

## Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Nes-V HWI (*Health Wealth International*) di Manado

Tessalonika Karuh  
Tinneke M Tumbel  
Olivia Walangitan

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi  
Email: [shaakaruh29@gmail.com](mailto:shaakaruh29@gmail.com)

---

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of price on sales of Nes V HWI (Health Wealth International) products in Manado. The purpose of this research is to find out whether price has an effect on sales of HWI Nes (Health Wealth International) products in Manado. In this study using a quantitative approach, with a sample of 50 respondents. Data collection in this study was carried out using a questionnaire and for analysis using the Statistical Product and Service Solution (SPSS Version 25). By using a simple linear regression analysis technique and the research results show a correlation coefficient (R) of 0.806, which means that there is a significant relationship between the independent variable and the dependent variable because the R value is close to 1. This indicates that the greater the X value, the greater the Y value. The value of R<sup>2</sup> is 0.806, which means that 80.6% of customer satisfaction is influenced by the service quality variable. This means that the price has a significant effect on sales of Nes V HWI products in Manado, which means the price of Nes V HWI products sold in the market is in accordance with the market price desired by HWI (Health Wealth International) consumers in Manado. The price of the Nes V product is in accordance with the market in Manado.*

**Keywords:** *Price, Product Sales*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Penjualan Produk Nes V HWI (Health wealth International) Di Manado. Dengan Tujuan Penelitian Untuk mengetahui Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Penjualan Produk HWI Nes (Health Wealth International) di Manado. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 50 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan Untuk analisis menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS Versi 25). Dengan Menggunakan Teknik analisis Regresi linier sederhana Dan Hasil Penelitian menunjukkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,806 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,806 yang berarti 80,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Yang Berarti bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Produk Nes V HWI di Manado, Yang dimana berarti bahwa Harga Produk Nes V HWI yang di jual di pasaran sudah sesuai dengan Harga pasar yang di inginkan oleh para konsumen HWI (Health Wealth International) di Manado berarti bahwa Harga produk Nes V Sudah sesuai dengan Pasar di Manado.

**Kata kunci :** Harga, Penjualan Produk

---

### **Pendahuluan**

Dalam dunia usaha, persaingan sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut, berkembangnya perusahaan sangat bergantung pada laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya. Olen

karena itu Setiap harus perusahaan dapat bersaing dan merebut pangsa pasar dari perusahaan yang sejenis, dan mempertahankan posisi atau kedudukan perusahaan di pasar serta terus berusaha meningkatkannya. Bagian pemasaran dalam perusahaan harus dapat mengetahui selera konsumen, apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen dan harus mampu menyediakan atau memenuhi apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Kegiatan dalam pemasaran meliputi empat variabel pokok yang disebut marketing mix atau bauran

pemasaran. Empat variabel tersebut adalah produk, harga, promosi, dan sistem distribusi, dimana keempat variabel tersebut harus saling berhubungan guna mencapai tujuan akhir perusahaan. Kemudian perusahaan harus mampu mengidentifikasi apa yang menjadi keunggulan dari perusahaan tersebut. Setelah itu perusahaan menetapkan kebijaksanaan yang efektif yang dapat menjadikan perusahaan unggul dari perusahaan yang lain, seperti keunggulan produk, keunggulan dari sisi harga, keunggulan dalam promosi maupun keunggulan dalam pendistribusian. Dari keempat variabel yang ada pada marketing mix adalah harga yang menarik perhatian peneliti. Mengapa demikian, karena harga merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atas penjualan barang dan jasa yang dipasarkan, selain itu harga juga merupakan suatu faktor penentu utama dalam keputusan bagi para konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu barang yang ditawarkan. Perbedaan harga sedikit saja atas suatu produk tertentu akan mempengaruhi motivasi konsumen dalam menentukan pembelian. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menjadi salah satu keunggulan dalam suatu perusahaan. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi pelaku usaha.

Penjualan merupakan salah satu aktivitas bisnis penting yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memperoleh laba yang merupakan tujuan utama dari sebagian besar perusahaan. Untuk dapat melaksanakan kegiatan penjualan dengan baik, setiap perusahaan perlu. Pengelolaan data dan informasi yang baik sangat diperlukan oleh pihak manajemen untuk dapat memudahkan dalam pengambilan keputusan dan langkah kebijaksanaan yang diperlukan demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut, dimana penjualan produk PT. Health Wealth International (HWI) mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada Masa Pandemi ini, Tapi mulai Mendekati pertengahan tahun 2022 penjualan produk mulai sedikit Stabil. PT Health Wealth International (HWI) telah hadir di berbagai kota di Indonesia. PT HWI hadir dengan berbagai produk kesehatan yang tentunya sangat bermanfaat bagi khalayak ramai. Berbagai produk ditawarkan pada masyarakat, dengan manfaat yang berbeda. Mulai dari penurunan berat badan, penghilang jerawat hingga perawatan miss V. Adapun produk yang diteliti dari PT HWI. Dalam penelitian ini adalah produk Nes V Yang dimana Harga Untuk Produk Nes V di mulai dengan Rp.200.000-Rp.275.000, HWI Health Wealth Nes V Ramuan Herbal Kewanitaan 250ml adalah produk kesehatan untuk wanita yang dibuat khusus untuk

