

PENDAPATAN USAHA DIPENGARUHI OLEH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI PEMASARAN

Herman Jelatu*

*Dosen Program Studi Kewirausahaan, ITBKPP

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 1 Maret 2023

Disetujui 25 Juni 2023

Keywords:

Perilaku Kewirausahaan,
Strategi Pemasaran,
Pendapatan Usaha

ABSTRAK

Abstract : *The level of income of a business has an impact on business people. Business life is guaranteed by understanding entrepreneurial behavior and marketing strategies. This research aims to examine the influence of entrepreneurial behavior and marketing strategies in increasing business income. The Counter Unit became the object of research using saturated sampling. Data analysis shows good data validity and reliability. The partial test results show that there is a positive and significant influence of entrepreneurial behavior and marketing strategy on business income. Simultaneous tests also confirm the positive and significant influence of entrepreneurial behavior and marketing strategy on business income.*

Abstrak : Tinggi rendahnya pendapatan suatu usaha, tentu akan memberikan dampak bagi pelaku bisnis. Usia bisnis tentu akan terjamin, jika pelaku bisnis mengetahui perilaku berwirausaha dan strategi pemasaran. Dalam hal penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha. Obyek penelitian ini adalah 11 Unit Konter, dengan penentuan sampel menggunakan sampel jenuh. Hasil analisis data menunjukkan bahwa, pengujian validitas, data terdistribusi valid. Pengujian reliabilitas, data terdistribusi reliable. Pengujian normalitas, data terdistribusi normal. Hasil uji parsial menunjukkan, pendapatan usaha secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran. Uji simultan menunjukkan, pendapatan usaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran.

Open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Alamat Korespondensi :

Herman Jelatu

Program Studi Kewirausahaan,

Institut Teknologi dan Bisnis Karya Pembangunan

Papua, Jl. YPKP No. 51, Sentani Kota

E-Mail : hermanjelatu@itbkpp.ac.id

PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran yang tinggi dikarenakan sebagai akibat dari krisis ekonomi yang ada di Indonesia, memberikan pelajaran berharga tentang perlunya kreatifitas dari setiap individu untuk tidak mengandalkan pekerjaan dari orang lain, melainkan menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja dan menghidupkan kembali roda perekonomian. Menurut Sudjana (2004:131), kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah sikap dan perilaku wirausaha yang inovatif, antisipatif, inisiatif, pengambil resiko, dan berorientasi laba. Sedangkan dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 Tahun 1995 tanggal 30 Juni 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, dikemukakan bahwa kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produksi baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Menurut Suherman (2008:11) kewirausahaan merupakan sikap dan perilaku seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Sehingga dapat diketahui bahwa kewirausahaan merupakan sikap dan perilaku seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju-mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya. Jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap untuk berwirausaha berarti seseorang mampu menciptakan lapangan kerja sendiri, dan tidak perlu mengandalkan orang lain maupun perusahaan untuk mendapatkan pekerjaan.

Kewirausahaan merupakan modal pertama yang ada pada diri manusia. Akan tetapi, kewirausahaan sendiri merupakan konsepsi maka untuk menerapkan kegiatan haruslah diwujudkan dalam berbagai perilaku, bisa saja seseorang mempunyai potensi kewirausahaan yang bagus tetapi tidak pernah diwujudkan potensi itu dalam perilaku maka potensi itu hanya tinggal potensi yang tidak mempunyai makna dalam dunia bisnis sebenarnya. Kewirausahaan menunjukkan pada semangat, sikap dan perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil resiko yang telah diperhitungkan berdasarkan atas kemauan dan kemampuan sendiri.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Begitu banyak para ahli pemasaran yang berusaha mendefinisikan arti dari pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli mempunyai satu kesamaannya yaitu melayani konsumen dan memenuhi kebutuhannya dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.

Terdapat beberapa pengertian pemasaran menurut para ahli yaitu menurut Daryanto (2011:1), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008:6), pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pendapat lain menurut Stanton dalam Swastha (2002:179) mengatakan bahwa pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan yang ada kepada pembeli potensial.

Persaingan yang timbul saat ini juga menuntut pengusaha untuk lebih cerdas menyikapinya. Sebagai reaksi tuntutan lingkungan tersebut, pelaku usaha perlu berinteraksi dengan lingkungan sebagai bentuk manifestasi bahwa mereka memiliki daya tangkap terhadap lingkungan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Reaksi inilah yang dikenal dengan istilah perilaku, yaitu reaksi manusia dalam menanggapi suatu objek suatu peristiwa. Dalam hal ini, pemilik usaha/wirausaha berperilaku karena adanya dorongan kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Untuk tujuan tersebut, diperlukan suatu perilaku yang didalamnya mengandung kompetensi yang dibutuhkan untuk keberhasilan usaha dengan kemampuan dan memanfaatkan peluang usaha dan kesanggupan mengambil resiko. Inilah yang dikenal dengan perilaku kewirausahaan (Jelatu, H., 2023).

