

Pengaruh Harga Jual Oli Drum Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Laut Sulindah Luwuk

The Effect Of Drum Oil Selling Prices On Sales Volume At PT. Laut Sulindah Luwuk

Sri Rahayu Husen*

Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk

*Email : srihayuhusen01@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga jual oli drum terhadap volume penjualan pada PT. Laut Sulindah Luwuk. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan sumber data berupa data sekunder yaitu laporan volume penjualan oli drum periode 2020-2023. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS 16.0 for windows*. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan model persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 455,393 - 0,062X$, maka model ini menunjukkan bahwa harga jual oli drum berpengaruh negatif terhadap volume penjualan pada PT. Laut Sulindah periode 2020-2023. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,656 menunjukkan bahwa pengaruh harga jual (X) oli drum yang digunakan dalam persamaan ini mempunyai pengaruh yang kuat terhadap volume penjualan (Y) dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,431 menunjukkan bahwa volume penjualan sebesar 43,1% dipengaruhi oleh harga jual (X) dan sisanya sebesar 0,569 atau 56,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Didapatkan bahwa hasil nilai probabilitas sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa harga jual (X) oli drum berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y) yang berbanding terbalik pada PT. Laut Sulindah Luwuk periode 2020-2023.

Kata Kunci : Harga Jual, Volume Penjualan

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of the selling price of drum oil on the sales volume at PT. Laut Sulindah Luwuk. The approach used in this study is a quantitative approach with a data source in the form of secondary data, namely the drum oil sales volume report for the 2020-2023 period. This study uses a simple linear regression analysis technique using the help of the SPSS 16.0 for windows computer program. Based on the results of the study, a simple linear regression equation model was obtained, namely $Y = 455.393 - 0.062X$, so this model shows that the selling price of drum oil has a negative effect on the sales volume at PT. Laut Sulindah Luwuk for the 2020-2023 period. The value of the correlation coefficient (R) of 0.656 shows that the influence of the selling price (X) of the drum oil used in this equation has a strong influence on the sales volume (Y) and the value of the determination coefficient (R^2) of 0.431 shows that the sales volume of 43.1% is influenced by the selling price (X) and the remaining 0.569 or 56.9% is influenced by other variables that are not studied in this study. It was found that the result of a probability value of 0.000 where the significance value was $0.000 < 0.05$ which showed that the selling price (X) of drum oil had a significant effect on the sales volume (Y) which was inversely proportional to PT. Laut Sulindah Luwuk for the 2020-2023 period.

Keywords: Selling Price, Sales Volume

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan organisasi yang mempunyai berbagai tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu tujuan yang penting untuk dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba optimum (Zaky & Muhtadi, 2009). Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan dan perluasan perusahaan. Pencapaian laba dapat dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai cara, salah satunya dengan cara penentuan harga jual (Hamdi, 2014). Menjalankan sebuah bisnis jual-beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. (Pane, 2018) Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-beli dari penjual ke tangan pembeli. Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting di samping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang atau jasa (Hendri, 2021). Seorang pelanggan atau konsumen seringkali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen. Karena permasalahan ini, perusahaan biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang beredar di pasaran (Dewi Intan Cahyani, 2024).

Penetapan harga jual produk dan jasa dalam perusahaan merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting (Afnina & Hastuti, 2018). Bagi manajemen, penetapan harga jual produk bukan hanya kebijakan dalam suatu pemasaran atau kebijakan keuangan melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Suatu jenis produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan terdapat kemungkinan dalam penentuan harga jual produk relatif tidak dijumpai masalah. Pada keadaan tersebut umumnya masing-masing perusahaan tidak dapat secara langsung mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual produk yang dihasilkan (Arda & Andriany, 2019). Permasalahan yang sering muncul dalam perusahaan adalah bagaimana menentukan harga jual yang tepat bagi konsumen. Seorang pengusaha perlu mempertimbangkan biaya-biaya dalam produksi dan perubahan yang terjadi dalam kuantitas produksi apabila ingin dapat menetapkan harga secara efektif. (Setyowati & Wiyadi, 2017) Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana indikator tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa (hafidzi et al., 2022). Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

Dari beberapa pendapat para ahli maka disimpulkan (Handoko, 1998) manajemen keuangan merupakan segala aktivitas organisasi atau perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, mengumpulkan dana, dan mengelola aset sesuai dengan tujuan organisasi secara menyeluruh serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien. Perusahaan yang berorientasi pada laba selain melakukan penetapan harga jual produk, juga harus memiliki tujuan dalam penetapan harga jual produk. Terdapat 4 (Empat) tujuan penetapan harga jual menurut Simamora (2000 : 575), antara lain sebagai berikut :

1) Memaksimalkan Laba atau Keuntungan.

