkan produk pertalite di pasaran dengan harapan agar masyarakat dapat mengurangi pemakaian bahan bakar jenis premium.

Penjualan merupakan pendapatan lazim dalam perusahaan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa. Munculnya produk pertalite di pasaran, kemungkinan dapat merubah tingkat penjualan produk premium dan pertamax. Adanya perubahan tersebut dapat diketahui dengan melakukan analisis pada tingkat penjualan dari masing-masing produk.

## METODE

Penelitian ini dilakukan pada PT Pertamina/ Persero Marketing Operation Region VII Sulawesi yang berlokasi di Jalan Garuda No 1 Makassar.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Populasi dalam penelitian ini adalah SPBU yang berada dalam pengawasan kantor PT Pertamina/ Persero Marketing Operation VII Sulawesi yaitu sebanyak 395 SPBU/stasiun pengisian bahan bakar umum.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Pemilihan sampel dilakukan secara *purposive* yaitu populasi yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel penelitian ini adalah sebagai berikut

**Tabel 1 Data SPBU yang Menjual Produk Pertalite Bulan Oktober 2015**

No	No SPBU	Nama Lembaga
1	74.902.03	SPBU Alauddin /BPH
2	74.902.10	SPBU Galangan Kapal
3	74.902.32	SPBU Urip Sumohardjo/Panaikang
4	74.902.36	SPBU Bawakaraeng
5	74.902.88	SPBU Tamalanrea/Pintu II Unhas

Sumber: PT Pertamina /Persero Marketing Operation Region VII Sulawesi.

Volume penjualan merupakan suatu pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan adalah suatu menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk, unit atau liter.

Volume penjualan yang diperoleh suatu perusahaan didasarkan pada realisasi hasil penjualan yang setiap waktu akan cenderung mengalami perubahan sesuai dengan kondisi dari perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan dalam kegiatan penjualan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain seperti kemampuan perusahaan dan, kondisi pasar serta modal

#### Analisis data

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif yang dilakukan mendapatkan data yang akurat, berdasarkan fenomena yang empiris dan dapat diukur serta bila validitas pengetahuan teori dan produk. Proses pengukuran adalah bagian sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan empiris antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan kuantitatif.

2. Penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan dua gejala atau lebih. Berupa deskriptif maupun komparatif korelasional yaitu membandingkan variabel yang sama untuk sampel yang berbeda. Dimana prosedur statistik guna menguji perbedaan bergantung pada jenis data nominal, ordinal, interval, atau rasio.

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji normalitas *Kolmogorov Smirnov Test* menggunakan tehnik statistik parametrik seperti *Paired Sample T- Test* apabila berdasarkan uji normalitas data dinyatakan tidak normal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penjualan premium dan pertamax pada lima SPBU 30 hari sebelum adanya pertalite pada bulan September 2015 dan 30 hari sesudah adanya pertalite yaitu pada bulan Oktober 2015
2. **Hasil Analisis**
  - a. **Premium**

#### Uji Normalitas

Tabel 2 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sebelum	Sesudah
N		30	30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	116800.00	155466.67
<sup>b</sup>	Std. Deviation Absolute	23333.268	17188.074
Most Extreme Differences	Positive	.182	.129
	Negative	-.252	-.153
Kolmogorov-Asymp. Sig.	Smirnov Z (2-tailed)	1.379	.840
		.044	.480

Sumber : Olah Data SPSS Versi 21.0

Data penjualan premium sebelumnya adanya pertalite tidak terdistribusi secara normal dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada *Kolmogorov*

*Smirnov Test* adalah  $0,044 < 0,05$ . Data penjualan premium sesudah adanya pertalite terdistribusi secara normal dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-*

tailed) pada *Kolmogorov Smirnov Test* adalah  $0,480 > 0,05$ . Hasil uji normalitas data sebelum tidak terdistribusi secara normal, sedangkan data sesudah terdistribusi

secara normal sehingga dilakukan uji beda dengan menggunakan uji non-parametric test (uji Wilcoxon) dan uji parametric test. (Paired Sample T-Test).

### 1. Wilcoxon Signed Ranks Test

Tabel 3 Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sesudah-Sebelum	Negative Ranks	0 <sup>a</sup>	.00	.00
	Positive Ranks	30 <sup>b</sup>	15.50	465.00
	Ties	0 <sup>c</sup>		
	Total	30		

Sumber : Olah Data SPSS Versi 21.0

- a. Sesudah < Sebelum
- b. Sesudah > Sebelum
- c. Sesudah = Sebelum

Tabel 4 Test Statistics

	Sesudah - Sebelum
Z	-4.787 <sup>b</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

Sumber : Olah Data SPSS Versi 21.0

Berdasarkan hasil uji Wilcoxon, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,000 atau lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat penjualan premium sesudah adanya pertalite.

