

PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PUPUK UREA PADA KANTOR PEMASARAN PUPUK KALTIM DI MANADO

THE EFFECT OF DISTRIBUTION CHANNELS IN INCREASING VOLUME OF SALES OF UREA FERTILIZER IN KALTIM FERTILIZER MARKETING OFFICE IN MANADO

Oleh:

Christie Victorya Supit¹
Altje L. Tumbel²
Debry Ch. Lintong³

^{1,2,3}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

Email:

[1christiesupit28@gmail.com](mailto:christiesupit28@gmail.com)

[2altjetumbel115@gmail.com](mailto:altjetumbel115@gmail.com)

[3debry_lintong@unsrat.ac.id](mailto:debry_lintong@unsrat.ac.id)

Abstrak: Dengan kemajuan saat ini banyak hal yang sangat dibutuhkan dalam dunia saat ini. Kemajuan teknologi, kebutuhan manusia yang tidak ada batasnya serta peningkatan dalam beberapa komponen kehidupan menjadi salah hal penting dalam keadaan saat ini. Target penjualan dalam hal ini sangatlah penting salah satunya dengan meningkatnya dan tercapai target penjualan yang diinginkan, maka laba serta pertumbuhan perusahaan akan mengalami peningkatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan Pupuk Urea pada Kantor Pemasaran Pupuk Kaltim di Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah Penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, dengan menggunakan alat bantu analisis linear sederhana. Jumlah sampel sebanyak 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan Saluran Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Saran secara umum Perusahaan Pupuk Kaltim harus lebih memperhatikan Volume Penjualan agar nanti dalam melakukan distribusi produkpun tak akan terhambat bahkan mengalami keterlambatan untuk disalurkan kepada pihak konsumen kedepannya.

Kata Kunci : saluran distribusi, volume penjualan

Abstract: With today's progress, many things are very much needed in today's world. Advances in technology, unlimited human needs and an increase in several components of life are among the important things in the current situation. The sales target in this case is very important, one of which is by increasing and achieving the desired sales target, then the company's profit and growth will increase. The purpose of this study was to determine the effect of distribution channels on the increase in sales volume of Urea fertilizer at the KaltimPupuk Marketing Office in Manado. The research method used is quantitative research with the sampling technique is generally carried out randomly, using simple linear analysis tools. The sample size is 30 respondents. The results showed that the distribution channel has a significant effect on sales volume. In general, PupukKaltim company should pay more attention to the sales volume so that later in distributing the product, it will not be hampered and even experience delays to be distributed to consumers in the future.

Keywords: distribution channels, sales volume

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Dengan kemajuan saat ini banyak hal yang sangat dibutuhkan dalam dunia saat ini. Kemajuan teknologi, dan kebutuhan manusia yang tidak ada batasnya serta peningkatan dalam beberapa komponen kehidupan menjadi salah hal penting dalam keadaan saat ini. Target penjualan dalam hal ini sangatlah penting salah satunya dengan meningkatnya dan tercapai target penjualan yang diinginkan, maka laba serta pertumbuhan perusahaan akan mengalami peningkatan.

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, peran pemasaran sangatlah penting sebagai penunjang suksesnya sektor ekonomi. Persaingan di dunia saat ini semakin ketat dengan banyaknya produk-produk yang bermunculan, hal ini menuntut agar perusahaan dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhan para konsumen.

Persaingan dalam usaha obat tanaman atau pupuk pun saat ini semakin ketat, sehingga perusahaan tentu saja perlu membenahi saluran distribusinya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam industri yang sama sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan atau laba seperti yang di harapkan.

Ada beberapa jenis pupuk di Indonesia, seperti pupuk kaltim, pupuk sriwijaya, pupuk petro kimia gresik, dan pupuk iskandar muda yang dalam hal ini jenis pupuk NPK dan organik. Sedangkan pupuk kaltim sendiri memproduksi jenis pupuk urea bersubsidi maupun non subsidi. Pupuk bersubsidi adalah pupuk yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan petani yang dilaksanakan atas dasar program pemerintah dengan harga yang lebih murah di bandingkan dengan pupuk non subsidi yang harganya cenderung lebih mahal.

Saluran distribusi yang handal terdiri dari beberapa hal penting yaitu sistem transportasi, produk yang tersedia, dan waktu yang tepat. Saluran distribusi yang baik akan memberikan keuntungan yang sangat bermanfaat bagi perusahaan dan hal ini juga akan sangat mendukung dengan meningkatnya volume penjualan produk itu sendiri.

Volume penjualan yang baik akan terlihat dari hasil di dalam perusahaan, yang dimana hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan perusahaan serta memajukan perusahaan tersebut.