Tujuan yang lazim dalam penetapan harga jual adalah untuk memperoleh laba yang maksimum. Organisasi membutuhkan laba usaha untuk memuaskan komunitas pemegang sahamnya dalam mengembangkan produk dalam rangka memaksimalkan laba usaha dibutuhkan data jumlah unit yang dijual pada harga jual yang berbeda ditambah etimasi biaya variabel dan biaya tetap.

2) Memaksimalkan Pendapatan demi Mendapatkan Pertumbuhan Pasar.

Perusahaan biasanya bersedia untuk mengorbankan sedikit keuntungan demi meningkatkan volume penjualan. Beberapa perusahaan berpendapat dan yakin lebih mudah memaksimalkan penjualan dari pada memaksimalkan keuntungan yang sifatnya lebih abstrak. Harga jual yang lebih rendah serta diiringi dengan memaksimalkan pendapatan dapat pula digunakan supaya *competitor* tidak dapat memasuki pasar.

3) Memaksimalkan Pangsa Pasar.

Tujuan memaksimalkan pangsa pasar untuk mendapatkan posisi pasar akan mengorbankan berbagai keuntungan dan pendapatan. Rancangan ini biasanya dipakai untuk menerobos pasar baru. Volume unit pasar yang maksimal biasanya penting dalam situasi dimana data penjualan unit dan angka-angka pasar dari keseluruhan bisnis dalam upaya menopang citranya.

4) Kepemimpinan Mutu.

Tujuan penetapan harga jual lain adalah untuk menopang suatu citra, seperti pemimpin mutu di sebuah pasar (Sahabuddin et al., 2023). Beberapa pelanggan menggunakan harga jual sebagai indikator mutu. Konsekuensinya harga jual suatu produk yang sesuai dapat memberikan persepsi di benak konsumen bahwa harga jual produk di perusahaan yang bermutu tinggi. Penetapan harga jual bagi perusahaan merupakan keputusan manajemen yang sangat penting.

Peranan perusahaan dalam proses penetapan harga jual barangnya sangat berbeda-beda, tergantung dari pada bentuk pasar yang dihadapinya. Menurut Soemarso (2005 : 182), ada tiga bentuk penetapan harga jual, yakni : Penetapan harga jual oleh pasar (*Market Pricing*), Penetapan harga jual oleh pemerintah (*Government Controlled Pricing*) dan Penetapan harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan (*Administered or Business controlled pricing*).

METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*). Data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Indriantoro dan Supomo (2002 : 147), data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dimana dalam pengumpulan data sekunder relatif lebih cepat dan lebih mudah dibandingkan data primer. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter yang di publikasikan dan tidak di publikasikan). Dalam penelitian ini data sekunder yang dimaksud adalah laporan penjualan periode 2020 sampai periode 2023. Regresi Linear Sederhana Regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual oli drum terhadap volume penjualan pada PT. Laut Sulindah Luwuk periode 2020-2023. Adapun persamaan regresi linear sederhana (Sugiyono, 2014 : 261) sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Volume Penjualan

X = Harga Jual

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

1) Koefisien Korelasi

Metode ini digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara penetapan harga jual oli drum terhadap volume penjualan. Adapun rumus koefisien korelasi linear sederhana (Sugiyono, 2009 : 249) sebagai berikut:

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

Dimana :

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah data
- X = Harga Jual
- Y = Volume Penjualan

Apabila nilai koefisien korelasi negatif berarti terdapat korelasi yang negatif atau berlawanan antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan bila harga r positif berarti terdapat hubungan yang positif atau hubungan yang searah antara variabel X dengan variabel Y. Berikut Tabel 1 terkait Interpretasi koefisien korelasi :