### Uji Paired Sample T-Test

Tabel 5 Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum	116800.00	30	23333.268	4260.052
	Sesudah	155466.67	30	17188.074	3138.099

Sumber: Olah Data SPSS Versi 21.0

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan rata-rata penjualan premium sebelum adanya pertalite sebesar 116.800,00 liter, sedangkan rata-rata penjualan premium sesudah adanya pertalite sebesar 155.466,67 liter. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan premium sebesar 38.655,67 liter sesudah adanya pertalite.

Berdasarkan tabel 6, menunjukkan korelasi kedua variabel sebelum dan sesudah pada premium menghasilkan angka 0,318 dengan nilai probabilitas  $> 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa penjualan premium sebelum dan sesudah adanya pertalite tidak ada keterkaitan yang begitu berarti.

Tabel 6 Test Statistics

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Sebelum dan Sesudah	30	.318	0.87

Sumber: Olah Data SPSS Versi 21.0

Tabel 7 Paired Samples Test

		Paired Differences				T	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	STD. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Sebelum - Sesudah	-38666.667	24190.812	-4416.618	-47699.664	-29633.669	-8.755	29	.000

Sumber : Olah Data SPSS Versi 21.0

Berdasarkan tabel 7, hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan premium sebelum dan sesudah adanya pertalite terdapat perbedaan secara

signifikan dengan nilai rata-rata sebesar -38.666,667 liter.

## b. Pertamax

### 1. Uji Normalitas

Tabel 8 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sebelum	Sesudah
N		30	30
Normal	Mean	9866.67	5178.03
Parameters <sup>ab</sup>	Std. Deviation	2070.312	485
Most Extreme	Absolute	.207	.167
Differences	Positive	.207	.167
	Negative	-.101	-.146
Kolmogorov-Smirnov Z		1.133	.914
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153	.374

Sumber: Olah Data SPSS Versi 21.0

Data penjualan pertamax sebelum adanya pertalite terdistribusi secara normal dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada Kolmogorov Smimov Test adalah  $0,153 > 0,05$ . Data penjualan pertamax sesudah adanya pertalite terdistribusi secara normal dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada

Kolmogorov Smirnov Test adalah  $0,374 > 0,05$ .

Hasil uji normalitas data sebelum dan sesudah terdistribusi secara normal sehingga dilakukan uji beda dengan menggunakan uji parametric test (Paired Sample T-Test).

## 2. Uji Paired Sample T-Test

Tabel 9 Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair	Sebelum	9866.67	30	2070.312	377.986
	Sesudah	5178.03	30	485.742	88.684

Sumber: Olah Data SPSS Versi 21.0

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan rata-rata penjualan pertamax sebelum adanya pertalite sebesar 9.866,67 liter, sedangkan rata-rata penjualan pertamax

sesudah adanya pertalite sebesar 5.178,03 liter. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan

pertamax sebesar 4.688,64 liter sesudah adanya pertalite.

Tabel 10. Paired Samples Correlations

	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Sebelum & Sesudah	30	-.073	.703

Sumber: Olah Data SPSS Versi 21.0

Berdasarkan tabel 4.9, menunjukkan korelasi kedua variabel sebelum dan sesudah pada pertamax menghasilkan angka -0,73 dengan nilai probabilitas  $> 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa penjualan pertamax sebelum dan sesudah adanya pertalite tidak ada keterkaitan yang begitu berarti.

Tabel 11. Paired Samples Correlations

	Paired Differences				T	Df	Sig (2-tailed)	
	Mean	Std Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower				Upper
Pair 1 Sebelum-Sesudah	4688.633	2160.595	394.469	3881.854	5495.413	11.886	29	0

Berdasarkan tabel 4.10, hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan pertamax sebelum dan sesudah adanya pertalite terdapat perbedaan secara signifikan dengan nilai rata-rata sebesar 4.688,633 liter.

### 3. Deskriptif Kuantitatif

Berdasarkan hasil penelitian dan telah didapatkan data penjualan pada bahan bakar jenis premium, pertamax dan pertalite. Jumlah penjualan dari lima SPBU (stasiun pengisian bahan bakar umum) bahan bakar jenis premium pada bulan September (30 hari sebelum adanya pertalite) adalah 3.504.000 liter dan pada bulan Oktober (30 hari sesudah adanya pertalite) adalah 4.664.000 liter. Hal tersebut menyatakan bahwa terjadi peningkatan penjualan pada bahan bakar jenis premium sesudah adanya pertalite, jumlah peningkatan tersebut adalah 1.116.000 liter.