Untuk dapat merebut pasar dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain maka setiap perusahaan harus mampu menyusun kegiatan usaha dengan tepat terutama dalam bidang pemasaran. Salah satu faktor pendorong keberhasilan suatu usaha dalam penjualannya ialah strategi pemasaran. Pemasaran biasanya di hadapkan pada masalah produk, harga, promosi, dan tempat yaitu berapa dan bagaimana ke empat faktor tersebut di tetapkan, hal ini agar tujuan yang di inginkan dapat tercapai dengan baik. Kemampuan wirausaha dalam mengenai masalah pemasaran menjadi sangat penting demi kelangsungan hidup usaha yang dijalankan dan mencapai tujuan yang ditetapkan (Jelatu, H., & Septikasari, D., 2024)

Persaingan yang ketat diantara pengusaha menuntut pengusaha memiliki pemasaran yang baik untuk dapat bertahan. Banyaknya jumlah pengusaha konter membuat hargapun semakian ketat, hal itu jelas berpengaruh terhadap pendapatan para pengusaha. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, bisnis usaha perlu membuat, menyusun, dan menetapkan pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memenangkan persaingan, dan melanjutkan kegiatan usaha atau bisnis tersebut. Salah satu pemasaran yang dapat memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan produk dengan harga yang dapat menjawab sesuai kebutuhan dan keinginan segmen pasar dan target yang di tujuh, sehingga pengusaha dapat menarik konsumen dan bahkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

LANDASAN TEORI

Perilaku Kewirausahaan

Perilaku kewirausahaan lebih menekan kepada keyakinan, ketidaktergantungan, individualitas, optimism, atau lebih menekan pada kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan, ketabahan, tekad, kerja keras, mempunyai semangat yang kuat atau dorongan kuat dan kemampuan mengambil resiko. Selain itu, perilaku kewirausahaan lebih mengarah pada kemampuan dalam memimpin, mudah berelasi, serta memiliki perspektif dan pandangan ke depan (Suharyono, S., 2017). Perilaku kewirausahaan memperlihatkan kemampuan pengusaha untuk melihat ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya masih kurang (Hendrawan, D., 2018).

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan gambaran yang dibuat dalam tahap perencanaan yang sifatnya kompleks, yang menjadi bagian dalam bidang pemasaran, yang menjadikan acuan terkait kegiatan yang akan dijalankan untuk didapat dalam tujuan pemasaran suatu produk dalam perusahaan. Atau dengan artian lain, strategi pemasaran rangkaian yang dimuatkan dalam tujuan atau sasaran yang akan dituju, yang didalamnya memuatkan terkait aturan atau kebijakan yang akan digunakan sebagai arahan bagi semua pelaku bisnis dari waktu ke waktu. Sehingga dengan demikian, strategi pemasaran didasarkan atas analisis produk yang dimiliki yang berkaitan dengan keunggulan dan kelemahan dilingkup perusahaan (Winarto, H., 2011).

Pendapatan Usaha

Menurut Hery (2013) pendapatan adalah arus masuk dari aktiva atau peningkatan yang lain dari aktiva atau penyelesaian suatu kewajiban entitas atau kombinasi dari keduanya mulai dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktiva lainnya yang merupakan kegiatan operasi utama dari perusahaan. Sedangkan Maulita, M., Adham, M., & Azizah, A (2019) menyebutkan bahwa pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung. Sumarni dan Jhon dalam Maulita, M., Adham, M., & Azizah, A (2019), pendapatan adalah jumlah uang yang dibayarkan kepada sipenerima dari pendapatan tersebut.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 11 Unit Usaha Konter. Teknik penentuan sampel, menggunakan sampel jenuh. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1 Data Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Tingkat Usia	Frekuensi	Persentase (%)
<30	7	63,6
31-40	4	36,4
40-55	-	-
Total	11	100

Sumber: Data Kuesioner diolah (2023)

Data pada tabel diatas menjelaskan bahwa, responden terbanyak berada pada usia < 30 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 63.6%. Usia 31 – 40 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 36.4%. Ini menunjukkan bahwa dari 11 unit konter yang telah dikumpulkan datanya, berdasarkan tingkat usia didominasi pada usia < 30 tahun.

