



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 10211-10222

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Terhadap Daya Beli Konsumen di Rumah Pernik Kota Gorontalo

Citra Amelia Nusi¹, Yahya Antu², Sabriana Oktaviana Gintulangi³

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Administrasi Dan Ilmu Sosial

Universitas Bina Taruna Gorontalo

citraanelianusi@gmail.com¹, yahyaantu03@gmail.com², sabrianaoktaviana@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki pengaruh harga terhadap daya beli konsumen di Toko Rumah Pernik, Kota Gorontalo. Studi ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan survei, dengan menyebarkan kuesioner kepada seratus responden. Variabel harga diukur menggunakan empat indikator: kesesuaian harga, daya saing, suasana harga dengan keuntungan, dan keterjangkauan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk di Toko Rumah Pernik dinilai sesuai dan kompetitif oleh konsumen dengan rata-rata skor 77,63%. Daya beli konsumen, yang diukur melalui lima indikator utama, juga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 78,42%. Semua instrumen penelitian valid dan reliabel, seperti yang ditunjukkan oleh uji validitas dan reliabilitas. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen di Toko Rumah Pernik, dengan konsumen merasa harga yang ditawarkan sepadan dengan manfaat yang mereka terima.

Kata Kunci: Harga, Daya Beli, Konsumen, Toko Pernik

Abstrac

This study attempts to examine how pricing affects consumer purchasing power at the Rumah Pernik Store, Gorontalo City. In this study, survey methodology is combined with quantitative methodologies. via questionnaires distributed to 100 respondents. The price variable is measured using four indicators: price suitability, price competitiveness, price suitability with benefits, and price affordability. The research results show that product prices at the Rumah Pernik Store are considered appropriate and competitive by consumers with an average score of 77.63%. Consumer purchasing power, which is measured through five main indicators, also shows an average value of 78.42%. Validity and reliability tests demonstrate the validity and dependability of each research instrument. The research's conclusions show that pricing significantly affects what consumers choose to buy. power at Rumah Pernik Stores, with consumers feeling that the price offered is commensurate with the benefits they receive.

Keyword: Prices, Purchasing Power, Consumers, Goods Stores

PENDAHULUAN

Bisnis adalah perusahaan yang membuat barang dan jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Profit, yang sering disebut juga dengan laba, adalah keuntungan yang diperoleh setelah pendapatan dikurangi dari semua pengeluaran atau biaya, termasuk pajak. Ini adalah apa yang mendorong perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dan berbagai aktivitas lainnya. Menurut paham kapitalis, bisnis biasanya didirikan oleh pihak swasta untuk meningkatkan kekayaan pemilik atau kelompok usaha mereka. Namun, secara sederhana, bisnis dapat didefinisikan sebagai usaha yang dilakukan oleh seorang individu atau lebih yang bekerja sama untuk memperoleh keuntungan dengan menjual berbagai macam barang yang dibutuhkan oleh pelanggan atau kelompok orang yang bekerja sama komunitas.

Para pedagang kadang-kadang tidak hanya menjual barang yang mereka buat sendiri; banyak darimereka yang bekerja sama dengan perusahaan besar sebagai agen. Agen adalah individu atau perusahaan yang menunjuk pihak untuk melakukan pembelian, penjualan, atau pemasaran tanpa benar-benar mengalihkan barang secara fisik. (Cahyaningsih and Abadi 2023)

Perekonomian membutuhkan semua bisnis untuk tumbuh dan berkembang, dan pada titik tertentu, bisnis harus menjadi lebih besar untuk berkembang. Analisis kelayakan bisnis memerlukan perencanaan yang diukur untuk pengembangan bisnis. Produksi adalah yang sangat penting untuk studi kelayakan bisnis. Jika para pebisnis ingin mengembangkan usahanya dan berkembang sebagai perusahaan mereka Di zaman modern, sangat penting bagi mereka untuk mengubah cara berpikir mereka untuk mengikuti tren saat ini. Analisis aspek kelayakan harus dilakukan dengan akurat dan tepat jika tidak akan berbahaya. Produk dapat dianggap layak secara ekonomis jika dapat diterima, dibuat secara besar-besaran, dan dipasarkan. Teknis: Keputusan tentang Teknologi sangat penting karena dapat memengaruhi kinerja bisnis. Pemilihan teknologi yang tepat, seperti memilih peralatan yang tepat untuk memproduksi barang atau jasa dan dapat mempermudah dan meningkatkan produksi, akan sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan produk. Pemilihan teknologi yang tepat juga dapat mempersingkat waktu produksi, yang berarti produk yang lebih banyak, akan sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan produk. Pemilihan teknologi yang tepat juga dapat mempersingkat waktu produksi, yang berarti produk yang lebih banyak, akan sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan produk. diproduksi dan produsen memperoleh keuntungan yang lebih besar. Produksi produk atau jasa sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya membutuhkan teknologi canggih dan mumpuni. Pada akhirnya, pemasaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penulis ingin melakukan penelitian tambahan tentang " Studi Kelayakan Bisnis Di Tinjauan Dari Aspek Produksi berdasarkan penjelasan di atas."(Wahyuni et al. 2022)