Jumlah penjualan dari lima SPBU (stasiun pengisian bahan bakar umum) bahan bakar jenis pertamax pada bulan September (30 hari sebelum

adanya pertalite) adalah 296.000 liter dan pada bulan Oktober (30 hari sesudah adanya pertalite) adalah 155.341 liter. Hal tersebut menyatakan bahwa terjadi penurunan penjualan pada bahan bakar jenis pertamax sesudah adanya pertalite, jumlah penurunan tersebut adalah 140.659 liter.

Pada penelitian ini, dilakukan penjumlahan pada penjualan bahan bakar premium dan pertamax di bulan September (30 hari sebelum adanya pertalite). Penjualan premium adalah 3.504.000 liter dan penjualan pertamax adalah 296.000 liter, sehingga diperoleh total penjualan bahan bakar di bulan September pada lima SPBU (stasiun pengisian bahan bakar umum) adalah 3.800.000 liter.

Demikian pula pada bulan Oktober (30 hari sesudah adanya pertalite) dilakukan penjumlahan pada penjualan bahan bakar di lima SPBU (stasiun pengisian bahan bakar umum). Penjualan premium adalah 4.664.000 liter, penjualan pertamax adalah 155.341 liter dan penjualan pada pertalite adalah 932.182 liter, sehingga diperoleh total

penjualan bahan bakar di bulan Oktober adalah 5.751.523 liter.

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat terlihat bahwa tingkat penjualan premium sebelum dan sesudah adanya pertalite terjadi peningkatan penjualan, sedangkan tingkat penjualan pertamax sebelum dan sesudah adanya pertalite terjadi penurunan. Perubahan dalam hal peningkatan penjualan pada bahan bakar jenis premium diakibatkan karena faktor lain, seperti penambahan kendaraan di kota Makassar dan peralihan masyarakat yang mengisi bahan bakar untuk kendaraannya di lima SPBU yang menjadi sampel pada penelitian ini. Perubahan dalam hal penurunan penjualan pada bahan bakar jenis pertamax diakibatkan karena masyarakat yang dulunya menggunakan bahan bakar jenis pertamax beralih menggunakan bahan bakar jenis pertalite.

Berdasarkan keseluruhan dari tingkat penjualan bahan bakar di lima SPBU (stasiun pengisian bahan bakar umum) terdapat peningkatan dari bulan September ke bulan Oktober. Hal tersebut dapat dinyatakan karena jumlah penjualan bahan bakar pada bulan September adalah 3.800.000 liter dan pada bulan Oktober adalah 5.751.523 liter. Angka tersebut dapat menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan bahan bakar pada lima SPBU sebesar 1.951.523 liter.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa dengan adanya pertalite dapat merubah tingkat penjualan produk premium dan pertamax pada beberapa SPBU yang menjadi sampel pada penelitian ini. Data penjualan dalam penelitian ini adalah 30 hari sebelum adanya pertalite dan 30 hari sesudah adanya pertalite. Uji normalitas ini dilakukan untuk mengetahui data penjualan terdistribusi dengan normal atau tidak normal. Dimana data

penjualan premium tidak terdistribusi adalah 0,44 menunjukkan lebih kecil 0,05, sedangkan pada data penjualan premium sudah adanya pertalite adalah 0,480, dan angka tersebut menunjukkan lebih besar dari 0.05.

Uji normalitas premium tidak terdistribusi normal dan terdistribusi normal sehingga pada analisis data menggunakan *uji paired sampel t- test* dan *uji wilcoxon*. Sehingga nampak menunjukkan angka 0.000 dan angka tersebut lebih kecil 0,05.

Uji normalitas penjualan pertamax sebelum dan sesudah adanya pertalite dinyatakan terdistribusi normal karena nilai sampai menunjukkan angka 0.153 dan 0.374 dan angka tersebut lebih besar dari 0,05. Dari hasil pengujian *paired sample t-test* dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tingkat penjualan premium adalah positif signifikan, karena terdapat penurunan nilai rata-rata 30 hari sesudah adanya pertalite dan dinyatakan signifikan karena nilai 0.000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut diartikan bahwa terdapat perbedaan tingkat penjualan pertamax sebelum dan sesudah adanya pertalite.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan deskriptif kuantitatif, dapat dinyatakan bahwa terjadinya peningkatan penjualan bahan bakar sebelum dan sesudah adanya pertalite. Hal tersebut dapat dinyatakan karena jumlah penjualan bahan bakar pada bulan September adalah 3.800.000 liter dan pada bulan Oktober adalah 5.751.523 liter. Angka tersebut dapat menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan bahan bakar pada lima SPBU sebesar 1.951.523 liter. Peningkatan penjualan bahan bakar yang menjadi sampel karena adanya faktor penambahan kendaraan di kota Makassar atau peralihan tempat pengisian bahan bakar yang dilakukan masyarakat.