Beberapa hambatan yang dikeluhkan dikarenakan keterlambatan pengiriman, tidak sesuainya jumlah pesanan yang dipesan dan bentuk produk. Berkaitan dengan masalah pendistribusian maka diperlukan alat transportasi yang menentukan kelancaran saluran distribusi. Transportasi akan mempengaruhi ketepatan waktu dan keselamatan barang.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

“Saluran Distribusi terhadap Peningkatan Volume penjualan Pupuk Urea pada Kantor Pemasaran Pupuk Kaltim di Manado”.

TINJAUAN PUSTAKA**Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran menurut Lupiyoadi (dalam Wongkar dan Soegoto, 2015) mengatakan manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, pelaksanaan serta kontrol program-program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan pada konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun keuntungan bersama. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan.

Saluran Distribusi

Kotler dan Amstrong (2009) mendefinisikan saluran distribusi sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen kekonsumen.

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik. Saluran distribusi adalah suatu hal yang dapat dipertimbangkan sebagai fungsi yang harus dilakukan untuk memasarkan barang secara efektif, karena saluran distribusi merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran

yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam perusahaan atau lembaga usaha (seperti: Produsen, Pedagang besar dan Pengecer).

Volume Penjualan

Angipora (2008) mendefinisikan keberhasilan suatu perusahaan adalah apabila suatu perusahaan mampu melakukan penjualan produknya sesuai dengan target yang ditentukan oleh perusahaan, bahkan melebihi target dari volume penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan, perusahaan perlu menetapkan target hasil penjualan yang akan dicapai untuk suatu periode tertentu, biasanya pertahun.

Penelitian Terdahulu

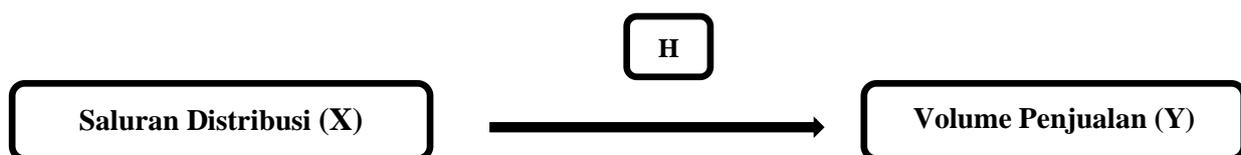
Ardi (2014) meneliti tentang Pengaruh Saluran Distribusi dan *Personal Selling* terhadap Peningkatan Penjualan Pupuk Bintang Mj Pada CV. Maju Jaya Di Madiun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan membuktikan ada tidaknya pengaruh Saluran Distribusi dan *Personal Selling* terhadap peningkatan penjualan pada CV. Maju Jaya di Madiun. Dari tujuan tersebut dalam penelitian ini hasil analisa menunjukkan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Saluran distribusi mempengaruhi Peningkatan Penjualan di CV. Maju Jaya melalui *Personal selling*, yang dibuktikan dari nilai pengaruh tidak langsung melalui *Personal selling* yang lebih besar disbanding pengaruh langsung terhadap peningkatan penjualan di CV. Maju Jaya di Madiun.

Wijaya (2013) meneliti tentang Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial dari variabel promosi, citra merek, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian jasa Terminix di Manado. Sampel yang digunakan sebanyak 75 responden dari populasi 300 konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel promosi, citra merek, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kasman (2015) meneliti tentang Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Lafonte Pada PT Bentoro Adisandi Ivena Pekanbaru. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi yang terdiri dari tempat, waktu, bentuk dan informasi terhadap volume penjualan Lafonte pada PT Bentoro Adisandi Ivena Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah toko yang membeli produk Lafonte di PT Bentoro Adisandi Ivena Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan populasi yang berjumlah 79 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh saluran distribusi sebesar 37,6% sedangkan 62,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Karundeng (2013) Distribusi merupakan suatu bagian penting untuk diperhatikan dalam menjalankan sebuah bisnis baik bisnis besar maupun bisnis kecil. Keputusan perusahaan dalam menetapkan strategi distribusi serta saluran distribusi yang akan dijalankan menentukan kelancaran jalannya proses distribusi sehingga bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun pihak yang berada dalam saluran distribusi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran distribusi di CV. Karya Abadi Manado dan bagaimana perusahaan mengatur frekuensi pengiriman order barang dalam jumlah kuantitas tertentu terhadap operasional harian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menjalankan aktivitas distribusi fisik yang mengutamakan transportasi dalam pelaksanaan distribusinya. Dalam menjalankan proses distribusi masih ada juga faktor penghambat yang menyebabkan distribusi tidak berjalan sesuai keinginan karena perusahaan belum bisa menangani dengan tepat kegiatan distribusi dan faktor eksternal yang memperlambat kelancaran pendistribusian barang. Keputusan strategi distribusi yang dilaksanakan oleh CV. Karya Abadi adalah sebuah strategi yang tepat dalam menjalankan proses distribusi. Strategi yang tepat akan lebih tepat jika diselaraskan dengan pengawasan aktivitas distribusi yang maksimal.