Ini juga dirasakan oleh Toko Rumah Pernik Gorontalo, yang menjual pernak-pernik dan pakaian untuk semua orang dari bayi hingga dewasa. Oleh karena itu, harga konsumen yang ingin membeli barang di Toko Rumah Pernik Kota Gorontalo akan terpengaruh oleh hal ini. Dengan demikian, karena harga dan kualitas produk sangat memengaruhi daya beli konsumen, daya saing harga, harga terjangkau, kesesuaian harga dengan keuntungan, dan banyak pesaing yang menjual produk yang sama. Untuk meningkatkan jumlah pembeli, yang paling penting adalah mendapatkan stok atau produk dengan harga yang terjangkau tetapi tidak norak. Oleh karena itu, pemilik Toko Rumah Pernik Kota Gorontalo harus

mendapatkan produk karena itu, berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, itu dapat mempengaruhi daya beli pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Dalam hal ini tujuan penelitian agar dapat mengetahui harga terhadap daya beli konsumen di rumah pernik Gorontalo.

KAJIAN TEORI

HARGA (X)

Harga merujuk pada nilai yang dapat diukur dari barang atau jasa dalam bentuk uang atau barang lainnya, berdasarkan seberapa berguna barang atau jasa tersebut harga adalah untuk individu atau kelompok pada suatu waktu dan tempat tertentu. Jumlah yang dibayarkan untuk suatu benda, layanan, atau nilai total yang diberikan pelanggan atas manfaat yang terkait dengan kepemilikan atau penggunaan produk, layanan itu". Sementara itu menurut Assauri harga adalah beban atau nilai yang diterima konsumen melalui pembelian dan penggunaan suatu produk, termasuk biaya ekonomi konsumsi, biaya masyarakat non-ekonomi seperti waktu dan tenaga. "psikologi, risiko dan reputasi". atau prestise sosial".(Nurlela 2023)

Karena harga adalah salah satu komponen pemasaran yang harus dievaluasi oleh manajemen perusahaan karena memiliki kemampuan berdampak langsung pada penjualan dan keuntungan perusahaan. Harga adalah satuan uang atau ukuran lain, termasuk barang dan jasa, yang dapat dipertukarkan untuk mendapatkan hak pemasaran untuk memiliki atau menggunakan barang atau layanan. (Sani et al. 2022)

Menurut studi kasus etika bisnis syariah di industri kulit Magetan, menentukan harga dan pembayaran piutang pelanggan adalah penting karena jika kita tahu apa yang akan kita lakukan (Alim 2016) harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk membeli barang atau jasa yang diinginkannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.(Seng Hui 2023) menurut molontang Harga adalah jumlah uang atau produk dan biayanya agar penjual dapat menawarkan produk dengan harga yang sesuai dengan pelanggan. (Matondang, 2023) Daya beli seseorang adalah kemampuan mereka untuk membeli suatu barang; daya beli ini terkait erat dengan barang tersebut.(Farina et al.