Table 1. Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan Hubungan
0,80 – 1,000	Korelasi Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Korelasi Kuat
0,40 – 0,599	Korelasi Sedang
0,20 – 0,399	Korelasi Rendah
0,00 – 0,199	Korelasi lemah atau tidak ada korelasi

2) Koefisien Determinasi

Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan (Akdon dan Riduwan, 2009 : 124) :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

- KP = Nilai Koefisien Determinan
- r = Nilai Koefisien Korelasi

3) Uji t

Uji t merupakan alat statistik secara individu untuk mengetahui signifikansi bahwa penetapan harga jual berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan maka digunakan uji t. Adapun rumus yang digunakan (Akdon dan Riduwan, 2009 : 125) sebagai berikut :

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

Dimana :

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah data sekunder
- t = nilai t

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Laut Sulindah merupakan distributor resmi pelumas pertamina yang berlokasi di Jalan Jenderal Ahmad Yani no. 161 Luwuk, Kabupaten Banggai. Pemilik perusahaan sekaligus komisaris dari PT. Laut Sulindah yaitu Ibu Julita Itung telah mendirikan perusahaan ini sejak tanggal 22 Juni 1984 di kota Luwuk dengan Akta Pendirian nomor : 156 di depan Notaris Hasan Zaini Zainal, S.H dan PT. Laut Sulindah

Sulindah telah terdaftar dengan TDP (Tanda Daftar Perusahaan) nomor : 1904160008 dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) nomor : 503/211/DPMPSTSP/PK/VI/2019. PT. Laut Sulindah telah melayani pelanggannya selama lebih dari 36 tahun. Perusahaan ini menyediakan pelumas untuk kebutuhan industri, marine, otomotif dan lain-lain. Data Penjualan Oli Drum PT. Laut Sulindah Luwuk pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Penjualan Oli Drum PT. Laut Sulindah periode 2015-2019

No	Tahun	Harga Jual	Volume Unit	Rupiah
1	2019,15	Rp55.530.000	716	3.888.565.000
2	2020,16	Rp55.935.000	623	3.404.615.000
3	2021,17	Rp56.095.000	629	3.490.270.000
4	2022,18	Rp57.125.000	493	2.775.375.000
5	2023,19	Rp57.125.000	555	3.120.545.000
Total		Rp281.810.000	3.016	16.679.370.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga jual oli drum Pertamina mengalami peningkatan dari tahun 2020 sampai 2022, dan pada tahun 2023 semua oli masih menggunakan harga yang sama dengan tahun 2022. Harga oli drum untuk Meditran SAE dan Turalik 52 mengalami peningkatan harga jual sampai tahun 2022, sedangkan untuk Rored EPA dan Rored HDA 90 mengalami kenaikan harga pada tahun 2020 dan tahun 2022 dan untuk oli Rored HDA 140 pada tahun 2019-2021 tidak mengalami kenaikan harga jual, kenaikan harga jual terjadi pada tahun 2022 dan oli ini merupakan oli dengan harga jual termahal dan memiliki volume penjualan yang paling sedikit diantara oli drum lainnya. Sementara itu, Meditran SAE merupakan oli dengan volume penjualan terbanyak.

Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana

Sebagaimana diketahui tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh harga jual (X) oli drum terhadap volume penjualan (Y) di PT. Laut Sulindah periode tahun 2019 s/d 2021. Adapun alat analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dimana perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program pengolah data *SPSS 16.0 for windows*. Hasil rangkuman analisis data menunjukkan bahwa penetapan harga jual (X) oli drum berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y), hasil rangkuman dapat disajikan dalam bentuk tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Bebas (X)	Variabel Terikat (Y)	Koefisien Regresi	Probabilitas
Harga Jual	Volume Penjualan	-0,062	0,000
Konstanta = 455,393			N = 45 $\alpha = 0,05$
Koefisien Korelasi (R) = 0,656			Dk = (N-2)
Koefisien Determinasi (R ²) = 0,431			Dk = (45-2) = 43
T _{hitung} = - 5,705			T _{tabel} = - 2,01669