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber : Data Olahan, 2020

Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah :

H1.Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Volume Penjualan

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (dalam Prasetya dan Widyawati, 2016) mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik/kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan pada pengecer pupuk urea kaltim yang berada di kota Manado dengan waktu menjalankan kuesioner sendiri yaitu pada bulan April 2020.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 30 responden yang dimana para responden sendiri merupakan pengecer dari pupuk urea kaltim di Manado dengan teknik pengambilan sampling yaitu *Proportional Random Sampling*.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan di dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan data primer sendiri merupakan data yang langsung diberikan kepada responden sendiri sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berupa data penunjang yang sebelumnya sudah ada di kantor pemasaran kaltim berupa kuesioner.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung pada pihak yang terkait langsung dengan permasalahan yang penulis teliti. Penulis melakukan wawancara langsung di Kantor Pemasaran Pupuk urea Kaltim di Kota Manado.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis penelitian deskriptif dengan alat analisis yaitu regresi linier sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Tabel 1. Deskripsi Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (karyawan)	Presentase (%)
1	Laki-laki	10	20
2	Perempuan	20	80
Total		30	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020.

Tabel 1 Menunjukkan, bahwa dari keseluruhan responden terdapat 80% adalah perempuan dengan jumlah 20 responden dan 20% adalah laki-laki dengan jumlah 10responden. Dengan presentase perempuan sebesar 80 persen menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Saat Uji Validitas dimaksudkan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang tidak diketahui. Uji

validitas yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi bilvariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Suatu indikator pernyataan dikatakan valid apabila korelasi antara masing-masing indikator menunjukkan hasil yang signifikan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Var.	Indik.	Kor. (r)			Alpha	Koef. Status
		R	Sig.	status		
Saluran	X1.1	0.346	0.001	Valid	0.809	Reliabel
Distribusi (X1)	X1.2	0.499	0.000	Valid		
	X1.3	0.656	0.000	Valid		
	X1.4	0.679	0.000	Valid		
	X1.5	0.665	0.000	Valid		
	X1.6	0.595	0.000	Valid		
	X1.7	0.499	0.000	Valid		
	X1.8	0.568	0.000	Valid		
	X1.9	0.558	0.000	Valid		
	X1.10	0.409	0.000	Valid		
	X1.11	0.625	0.000	Valid		
	X1.12	0.627	0.000	Valid		
	X1.13	0.644	0.000	Valid		
	X1.14	0.614	0.000	Valid		
	X1.15	0.520	0.000	Valid		
	X1.16	0.587	0.000	Valid		

Sumber: Data Olahan, 2020

Tabel 2 Menunjukkan penjelasan secara terperinci valid atau tidaknya kuisioner penelitian penulis. Dari tabel di atas, diketahui Variabel dari Saluran Distribusi (X1) dimana memiliki 16 buah pertanyaan yang dimana nilai Alpha sebesar 0,809 yang dimana status koefisien sendiri yaitu Reliabel. Maka semua pertanyaan dalam pengujian ini dikatakan valid karena nilai Alpha dari setiap variabel berada di atas 0,231.

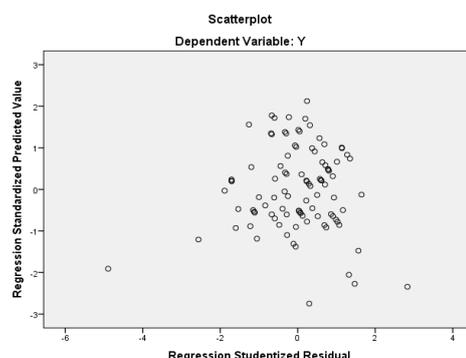
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Saluran Distribusi	0.809	Reliabel

Sumber : Data Olahan, 2020

Hasil tabel 3 uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *alpha* yang nilainya cukup besar yaitu $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pengukur variabel dari kuisioner adalah *reliabel* dan untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Grafik Uji Heteroskedastisitas

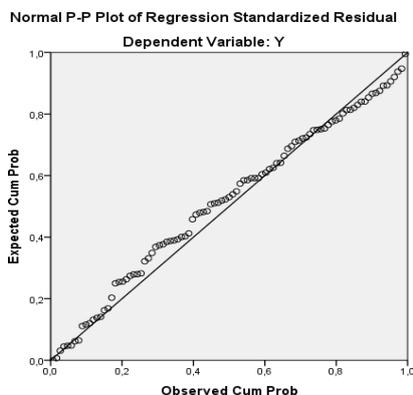


Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data Olahan, 2020

Dari Gambar 2 grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Normalitas



Gambar 3 Uji Normalitas
 Sumber : Data Olahan, 2020

Dari Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik *Normal P-P of Regression Standardized Residual* menggambarkan bahwa titik-titik mengikuti garis dan menyebar disekitar garis diagonal maka residual yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Linear Sederhana

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5,233	1,703		3,073	,003
X1	4,447	,373	,678	11,791	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari persamaan regresi dapat dilihat bahwa Saluran Distribusi (X₁) berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan.