memulihkan elastisitas organ intim wanita. NesV sangat aman dikonsumsi karena memiliki kandungan 100% Herbal dan tidak menggunakan perasa kimia, NesV dibuat secara khusus dengan menggunakan bahan-bahan alami seperti madu, kurma, manjakani, rumput fatimah, kunci pepet, kayu rapet, dan rempah-rempah lainnya. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai kepuasan konsumen baik terhadap penjual maupun pembeli melalui produk, harga dan kualitas pelayanan elektronik, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu Apakah terdapat pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Nes V HWI (Health Wealth International) di Manado?

Berdasarkan rumusan masalah yang ditemukan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Nes V HWI (Health Wealth International) di Manado.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Harga**

Harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Harga juga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Adapun pengertian harga menurut para ahli:

Menurut Alma (2011:169), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

Menurut Assauri (2014:223), harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut.

Menurut Tjiptono, dkk., (2019), harga mempunyai peranan penting yang terdiri dari: Bagi Perekonomian. Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan. Tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal, dan seterusnya.

### Bagi Konsumen

Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun jugamempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi toko, pelayanan, nilai (value) dan kualitas).

### Bagi Perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distirbusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga mempengaruhi posisibersaing dan pangsa pasar perusahaan.

### Penjualan Produk

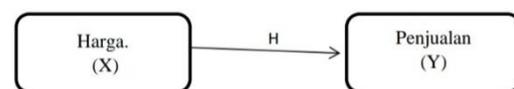
Swastha DH (2014:9) penjualan merupakan satu bagian dari promosi dan promosi adalah satu bagian dari program pemasaran secara keseluruhan. Sedangkan menurut Winardi (2011) dikutip dalam blog purwasuka, penjualan adalah “Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak.” Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang diperlukan konsumen. Dengan adanya penjualan individu-individu bisa saling bertemu muka untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga saling menguntungkan (Marwan, 2009). Menurut Francis Tantri dan Thamrin (2016) “penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran”. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi.

Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, nogosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti

penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksankannya rencana penjualan yang ditetapkan (Assauri, 2011:23). Menurut Mulyadi (2010:202) mengemukakan pengertian penjualan adalah: “Penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik kredit maupun tunai”. Sedangkan menurut Hery (2011) menyatakan bahwa: “Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan.

### Kerangka Pemikiran

#### Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

### Hipotesis

Hipotesis penelitian ini sebagai berikut : H. Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Nes V HWI (Health Wealth International) Manado.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif Deskriptif yakni mengumpulkan, menyusun, mengolah serta menganalisis data dalam bentuk yakni angka yang dalam praktiknya diberikan perlakuan tertentu yang diteliti didalamnya. Menurut Sugiyono (2010:13) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan pada dilakukan pada MTC Mega mass dan IT Center. Kota Manado, Sulawesi Utara. Waktu, Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Produk Nes V HWI di Manado Dan Penentuan sampel penelitian sebesar 50 orang Konsumen dengan Menggunakan Rumus Roscoe, menggunakan semua dari populasi. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis korelasi sederhana (Bivariate Correlation) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan

yang terjadi antara dua variabel. Dengan Menggunakan Metode (1); Uji Regresi linier Sederhana, . Dan Uji Hipotesis dalam penelitian ini adalah (1); Uji Koefisien Determinasi, (2) Uji t Parsial.

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas

Variabel Harga dengan 8 Pertanyaan, dengan masing-masing nilai r Hitung 1.(0,810), 2.(0,797), 3.(0,772), 4. (0.738,) 5.(0,693), 6.(0.738), 7.(0,815), 8.(0.863). Hasil Uji Variabel Harga dapat diketahui bahwa semua item pernyataan kuesioner semua dinyatakan valid dengan dengan R tabel 0,2542 karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan r hitung > r tabel, sehingga semua item tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data

Variabel Penjualan Produk dengan 10 Pertanyaan, dengan masing-masing hasil r Hitung, 1.(0,742), 2.(0,727), 3.(0,797), 4. (0.803,) 5.(0,878), 6.(0.711), 7.(0,766), 8.(0.520). 9.(0.482), 10.(0,664) Hasil Uji dapat diketahui bahwa semua item pernyataan kuesioner semua dinyatakan valid, dengan R tabel 0,2542 karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan r hitung > r tabel, sehingga semua item tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data

#### Uji Reliabilitas

Diketahui variabel Harga, Nilai Cronbach's Alpha Sebesar 0,901 dan Variabel Kepuasan Konsumen 0,886. Maka dinyatakan reliabel, dengan demikian dapat dipercaya, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > dari 0,05.