2021) salah satu elemen perilaku konsumen dalam sikap konsumen dan kecenderungan seseorang untuk bertindak sebelum membuat keputusan membeli.(Brilliany 2022)

Harga sangat penting dalam setiap proses manufaktur. Harga dalam arti sempit adalah jumlah uang yang diminta. untuk suatu barang atau jasa. Ini adalah harga yang akan diterapkan oleh seorang atau lebih produsen untuk produk yang telah diproduksi sebelumnya. Salah satu bagian yang dapat disesuaikan dari paket pemasaran adalah harga. Namun, banyak bisnis yang tidak bertanggung jawab. Salah satu kesalahan yang paling umum Harga yang ditetapkan terlalu berfokus pada biaya, tidak cukup direvisi untuk mengamati perubahan pasar, atau tidak mempertimbangkan komponen pemasaran lainnya berubah untuk berbagai produk, segmen pasar, dan tujuan pembelian. Dalam menentukan harga, setiap produsen harus menggunakan bijak agar harga yang ditetapkan tidak berdampak negatif pada konsumen dan produsen. Ketika perusahaan harus menetapkan harga, penetapan harga adalah masalahnya. Ini terjadi ketika perusahaan membuat produk baru atau membeli produk lama. Dalam proses produksi, penting untuk menentukan harga untuk harga penjualan karena harga merupakan komponen penting dalam pemasaran. harga merupakan salah satu komponen penting Dalam bauran pemasaran , harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang diberikan untuk mendapatkan sesuatu. Untuk tujuan masing-masing, penentuan harga yang salah dapat menyebabkan produk tersebut tidak laku di toko. Pelaku bisnis harus dapat menentukan harga jual minimum yang disesuaikan untuk pelanggan mereka.(Harahap 2022)

Pendapatan

Dalam jangka waktu pendapatan, semua uang, baik tunai maupun nontunai, yang diterima dari penjualan barang atau jasa disebut pendapatan. Dengan Dengan kata lain, setiap orang mendapatkan uang karena mereka berbuat baik kepada orang lain. Namun, Pendanaan pribadi mencakup semua keuntungan yang diperoleh masyarakat, terlepas dari apakah itu berasal dari penyediaan atau faktor produksi mengatakan bahwa uang yang dapat berupa upah, keuntungan, atau sewa, atau jenis uang lainnya yang diperoleh dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan, juga disebut pendapatan, adalah pendapatan yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu

Pendapatan adalah semua uang yang diterima oleh perusahaan dari penjualan barang dan jasa yang dijualnya. Pendapatan, atau keuntungan, berbeda dari pendapatan. Pendapatan adalah pendapatan bersih yang sudah dikurangi biaya dan biaya, sedangkan pendapatan adalah pendapatan yang belum dikurangi biaya dan biaya. Penghasilan atau kompensasi yang diberikan kepada seseorang setelah mereka bekerja dikenal sebagai pendapatan individu atau pendapatan seseorang. Pendapatan ini juga dapat digunakan untuk tabungan dan usaha.(Ramadhan et al. 2023)

Pendapatan didefinisikan sebagai jumlah uang yang diperoleh perusahaan dari aktivitas ekonominya. dan hasil penjualan faktor produksinya. Dalam buku Sadono Sukirno "Pendapatan pengusaha adalah keuntungan", berbagai biaya dikurangi dari hasil penjualan. Pendapatan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan aliran pendapatan selama jangka waktu tertentu yang berasal dari penyediaan sumber daya alam, modal, tenaga kerja, dan modal dalam bentuk sewa, upah, dan bunga .(Gonibala 2019)

Sumber daya (SDM)

Sumber daya manusia merupakan komponen penting bagi setiap bisnis; keberhasilan atau kegagalan dalam persaingan ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia di sektor manufaktur kecil juga akan berjaya jika memiliki sumber daya manusia yang memadai. yang baik. Industri kecil akan meningkatkan ekonomi negara Akibatnya, meningkatkan kualitas sumber daya manusia sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Untuk meningkatkan kesuksesan industri kecil, banyak hal yang perlu diperhatikan saat membangun kualitas sumber daya manusia, berdasarkan temuan panel diskusi nasional Indonesia tentang memperkuat sektor usaha kecil menengah menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia yang rendah adalah salah satu hambatan untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan perusahaan kecil di Indonesia. Kompetensi, keterampilan, moral kerja, sifat, kesadaran akan pentingnya kualitas produk yang konsisten dan standar, dan wawasan kewirausahaan adalah komponen kualitas ini.(Sundari 2019)

Selama beberapa dekade, sumber daya manusia telah menjadi subjek penelitian yang menarik perhatian para peneliti. Modal manusia, modal struktural, dan modal

pelanggan membentuk modal intelektual. Kinerja dipengaruhi oleh praktik manajemen sumber daya manusia, termasuk struktur organisasi, pelatihan dan promosi karyawan, dan budaya perusahaan. Sumber daya manusia digital memiliki kemampuan untuk menghasilkan manajemen yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Tingkat pengungkapan informasi sumber daya manusia dalam laporan tahunan dapat mempengaruhi daya saing perusahaan dan kemampuan untuk menarik calon karyawan.. Secara keseluruhan, sumber daya manusia yang efektif dan dikelola dengan baik dapat berdampak positif.