Adapun model persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian adalah sebagai berikut: $Y = 455,393 - 0,062X$ Dari persamaan regresi linear sederhana diatas, dapat dilihat nilai konstanta sebesar 455,393 dan nilai koefisien regresinya sebesar -0,062. Nilai konstanta sebesar 455,393 memberikan arti bahwa apabila variabel harga jual bernilai nol (0) atau tidak ada variabel harga jual (X) maka nilai volume

penjualan (Y) adalah sebesar 455,393 satuan yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Sedangkan nilai b yaitu koefisien regresinya sebesar -0,062 yang memberikan arti bahwa jika harga jual oli drum mengalami kenaikan harga sebesar Rp 1, maka volume penjualan akan mengalami penurunan sebesar 0,062 satuan. Pada tabel terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang di gunakan untuk mengukur kuat atau tidaknya pengaruh harga jual (X) terhadap volume penjualan (Y) ditunjukkan dengan nilai sebesar 0,656. Angka ini menunjukkan bahwa pengaruh antara harga jual (X) yang digunakan dalam persamaan ini mempunyai pengaruh yang kuat terhadap volume penjualan (Y). Diperoleh nilai *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,431 atau sebesar 43,1% yang menunjukkan bahwa volume penjualan sebesar 43,1% dipengaruhi oleh harga jual (X) dan sisanya sebesar 0,569 atau 56,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel didapatkan hasil nilai probabilitas sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa penetapan harga jual (X) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y) yang berbanding terbalik. Berdasarkan hasil yang disajikan dalam tabel 4.2 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $-5,705 < T_{tabel}$ yaitu $-2,01669$. Nilai t_{hitung} dan T_{tabel} negatif karena hubungan antara penetapan harga jual oli drum dengan volume penjualan dalam konteks teori permintaan berbanding terbalik. Dimana penetapan harga jual yang tinggi/meningkat akan menyebabkan menurunnya permintaan/pembelian yang mengakibatkan terjadinya penurunan volume penjualan oli drum tersebut sehingga korelasinya berbanding terbalik. Akan tetapi kedua variabel tersebut saling berpengaruh terbalik. Harga jual memerankan peranan penting dalam dalam terjadinya kesepakatan jual dari penjual ke tangan pembeli. Karena harga sangat penting artinya bagi perusahaan, maka setiap perusahaan akan melakukan berbagai strategi dalam menetapkan harga yang terbaik. Oleh karena itu, dengan permasalahan ini perusahaan biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang di jual ke pelanggan. Adapun penetapan harga jual yang diterapkan oleh objek penelitian peneliti adalah penetapan harga jual dengan menggunakan metode *markup pricing* yaitu dengan menambahkan *markup* atau persentase laba yang diinginkan perusahaan. Dimana metode ini paling banyak digunakan oleh pedagang perantara karena tidak ada biaya-biaya produksi.

Diketahui hasil penelitian yang peneliti telah rangkum dalam tabel didapatkan persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa harga jual (X) berpengaruh negatif signifikan terhadap volume penjualan (Y) periode 2019-2023. Berdasarkan di dalam tabel 4.2 terlihat bahwa volume penjualan paling banyak terjadi di tahun 2015. Hal ini di karenakan harga beli yang tidak terlalu mahal dan biaya transportasi angkut barang yang belum naik dari Pertamina sampai ke PT. Laut Sulindah sedangkan di tahun 2023 volume penjualan (Y) oli drum menurun hal ini di karenakan harga jual (X) oli drum yang naik. Secara tidak langsung penetapan harga jual oli drum yang tinggi akan memiliki hubungan negatif atau berlawanan dengan volume penjualan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam hukum permintaan bahwa faktor harga (*price*) mempunyai hubungan berlawanan (berbanding terbalik) terhadap jumlah barang yang diminta. Sehingga kurva permintaan digambarkan sebagai kurva yang memiliki kemiringan (*slope*) negatif. Yang artinya, pada saat harga jual (X) oli drum naik, maka permintaan akan oli drum menurun dan hal ini mempengaruhi volume penjualan menjadi turun juga. Akibatnya keuntungan yang didapatkan perusahaan tidak sebanding dengan biaya-biaya atau pengeluaran untuk membeli oli drum dari Pertamina, jika hal ini berlangsung terus menerus bisa mengakibatkan potensi kerugian atau tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Sebaliknya jika harga jual (X) oli drum turun, maka permintaan akan oli drum akan meningkat dan mempengaruhi volume penjualan menjadi naik. Jika, volume penjualan oli drum meningkat maka kemungkinan keuntungan yang didapatkan perusahaan akan lebih besar. Keuntungan besar yang didapatkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk menilai kesehatan perusahaan atau efisiensi manajemen dalam perusahaan serta dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan harus mampu memperhatikan faktor-faktor yang erat hubungannya dalam mempengaruhi penetapan harga jual. Salah satunya adalah pesaing bisnis. Dalam setiap usaha tidak terlepas