## KESIMPULAN

PT Pertamina merupakan BUMN yang bergerak dibidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan mengawasi setiap penjualan bahan bakar yang dilakukan oleh setiap SPBU. Produk bahan bakar yang sering digunakan oleh masyarakat untuk kendaraannya yaitu bahan bakar jenis premium dan pertamax. Namun terhitung mulai bulan Oktober 2015 PT Pertamina menjual produk bahan bakar minyak jenis terbaru yaitu pertalite. Dengan adanya produk baru menimbulkan perbedaan tingkat penjualan premium dan pertamax.

Sehingga dapat diambil kesimpulan antara lain:

1. Terdapat perbedaan signifikan pada tingkat penjualan premium dan pertamax sebelum dan sesudah adanya pertalite.
2. Bahan bakar jenis premium perbedaan tersebut dinyatakan meningkat, karena adanya penambahan kendaraan di kota Makassar atau peralihan pengisian bahan bakar yang tidak terdapat pada sampel
3. Bahan bakar jenis pertamax dinyatakan menurun karena masyarakat yang dulunya menggunakan bahan bakar jenis pertamax beralih, dan menggunakan bahan bakar jenis pertalite, sehingga tingkat penjualan pertamax menurun
4. Masyarakat beralih dengan menggunakan produk pertalite karena harga lebih murah dan kandungan dari kedua oktan tersebut tidak jauh berbeda.

## SARAN

Saran yang dapat dikemukakan dalam kaitannya dengan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Sebaiknya mengurangi produksi bahan bakar minyak jenis premium apabila ingin mengurangi tingkat penjualan

- b. Perusahaan diharapkan memperhatikan tingkat penjualan dari setiap produk bahan bakar minyak.
  - c. Perusahaan diharapkan melakukan kegiatan promosi pada bahan bakar jenis baru.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.
    - a. Dimana penelitian ini hanya menggunakan lima SPBU sebagai sample sehingga peneliti berikutnya dapat menambahkan jumlah sample
    - b. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh langsung dari PT Pertamina, sehingga peneliti berikutnya mendapatkan secara langsung data dari SPBU untuk menjadi sampel pada penelitian.
    - c. Produk yang diteliti adalah bahan bakar untuk kendaraan, sehingga untuk melanjutkan penelitian dapat menggantikan jenis produk lain seperti bahan bakar jenis solar

## DAFTAR PUSTAKA

-----2002” **Manajemen Pemasaran” Jakarta : Penerbit Liberty**

<http://amotblogspotvolumepenjualan.blogspot.co.id/2016/03/pengertian-volume-penjualan-menurut-htm/m=1/> / diakses tanggal 16 Desember 2016

Blogspot.co.id/2016/03/pengertian volume penjualan menurut. htm/m=1 / diakses tanggal 16 Desember 2016

[http://ayirustandi.blogspot.co.id/2013/04/keunggulan dan kelemahan pertamax dan htm?m=1/](http://ayirustandi.blogspot.co.id/2013/04/keunggulan-dan-kelemahan-pertamax-dan-htm?m=1/) / diakses tanggal 16 Desember 2106

<http://eprints.walisongo.ac.id/3196/4/3105134.Bab3.pdf/> / di akses tanggal 14 desember 2016

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pertamina / Persero](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pertamina/Persero) diakses tanggal 16 Desember 2016



<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Premium>  
/diakses tanggal 16 Desember  
2016

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pertamax>  
/ diakses tanggal 16 Desember  
2016

[https://irfandazis.wordpress.com/2014/11/20/perbedaan-bbm-jenis-premium-pertamax dan-pertamax plus/](https://irfandazis.wordpress.com/2014/11/20/perbedaan-bbm-jenis-premium-pertamax-dan-pertamax-plus/) di akses tanggal 18 Desember 2016

[Hhttp://m.kompasiana.com/yosepefendi/bensin-jenis-premium-punah-akhir tahun ini- 57c8f57e1597734f3ca0dd48](Hhttp://m.kompasiana.com/yosepefendi/bensin-jenis-premium-punah-akhir-tahun-ini-57c8f57e1597734f3ca0dd48)

/diakses tanggal 15 Desember  
2016

<http://penjual-mimpi.blogspot.co.id/2015/07/seputar-pengertian-pertalite.html?m=1/>di akses tanggal 16 Desember 2016

[http://www.markjar.com/2015/07/5-perbedaan-penting-pertalite dengan htm?m=1](http://www.markjar.com/2015/07/5-perbedaan-penting-pertalite-dengan-htm?m=1) diakses tanggal 18 Desember 2016

[http://xerma.blogspot.co.id/2013/08/pengertian volume penjualan htm?m=1/](http://xerma.blogspot.co.id/2013/08/pengertian-volume-penjualan-htm?m=1/)diakses tanggal 18 Desember 2016