Pada keberhasilan dan keuntungan perusahaan. Pemilik dan manajer harus pikirkan untuk berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia, dengan mematuhi peraturan manajemen sumber daya manusia, dan menyediakan pemangku kepentingan dengan informasi sumber daya manusia yang relevan.(Perdana. 2023)

Ini adalah beberapa contoh: tentang seberapa penting sumber daya manusia bagi suatu perusahaan. Karyawan tidak hanya mengharapkan kompensasi finansial, tetapi juga mengharapkan perlakuan yang baik di tempat kerja mereka. Selain kompensasi, karyawan menginginkan kebijakan yang adil, kolaborasi, martabat, dan kompensasi yang adil. Kompensasi memiliki dampak besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan dengan Karyawan yang bekerja secara penuh akan memiliki kualitas kerja yang baik, yang akan membuat mudah untuk menjalankan program kerja dan mencapai tujuan atau target perusahaan. Selain itu, bisnis akan berkembang, produknya akan diterima masyarakat, dan profitabilitasnya akan meningkat, menunjukkan kinerja. yang lebih baik. pentingnya komitmen karyawan dalam mempengaruhi kehidupan perusahaan.

elemen perilaku organisasi terutama yang berkaitan dengan komponen yang berkontribusi terhadap komitmen karyawan terhadap organisasi. Ada bukti bahwa kepuasan kerja menunjukkan tingkat komitmen organisasi. Menurut penelitian ini, kepuasan kerja dan komitmen kepada organisasi berkorelasi positif. Ini berarti bahwa peningkatan kepuasan kerja karyawan akan berdampak pada komitmen mereka terhadap perusahaan dan kehidupan perusahaan. Selain peran yang diharapkan sebagai bagian dari ketersediaan

sumber daya manusia, peran yang dimainkan oleh seorang pemimpin juga mempengaruhi kualitas sumber daya manusia. Pada lingkungan tempat kerja, setiap pemimpin bertanggung jawab untuk membantu, mendorong, dan memberikan instruksi kepada calon karyawan untuk meningkatkan tingkat kepuasan karyawan, tingkat komitmen terhadap organisasi, dan tingkat kinerja yang lebih baik.(Hazmanan Khair 2019)

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan, atau kerja lapangan, di mana penulis berfokus pada situs atau lapangan tertentu. Penelitian ini dilakukan di lingkungan alami, tetapi didahului oleh beberapa peneliti. Tujuan campur tangan ini adalah untuk menemukan fakta atau kejadian yang diinginkan peneliti untuk diamati. Metode kuantitatif digunakan. Penelitian kuantitatif menekankan analisis. fenomena dengan data numerik; pendekatan kuantitatif ini dimulai dengan pengumpulan data, analisis data, dan penyajian data. Metode ini banyak digunakan dalam bidang ilmu tertentu, seperti ekonomi, psikologi, dan kesehatan. atau teori yang telah ada Dalam penelitian kuantitatif, instrumen standar, seperti kuesioner atau tes, digunakan untuk mengumpulkan data, yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis secara objektif variabel penelitian.(Mustofa et al. 2024)

Daya Beli Konsumen

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, daya beli, didefinisikan sebagai keahlian seseorang, baik dari segi keluarga maupun masyarakat, untuk memiliki barang atau jasa yang diperlukan dalam hidup (Kamus Besar Bahasa Indonesia Online). Kemampuan individu sebagai pembeli untuk membeli barang dan jasa yang mereka butuhkan, menurut Supawi Pawenang. Daya beli masyarakat dapat ditunjukkan dengan meningkat atau menurun. ketika kemampuan beli masyarakat meningkat dibandingkan periode sebelumnya, sedangkan daya beli berkurang ketika kemampuan beli masyarakat menurun. beli masyarakat meningkat dibandingkan periode sebelumnya.(M. Fathrezza Imani 2022)

