



**PENGARUH TINGKAT DAYA BELI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN**
(Studi Kasus Pada Swalayan Luluk di Kecamatan Balongpanggang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Sri Hanikah
21801081382



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG

2022

ABSTRAK

Dalam masa perkembangan pasar yang semakin pesat, ditandai dengan persaingan antar pemasar yang menawarkan produk berkualitas dalam dunia bisnis. Salah satu persaingan dalam dunia usaha adalah persaingan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia memiliki peran yang luar biasa karena mampu menciptakan lapangan kerja yang luas bagi masyarakat. Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat membawa perubahan struktural yang dapat meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Pengembangan usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) lebih dikenal dengan usaha informal. Dikatakan penting dan berkembang pesat karena jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat besar.

Dijelaskan bahwa pada tahun 1997-1998, dapat dikatakan bahwa sistem perekonomian, seperti sektor usaha mikro, kecil dan menengah, masih dapat beroperasi dan menjalankan kegiatannya tanpa ada batasan sehingga dalam situasi krisis tidak demikian. Buruk karena pada saat itu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak dilarang bekerja. Berbeda dengan pandemi saat ini, semua sektor terdampak, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yang terjadi berupa fakta-fakta dalam penelitian dengan tujuan tertentu. Bahwa variabel tingkat daya beli dan kualitas pelayanan, secara simultan berpengaruh terhadap tingkat penjualan luluk supermarket. Sedangkan tingkat daya beli berpengaruh secara parsial terhadap tingkat penjualan luluk supermarket. Sehingga tingkat penjualan luluk supermarket akan meningkat. Sedangkan variabel Service Quality berpengaruh secara parsial terhadap Tingkat Penjualan Luluk Supermarket. Ini akan meningkatkan tingkat penjualan swalayan Luluk

Kata kunci : Tingkat Penjualan, Tingkat daya Beli, kualitas Pelayanan

ABSTRACT

In a period of increasingly rapid market development, it is marked by competition between marketers who offer quality products in the business world. One of the competitions in the business world is competition in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs in Indonesia have an extraordinary role because they can create broad job opportunities for the community. The development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) can bring about structural changes which can increase the regional economy and national economic resilience. The business development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is better known as informal business. It is said to be important and growing rapidly because the number of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is very large.

It was explained that in 1997-1998, it could be said that the economic system, such as the micro, small and medium enterprises sector, could still operate and carry out their activities without any restrictions so that in a crisis situation it was not so bad because at that time Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) were not prohibited from working. In contrast to the current pandemic, all sectors are affected, including Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The method used in this research is descriptive quantitative method that occurs in the form of facts in the study with a specific purpose. That the variable level of purchasing power and quality of service, simultaneously affect the level of sales Luluk supermarket. Whereas the level of purchasing power has a partial effect on the level of Luluk supermarket sales. so that the level of Luluk supermarket sales will increase. Whereas the Service Quality variable has a partial effect on Luluk's Supermarket Sales Level. This will give an increase in Luluk's self-service sales rate

Keywords: Sales Level, Purchasing Power Level, Service Quality

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa perkembangan pasar yang semakin pesat ditandai dengan adanya persaingan antar para pemasar yang menawarkan produk berkualitas di dunia usaha. Salah satu persaingan di dunia usaha adalah persaingan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat luar biasa karena dapat menciptakan kesempatan lapangan kerja yang luas bagi masyarakat. Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat membawa perubahan struktural yang dimana dapat meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Perkembangan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lebih dikenal dengan sebutan usaha informal. Dikatakan penting dan berkembang pesat karena jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat banyak. Di jelaskan pada tahun 1997-1998 silam bisa dikatakan sistem perekonomian seperti sektor usaha mikro kecil dan menengah masih dapat beroperasi dan beraktifitas tidak ada pembatasan sehingga pada situasi krisis tidak begitu terpuruk karena pada waktu itu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak dilarang untuk bekerja berbeda dengan masa pandemi saat ini seluruh sektor terkena imbasnya termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Seperti swalayan sendiri memiliki strategi bagaimana dapat membuat toko tersebut unik dan berdiri agar bisa bersaing dengan perusahaan

besar. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri harus memiliki daya saing yang tinggi dan menjadikan pemasaran yang baik untuk produknya serta agar dapat menjadi pemasok untuk pelaku usaha lainnya.