### Analisis Korelasi Sederhana

Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana

Model		X	Y
X	Pearson Correlation		.512
	Sig. (2-tailed)		.001
	N		60
Y	Pearson Correlation	.512	
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	60	60

Berdasarkan Hasil di atas, didapatkan hasil bahwa  $0,001 < 0,05$  maka bisa dijelaskan bahwa kuisisioner dalam penelitian ini saling berkorelasi. Nilai Pearson correlation bersifat positif dengan jumlah 0,512 maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berhubungan secara positif terhadap

kepuasan pelanggan dan tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sedang.

### Regresi Linier sederhana

Tabel Hasil Uji Regresi linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9,202	3,499			2,630	,011
	Harga	,986	,105	,806		9,435	,000

a. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi linear Sederhana sebagai berikut :  $Y = 9.202 + 0,986 X$  Penjelasan adalah bahwa Nilai konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar 9.202 artinya apabila variabel bebas Harga (X) dalam keadaan konstanta atau (0), maka nilai Penjualan (Y) nilainya sebesar 9.202. Artinya Harga tidak ada, Penjualan tidak akan tinggi.

Koefisien regresi Penjualan Produk ( $\beta_1$ ) sebesar 0,986 artinya setiap kenaikan satu variabel Harga (X) maka nilai variabel Penjualan (Y) akan naik sebesar 0,986 artinya apabila Harga tidak baik, maka Penjualan Produk Nes V tidak akan tinggi. Sebaliknya apabila Harga baik, maka Konsumen Produk Nes V akan banyak.

### Koefisien Determinasi

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	R Std. Error of the Estimate
1	,806 <sup>a</sup>	,650	,642	3,41995

a. Predictors: (Constant), Harga

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,806 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,806 yang berarti 80,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 19,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

**Uji T**  
Tabel Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	9,202	3,499		2,630	,011
	Harga	,986	,105	,806	9,435	,000

a. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan hasil Uji t di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Produk Nes V HWI (Health Wealth International) di Manado, diterima.

**Pembahasan**

Koefisien regresi kualitas pelayanan ( $\beta_1$ ) sebesar 0,986 artinya setiap kenaikan satu variabel Harga (X) maka nilai variabel Penjualan (Y) akan naik sebesar 0,986 artinya apabila Harga tidak baik, maka Penjualan Produk Nes V tidak akan tinggi. Sebaliknya apabila Harga baik, maka Konsumen Produk Nes V akan banyak.

Diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,806 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,806 yang berarti 80,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 19,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Harga (X) berpengaruh terhadap Penjualan Produk (Y) yang berarti terdapat pengaruh Harga terhadap Penjualan Produk Nes V HWI Health wealth International di Manado. Yang berarti Harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Harga juga merupakan satu faktor penting Perusahaan dalam mencari konsumen dalam membeli produk yang di pasarkan oleh perusahaan khususnya HWI Health Wealth International di Manado

Penelitian ini sama dengan Penelitian Nelwan, William Areros, Johnny Revo (2016) Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri atas variabel kehandalan, daya tanggap,

jaminan, empati dan bukti Fisik Terhadap kepuasan nasabah,

Penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh Christian Benaino, Tampi, Tumbel (2017) dengan judul Pengaruh Harga Terhadap usaha meningkatkan volume penjualan Mobil Xenia Pada PT. Daihatsu Tbk Cabang Malalayang Manado, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap volume penjualan.

Harga masih sangat penting untuk mempengaruhi Penjualan Produk. Menunjukkan bahwa dengan memberikan Harga dengan sebaik-baiknya akan terciptalah Penjualan Produk yang tinggi dan pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan kepada oranglain untuk berbelanja di tempat yang sama.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah Harga berpengaruh terhadap Penjualan Produk Nes V HWI (Health Wealth International) di Manado. Yang dimana berarti bahwa Harga Produk Nes V HWI yang di jual di pasaran sudah sesuai dengan Harga pasar yang di inginkan oleh para konsumen HWI (Health Wealth International) di Manado berarti bahwa Harga produk Nes V Sudah sesuai dengan Pasar di Manado.

**Referensi**

Benaino, C. A, Tampi, J. R. E, Tumbel, M. T. 2017. *Pengaruh Harga Terhadap usaha meningkatkan volume penjualan Mobil Xenia Pada PT. Daihatsu Tbk Cabang Malalayang Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No.003.

Gaghana C.N, Tampi. J. R. E, Kalangi J. A. F. 2017. *Produk Semen Tiga Roda Pfa PT. ROBCAGA BEO Kabupaten Kepulauan Talauf*, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No.003.

Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gunarsih C. M, Kalangi J. A. F, Tamengkel, L. F, 2021. *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. Jurnal Productivity, Vol. 2 No. 1.

Kotler, P. & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran, (Edisi Ketigabelas)*. Ja-karta: Erlangga.

Neisisa C. T, Kalangi J. A. F. Walangitan. O. 2018. *Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi*

- Outlet Karombasan Manado*, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6, No. 003
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Metho)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Umar, H. 2005. *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Winardi, J. 2011. *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media