Daya beli konsumen didefinisikan sebagai kemampuan pembeli untuk membeli banyaknya item yang diinginkan pada pasar, tingkat pendapatan, dan jangka waktu tertentu. Selain itu, dia juga mengemukakan pendapatnya bahwa daya beli konsumen

adalah perilaku yang terjadi sebagai tanggapan terhadap objek yang menginspirasi pembeli untuk membeli sesuatu (Ardiva Zakia, 2022). Daya beli konsumen, yang didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk membeli dan memiliki hubungan erat dengan barang tersebut, telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi selama beberapa tahun terakhir. (Indirayuti 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan yang komprehensif mengenai pengaruh harga terhadap daya beli konsumen di Toko Rumah Pernik Kota Gorontalo. Analisis ini dimulai dengan pemaparan gambaran umum lokasi penelitian, yaitu sebuah butik yang terletak di pusat Kota Gorontalo dan telah mengalami perkembangan signifikan sejak didirikan pada tahun 2008. Dulu, toko ini hanya menjual pernak-pernik kecil, namun kini telah berkembang menjadi butik besar yang menjual berbagai jenis produk fashion, termasuk busana muslim dan aksesoris. Dari deskripsi karakteristik responden, penelitian ini menyajikan data mengenai usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan dari 100 responden. Mayoritas responden berasal dari kelompok usia 20–30 tahun. (45%) dan lebih banyak perempuan (63%) dibandingkan laki-laki (37%). Selain itu, sebagian besar orang yang menjawab memiliki tingkat pendidikan yang cukup. SMA/SLTA (47%). Penelitian ini juga menganalisis variabel harga dan daya beli konsumen. Empat indikator digunakan untuk mengukur variabel harga: kesesuaian harga, daya saing harga, keterjangkauan harga, dan nyamannya harga dengan keuntungan. menunjukkan bahwa nilai masing-masing indikator rata-rata berada pada kategori bagus, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,88 atau 77,63%. Ini mengindikasikan bahwa harga produk di Toko Rumah Pernik dianggap sesuai dan kompetitif oleh konsumen.

Sementara itu, daya beli konsumen diukur melalui lima indikator Tingkat pendapatan, tingkat kebutuhan, norma sosial, harga barang, dan gaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari semua indikator daya beli konsumen adalah 3,92 atau 78,42%, yang juga berada pada kategori bagus. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kemampuan untuk membeli produk dengan harga yang ditawarkan oleh Toko Rumah

Pernik. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan, yakni kuesioner, memiliki validitas yang tinggi.

Hasil Uji validitas menunjukkan bahwa untuk setiap variabel, semua item pertanyaan memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari rtabel, sehingga semua instrumen dinyatakan valid. Selain itu, uji reliabilitas menggunakan metode Crombach Alpha menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian ini reliabel, dengan nilai Crombach Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa Alpha lebih tinggi dari 0,60. harga memiliki dampak yang signifikan pada daya beli konsumen di Toko Rumah Pernik Kota Gorontalo. Konsumen merasa bahwa harga barang yang ditawarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, dan daya beli konsumen mendukung kemampuan mereka untuk membeli produk-produk di toko tersebut.

Tabel 1.1

ASPEK PENELITIAN	DESKRIPSI
Lokasi Penelitian	Toko Rumah Pernik, butik di pusat Kota Gorontalo, berkembang sejak 2008 dari toko pernak-pernik kecil menjadi butik besar.
Karakteristik Responden	-Usia 20-30 tahun (45%) - pendidikan: SMA/SLT (47%)
Variabel Harga	Diukur melalui 4 indikator: 1. Kesesuaian harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Keterjangkauan harga Rata-rata nilai indikator: 3,88 (77,63%)
Hasil Uji Validitas	Semua item pertanyaan valis (rhitung > rtabel)
Hasil Uji Reabilitas	Semua instrumen reliabel (Crombach Alpha > 0,60)
Kesimpulan Utama	Harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen. Konsumen merasa harga