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sendiri bermodal yakin, menarik dan teliti. Karena hal itu dapat menjanjikan berkembangnya suatu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut dan menjadikan kesuksesan pada toko atau swalayan tersebut serta kepuasan bagi pelaku UMKM. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri salah satu pilar ekonomi yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian Indonesia.

Meskipun Kabupaten Gresik sangat terkenal kota industri namun tidak kalah juga dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Gresik yang dimana sangat besar, pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus sangat di perhatikan karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memberikan dampak positif seperti halnya menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Apalagi usaha mikro di kota Gresik juga dapat dikatakan mengalami perkembangan yang cukup pesat di kota industry, mulai dari industry yang berskala kecil hingga industry yang berskala besar. Hal ini juga di dukung oleh beberapa pernyataan tersebut bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah sangat mempunyai peran penting untuk mensejahterahkan masyarakat.

Gambar 1.1 Rekap jumlah UMKM Kabupaten Gresik 2011-2016



Sumber : <https://diskoperindag.gresikkab.go.id/>, 2021

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdaftar di Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik (DISKOPERINDAG) sangat pesat pertumbuhan setiap tahunnya.

Perkembangan pasar bisa ditandai dengan tingkat tingkat penjualan atau volume penjualan yang dapat diukur berapa jumlah barang yang sudah terjual dan bagaimana kita dapat memastikan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Apalagi untuk bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seperti swalayan dimana risiko yang di dapat ialah sangat kecil yang terpenting ialah lokasi toko sangat strategis, apalagi untuk swalayan atau seperti toko kelontong yang menjual kebutuhan sehari-hari yang dimana bisa dikatakan tipe *fast move* atau cepat berputar sehingga perputaran modal juga sangat cepat.

Tingkat penjualan atau volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu terhadap laba penjualan, sedangkan laba atau keuntungan yang dimaksud ialah penentu suatu perusahaan tersebut yang dimana bisa dikatakan berkembang atau tidaknya suatu perusahaan atau swalayan tersebut. Karena

peningkatan peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri diharapkan dapat menjadi motor penggerak kehidupan ekonomi Indonesia dan dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha besar dan juga dapat menjadi salah satu solusi dari permasalahan ekonomi di Indonesia. Semakin tingginya volume penjualan atau tingkat penjualan maka keuntungan yang diperoleh juga semakin meningkat dengan ini suatu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu bertahan dan tumbuh berkembang lebih lama.

Mengingat banyaknya pesaing yang semakin ketat memaksa para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk selalu meningkatkan suatu inovasi agar membuat bisnis yang dijalani berkembang dan bertahan. Semakin meningkatnya kebutuhan sehari-hari konsumen akan memenuhi kebutuhannya. Pengaruh tingkat daya beli sendiri bisa dilihat dari harga produk dan tingkat pendapatan seseorang. Meskipun di tahun 2020 dan sampai sekarang ada fenomena yang dimana pasti membuat pendapatan untuk pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurun, agar dapat meningkatkan daya beli sendiri tidaklah mudah mengingat banyaknya persaingan dan beberapa perubahan permintaan konsumen. Selain itu supaya tidak kehilangan pangsa pasar dan dapat menyelaraskan strategi penjualan. Setiap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki ciri khas tersendiri untuk toko yang didirikan supaya dapat menarik tingkat daya beli masyarakat terhadap suatu produk sehingga pelanggan merasa puas.