dari pesaing bisnis yang menjadi kompetitor, apalagi jika pesaing bisnis tersebut memiliki produk yang sejenis. Oleh karena itu, perusahaan dalam menetapkan harga jual harus teliti dan memiliki data valid terkait dengan karakteristik produk. Sehingga nantinya dapat memenuhi harapan dan tujuan perusahaan untuk dapat bersaing dalam dunia usaha. Selain itu, perusahaan harus mampu menyediakan oli drum yang disesuaikan dengan permintaan yang ada pada pembeli. Jika oli yang disediakan terlalu banyak. Sementara tingkat pembelian *buyer* menurun maka akan terjadi ketidakseimbangan. Bahkan berpengaruh pada harga pasar yang ada. Oleh karena itu, untuk menciptakan keseimbangan pada pasar dibutuhkan barang yang sesuai dengan permintaan pembeli. Ditandai dengan jumlah yang sama pada satu waktu. Sehingga harga pun tetap normal, tidak mengalami lonjakan harga atau penurunan harga.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka didapatkan beberapa saran yang diberikan kepada PT. Laut Sulindah sebagai berikut:

- 1) Bagi PT. Laut Sulindah dalam menetapkan harga jual oli drum dari tahun ke tahun agar tidak terlalu besar sehingga penurunan jumlah penjualannya pun sedikit dan pangsa pasarnya juga dapat dipertahankan. Jadi sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan harga agar jumlah penjualannya dapat meningkat.
- 2) Diharapkan agar perusahaan mampu menciptakan dan memahami keseimbangan pasar. Dimana untuk menciptakan keseimbangan pasar dibutuhkan barang yang sesuai dengan permintaan pembeli. Ditandai dengan jumlah yang sama pada satu waktu. Sehingga harga pun tetap normal, tidak mengalami lonjakan harga atau penurunan harga.
- 3) Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan dalam penelitiannya serta menambahkan jangka waktu penelitiannya yang lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/JSEB.V9I1.458>
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 2, 434–440. <https://doi.org/10.55916/FRIMA.V0I2.66>
- Dewi Intan Cahyani, N. : 220210012. (2024). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pada Toko Buah Chaska Fruit Parepare dan Chaska fruit cabang Pinrang.*
- hafidzi, M. K., Rizqi, F., & Jumani, A. (2022). Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 203–214. <https://doi.org/10.38035/JIM.V1I1.30>
- Hamdi, F. (2014). *Peranan Analisis Biaya Volume Laba Terhadap Pencapaian Laba PT. Unitex Tbk.*
- Handoko, T. H. (1998). *Manajemen*. BPFE.
- Hendri, H. (2021). Analisis Pendapatan, Daya Saing dan Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Usaha Peternakan Sapi Perah Rakyat di Kabupaten Pelalalawan. *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.31258/JIP.17.1.1-8>
- Pane, D. N. (2018, July). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda).* <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/189>

- Sahabuddin, R., Maulana Arif, H., Dg Manai, S., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/JIMBI.V4I2.2775>
- Setyowati, E., & Wiyadi. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102–112. <https://doi.org/10.23917/DAYASAING.V18I2.4507>
- Zaky, O. M., & Muhtadi, Z. (2009). MANAJEMEN PEMELIHARAAN UNTUK OPTIMALISASI LABA PERUSAHAAN. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 8(1). <https://doi.org/10.21831/JPAI.V8I1.943>