produk sesuai dengan manfaat yang diperoleh.
--

KESIMPULAN

Bisnis adalah langkah-langkah yang diambil untuk menghasilkan keuntungan melalui penjualan barang atau jasa. Profit, juga dikenal sebagai keuntungan, dapat dihitung dengan membagi pendapatan dengan pengeluaran, termasuk pajak. Bisnis biasanya dijalankan oleh pihak swasta dalam sistem kapitalis dengan tujuan utama meningkatkan kekayaan pemilik. Sederhananya, bisnis adalah upaya yang dibuat oleh satu atau lebih orang untuk memperoleh keuntungan dengan menjual berbagai barang yang dibutuhkan orang. Pengusaha kadang-kadang bekerja sama dengan perusahaan besar sebagai agen dalam proses jual beli. Karena harga dan kualitas produk yang kompetitif mempengaruhi daya beli pelanggan, strategi penentuan harga produk yang tepat sangat penting di Toko Rumah Pernik Gorontalo. Oleh karena itu, pemilik toko harus menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga yang terjangkau bagi pelanggan untuk meningkatkan keuntungan dan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA cici

- Alim, Muhammad Zaahidul. 2016. "Penentuan Harga Dan Pembayaran Tempo Piutang Pelanggan dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus di Lingkungan Industri Kulit Magetan)." : 1–23.
- Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, Dkk. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(5): 2–9. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>.
- Brilliany, Effriena; Anton P.W. Nomleni. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek Dan Kepercayaan Merek." *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi* 2(1): 72–77.
- Cahyaningsih, Cahyaningsih, and M. Taufiq Abadi. 2023. "Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus Pada Agen 'Moses' Di Kabupaten Batang)." *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis* 5(1): 50–60.
- Farina, Desy, Revi Candra, Yudi Irawan, and Yudi Irawan. 2021. "Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar." *AL-ITTIFAQ: Jurnal Ekonomi Syariah* 1(1): 83.
- Gonibala, Nirfandi dkk. 2019. "Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kitamobagu." *Berkala Ilmiah Efisiensi* 19(01): 56–67.
- Harahap, Andri Anto. 2022. "'Penetapan Harga Nanas Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Nanas Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.'" : 1–57. [http://repository.uin-suska.ac.id/63468/%250Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/63468/2/SKRIPSI ANDRI ANTO HARAHAP.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/63468/%250Ahttp://repository.uin-suska.ac.id/63468/2/SKRIPSI%20ANDRI%20ANTO%20HARAHAP.pdf).

- Hazmanan Khair. 2019. "Kinerja Sumberdaya Organisasi Dalam Perspektif Kewirausahaan Upaya Peningkatan Keuntungan Usaha UMKM." *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(ISSN 2714-8785): 401–6.
- Indirayuti, Amanda. 2019. "KONSUMEN (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat Di Yogyakarta)." 1(1): 13–22.
- M. Fathrezza Imani, M. Khoirul Fikri, and Almas Filzah. 2022. "Pengaruh Kreatif, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* 2(1): 117–38.
- Matondang, Zulaika, Hamni Fadlilah, and Ahmad Saefullah. 2023. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 5(1): 18–38.
- Mustofa, Nurul Hadi et al. 2024. "Memahami Esensi Metode Penelitian Kuantitatif Understanding the Essence of Quantitative Research Methods." *Penelitian Guru Indonesia* 4(September): 3745–55.
- Nurlela, Nurlela. 2023. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Membeli Tiket Bioskop Online Melalui Aplikasi Tix.id Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2(2): 63–78.
- Perdana, Muhammad Afdhal Chatra et al. 2023. "Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, Dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia Terhadap Profitabilitas UMKM." *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan* 1(03): 135–48.
- Ramadhan, Anggia et al. 2023. "Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)." *Tahta Media* 02(2): 34–37.
<https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>.
- Sani, Sri Aderafika et al. 2022. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4(5): 1327–42.
- Seng Hui, Alfendo Louis. 2023. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Panca Asri Sentosa." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)* 3(3): 817–24.
- Sundari, Pipit. 2019. "Riset Ekonomi Manajemen." *Jurnal Untidar. Riset Ekonomi Manajemen* 2(2): 93–101. <https://www.neliti.com/publications/288840/peran-serikat-pekerja-dalam-mengoptimalkan-kualitas-hubungan-industrialstudi-kas>.
- Wahyuni, Wahyuni et al. 2022. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi." *VISA: Journal of Vision and Ideas* 2(2): 126–34.