Kepuasan menurut Kotler (2014:61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dimana kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan kepuasan pelanggan terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat memberikan suatu pelayanan yang baik sehingga dapat membuat konsumen membandingkan antara kinerja swalayan lainnya. Kualitas pelayanan yaitu merupakan hal penting untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) meskipun kinerja pemasaran bagus tetapi jika kualitas pelayanan yang sangat tidak nyaman bagi konsumen maka konsumen sendiri enggan untuk kembali ke toko tersebut

Meskipun demikian, tidak sedikit pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidak menyadari tentang kualitas pelayanan sehingga cepat atau lambat akan mengalami kemunduran atau kegagalan menjalankan bisnis tersebut.

Dari sini dapat dilihat bahwa pelanggan merupakan orang yang penting terhadap suatu bisnis. Kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang mana dikembangkan oleh Tjiptono (2015: 133) yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). yang baik, ramah dan profesional akan memiliki nilai tersendiri terhadap pelanggan ketika membeli suatu produk. Meskipun mewujudkan kualitas pelayanan bisa dibilang tidaklah hal yang sangat mudah.

Swalayan Luluk sebagai salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang harus menerapkan konsep dimana harus mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Atmaja (2018:11) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan merupakan kesempurnaan suatu pelayanan yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) karena kualitas pelayanan sendiri hal penting yang harus diperhatikan agar mampu bertahan dan tetap bisa menjadi pilihan oleh pelanggan.

Dari pemikiran diatas penelitian ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti, yang merujuk pada penelitian terdahulu pertama berdasarkan penelitian Sasangka Indra (2018) yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap volume penjualan pada Mini Market Minimart'90 Bandung. Kedua, pada penelitian Johan (2018) membuktikan bahwa daya beli secara parsial variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan.

Penelitian ini dapat disimpulkan untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat daya beli masyarakat, karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) balongpanggang seperti Swalayan Luluk bersifat konvensional tidak dapat dipesan online serta dapat dijadikan pemasok bagi toko-toko kecil apalagi untuk saat ini juga ada fenomena yang dimana pendapatan masyarakat menurun, dengan ini dapat melihat apakah dengan

menggunakan kualitas pelayanan disaat kondisi seperti ini dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Karena dari itu menurut peneliti tingkat daya beli dan kualitas pelayanan sangatlah penting untuk bersaing dan bertahan di dunia bisnis sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat dan membahas judul yang mempengaruhi tingkat penjualan. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul “Pengaruh Tingkat Daya Beli Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus Pada Swalayan Luluk Di Kecamatan Balongpanggang).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun uraian latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana tingkat daya beli dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap tingkat penjualan pada Swalayan Luluk?
- b. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada Swalayan Luluk?
- c. Bagaimana tingkat daya beli berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada Swalayan Luluk?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat daya beli dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap tingkat penjualan pada Swalayan Luluk?

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada Swalayan Luluk?
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat daya beli berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada Swalayan Luluk?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yang diperoleh. Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian diantaranya:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut:

1) Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan, membuktikan kebenaran yang diteliti dan bisa memahami masalah yang diteliti khususnya manajemen pemasaran yaitu pengaruh tingkat daya beli dan kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1) Bagi Swalayan Luluk

Hasil penelitian ini diharapkan untuk bisa mengubah pola pikir manajemen swalayan Luluk di Kecamatan Balongpanggang khususnya terhadap kualitas pelayanan dalam membuat tingkat penjualan meningkat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik simpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bahwa pada variabel tingkat daya beli dan kualitas pelayanan, secara simultan berpengaruh terhadap tingkat penjualan Swalayan Luluk. Dengan kata lain, dengan tingkat daya beli konsumen yang dalam kategori baik, dan kualitas pelayanan yang sesuai harapan konsumen akan meningkatkan tingkat penjualan Swalayan Luluk.
- b. Bahwa pada variabel Tingkat Daya Beli berpengaruh secara parsial terhadap Tingkat Penjualan Swalayan Luluk. Dengan kata lain jika Tingkat Daya Beli yang dimiliki konsumen dalam kategori baik, dan berdampak pada kemampuan konsumen untuk membeli barang atau produk yang dibutuhkan konsumen, sehingga tingkat penjualan Swalayan Luluk akan mengalami kenaikan.
- c. Bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Tingkat Penjualan Swalayan Luluk. Dengan kata lain jika Swalayan Luluk mampu memberikan pelayanan terhadap konsumennya dengan baik, serta melayani sesuai kebutuhan harapan konsumen, maka konsumen akan bahagia. Hal ini akan memberi peningkatan pada tingkat penjualan Swalayan Luluk.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah :

- a. Variabel independen yang di gunakan hanya tingkat daya beli dan kualitas pelayanan maka masih diarsa kurang leluasa untuk menanyakan banyak hal terhadap konsumen.
- b. Pengumpulan data penelitian ini yang menggunakan kuesioner, yang dalam hal ini didistribusikan secara langsung dengan memberikan kuesioner dan terkadang konsumen masih merasa segan tidak mau ketika hendak diminta untuk mengisi.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran bagi perusahaan terkait variabel Tingkat Penjualan dapat diperbaiki dengan cara meningkatkan pengetahuan terhadap kebutuhan konsumen.

- a. Variabel independen yang digunakan tinngkat daya beli dan kualitas pelayanan sehingga bisa dikembangkan, diganti atau ditambah dengan variabel *e-promotion*, kualitas produk, dan lokasi.
- b. Selanjutnya dalam penelitian ini, metode pengumpulan data bisa dilanjutkan dengan memperhatikan kesediaan konsumen sehingga ketika diberikan kuesioner tidak merasa terganggu dan terindikasi asal-asalan dalam mengisi data, sehingga data yang diperoleh akan mendapatkan akurasi jawaban yang seharusnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aji, Y. P., Soemarso, E. D. (2002). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, dan Kepercayaan Terhadap Word Of Mouth dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PT BRI Syariah KCP Ungaran*. Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan. Vol.5. No 1
- Aryanti (2019) “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pelanggan Pizza Hut di Solo*”. JurnalUMS.ac.id. Vol. 15. No 5. Solo
- Alma, Buchori. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Budiman, Johan. (2018). *Pengaruh Daya Beli Masyarakat dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Bisnis Property*. Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Teknik. UNISTEK, 2018, Edisi 5, No.1
- David. A dan Alexander L. Biels. 2012. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Esti Handayani (2019) “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Produk Terhadap Tingkat Penjualan*”. Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol. 16 No. 01
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hermawan, Agus, 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- <https://diskoperindag.gresikkab.go.id/>, 2021
- Indrawan dan Yaniawati. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen Pembangunan Dan Pendidikan (Revisi)*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Indriantoro, Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2014. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo
- Karim, Adiwarman. A., 2014, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Kallapur, S. & Trombley, M. A. (2000). *The Association Between Investment Opportunity Set Proxies and Relized Growth*. *Journal of Business Finance & Accounting*, 26 (3) &(4)
- Kotler., Amstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-15*. Penerbit
- Kusnadi, C. 2009. *Media Pembelajaran Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Malhotra, Naresh K., David F. Birks. 2016. *Marketing Research: An Applied Approach 3rd European Edition*. Harlow, England: Prentice-Hall
- Putong, Iskandar. 2016. *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Priyono, Agus. 2015. *Analisis Data Dengan SPSS*. Cetakan pertama. Malang: FE UNISMA
- Rahmawati dan Muslih. (2021). *Pengaruh Daya Beli Konsumen di Era Pandemi Covid-19 terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. *Journal of Management*
- Rahardja, Prathama., Manurung, Mandala. (2015). *Teori Ekonomi Makro*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sahaja, Irwan 2014. *Pengertian Penjualan*. (<http://irwansahaja.blogspot.com>) diakses 13 Desember)
- Sasangka Indra., Rusmayadi Rahmat. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*. Vol 8
- Soemarsono. 2002. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono, 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana. 2014. *Pemasaran & Teknis Pelaksanaannya*. Bandung: PT Taristo
- Suwarjono. 2000. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Subramanyan, KR. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta, Salemba Empat

Tjiptono, Fandy PhD. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi ke 5*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