Hasil Hipotesis Parsial

Tabel 6. Uji Hipotesis Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5,233	1,703		3,073	,003
X1	4,447	,373	,678	11,791	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2020

Hasil perhitungan pada Tabel 6 diperoleh:

Pengujian H1 : Saluran Distribusi diduga berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Penjualan Pupuk Kaltim
Ho: Saluran Distribusi secara parsial tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan di Penjualan Pupuk Kaltim.

Ha: Saluran Distribusi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan di Penjualan Pupuk Kaltim.

Nilai signifikansi pada Saluran Distribusi (X) sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima dimana terdapat pengaruh yang signifikan dari Saluran Distribusi (X) terhadap Volume Penjualan di Penjualan Pupuk Kaltim (Y).

Pembahasan

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan

Hasil penelitian menunjukkan Saluran Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Saluran Distribusi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan. Dari hasil uji Tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil ini berarti nilai signifikansi kurang dari 0,05 (<0,05 atau 5%). Maka Ha diterima dan Ho ditolak.

Penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu Kasman (2015) yang mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh saluran distribusi sebesar 37,6% sedangkan 62,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Serta penelitian dari Wijaya (2013) yang mengatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel promosi, citra merek, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan penelitian dari Ardi (2014) mengatakan bahwa hasil analisa menunjukkan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Saluran distribusi mempengaruhi Peningkatan Penjualan di CV. Maju Jaya melalui *Personal selling*, yang dibuktikan dari nilai pengaruh tidak langsung melalui *Personal selling* yang lebih besar disbanding pengaruh langsung terhadap peningkatan penjualan di CV. Maju Jaya di Madiun.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Saluran Distribusi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Volume Penjualan pada Penjualan Pupuk Kaltim.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis memberi saran sebagai berikut :

1. Kantor Pemasaran Pupuk Kaltim di Manado sebaiknya menggunakan sistem saluran distribusi yang baik, agar mempermudah pengecer untuk mendapatkan pupuk, sehingga volume penjualan akan meningkat.
2. Perusahaan Pupuk Kaltim hendaknya dapat lebih mengembangkan lagi volume penjualan yang ada sehingga kedepan cukup untuk memenuhi permintaan dari konsumen terhadap produk pupuk yang ada.
3. Secara umum Perusahaan Pupuk Kaltim harus lebih memperhatikan Volume Penjualan agar nanti dalam melakukan distribusi produk pun tak akan terhambat bahkan mengalami keterlambatan untuk disalurkan kepada pihak konsumen kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Angipora, M. P. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Ardi, A. P. S. (2014). Pengaruh Saluran Distribusi dan *Personal Selling* terhadap Peningkatan Penjualan Pupuk Bintang Mj Pada CV. Maju Jaya di Madiun. *The 4th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi IKIP PGRI MADIUN)*. ISSN: 1337-9723. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/157>, diakses tanggal 5 April 2018.

- Kasman, H. (2015). Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Lafonte Pada PT Bentoro Adisandi Ivena Pekanbaru. *Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis* Vol. 12 No.2. EISSN : 2442-9813 ISSN : 1829-9822. <https://ejournal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/100>, diakses tanggal 8 April 2018.
- Karundeng, N. T. dkk (2018). Analisis Saluran Distribusi kayu (Studi Kasus Di CV. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA* Vol. 6 No. 3 Juli 2018 ISSN : 2303-1174 <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/20444-41456-1-SM.pdf>, diakses 10 februari 2020
- Kolter, P dan Armstrong G (2009). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Prasetya, I. S dan Widyawati, N (2016). Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G. *Jurnal ilmu dan riset manajemen* Vol. 5 No. 7. ISSN: 2461-0593. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/view/1596>, diakses 3 April 2018.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wijaya, M. H. P. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 1 No. 4. ISSN: 2303-1174. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2578>, diakses tanggal 7 April 2018.
- Wongkar, I dan Soegoto, A. S. (2015). Strategi Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Sirkulasi Surat Kabar Manado Post. *Jurnal EMBA* Vol. 3 No. 2. ISSN: 2303-1174. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8903>, diakses tanggal 5 April 2018.