Tabel 2 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	-	-
SMP	-	-
SMA	3	27,3%
SARJANA	8	72,7%
Total	11	100%

Sumber: Data Kuesioner di olah (2023)

Terkait data yang telah diuraikan, menunjukkan bahwa responden dengan latar belakang pendidikan terbanyak adalah responden berpendidikan Sarjana 8 orang dengan persentase 72,7%, selanjutnya SMA 3 orang dengan persentase 27.3%. Ini menunjukkan, pendidikan juga merupakan salah satu indikator utama dalam meningkatkan pendapatan usaha.

Tabel 3. Data Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase (%)
1-4 orang	7	63,6
5-20 orang	4	36.4
>20 orang	-	-
Total	11	100

Sumber: Data Kuesioner (2023)

Data yang dimuatkan dalam tabel diatas menjelaskan bahwa konter dengan jumlah karyawan 1 – 4 orang sebanyak 7 dengan persentase 63.6%, dan konter dengan jumlah karyawan 5 – 20 orang sebanyak 4 dengan persentase 36.4%. Dengan melihat data usaha dengan jumlah karyawan cukup banyak, maka dapat dipastikan bahwa perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran telah dilakukan dengan baik.

Tabel 4. Data Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
< 3 tahun	3	27.3
3-5 tahun	5	45.4
6-10 tahun	3	27.3
Total	11	100

Sumber: Data Kuesioner (2023)

Terkait data yang telah diuraikan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa responden dengan lama usaha <3 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 27.3%, 3 – 5 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 45.5%, 6 – 10 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 27.3%. Dengan melihat data usaha yang cukup lama, dapat dijelaskan bahwa perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran telah sesuai.

Tabel 5. Data Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
<10 juta	8	72,7
>10-25 juta	3	27,3
25-100 juta	-	-
Total	11	100

Sumber: Data Kuesioner (2023)

Data yang dimuatkan di atas menjelaskan bahwa, responden yang tingkat pendapatan usahanya <10 juta sebanyak 8 orang dengan persentase 72.7%, responden dengan tingkat pendapatan usaha 10 – 25 juta sebanyak 3 orang dengan persentase 27.3%. Tingkat pendapatan menjadi tujuan utama dalam berbisnis, sehingga cukup terbukti bahwa data telah menggambarkan perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran cukup baik.

Teknik Analisis Data

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Perilaku Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,665	0,602	Valid
	X1.2	0,668	0,602	Valid
	X1.3	0,620	0,602	Valid
	X1.4	0,772	0,602	Valid
	X2.1	0,665	0,602	Valid
Pemasaran (X2)	X2.2	0,668	0,602	Valid
	X2.3	0,620	0,602	Valid
	X2.4	0,772	0,602	Valid
	Y1	0,665	0,602	Valid
Pendapatan (Y)	Y2	0,668	0,602	Valid
	Y3	0,620	0,602	Valid
	Y4	0,772	0,602	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Dengan melihat hasil pengujian data melalui uji validitas dari ketiga variabel yang muatkan pada tabel di atas, maka dapat dibandingkan perolehan nilai R-tabel dan R-hitung. Perolehan nilai R-hitung lebih besar dari R-tabel, maka dapat disimpulkan data yang diperoleh terdistribusi valid.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	13

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Perolehan nilai *cronbach's Alpha* sebesar 0.808 atau setara dengan 80.8%. Ini menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran sangat berpengaruh besar dalam meningkatkan pendapatan. Namun, 19.2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 8. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.618	4.092		-1.617	.145
	Perilaku Kewirausahaan	.479	.172	.428	2.790	.024
	Strategi Pemasaran	.648	.129	.773	5.037	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa:

1. Perilaku kewirausahaan mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha, hal ini dapat disimpulkan dari nilai signifikan sebesar 0.024 lebih kecil dari 0.05.
2. Strategi pemasaran mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha, hal ini dapat disimpulkan dari nilai signifikan sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05.

Tabel 9. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.193	2	9.596	17.277	.001 ^b
	Residual	4.443	8	.555		
	Total	23.636	10			

a. Dependent Variable: Pendapatan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Perilaku Kewirausahaan (X1), Strategi Pemasaran (X2).

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Data yang telah dimuatkan di atas, menunjukkan bahwa secara bersamaan perilaku kewirausahaan dan strategi manajemen mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha.

Tabel 10. Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	.812	.765	.745

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Dengan melihat data yang dimuatkan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran mampu memberikan pengaruh sebesar 81.2%, ini menunjukkan bahwa keberadaan perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran mempunyai peran penting dalam meningkatkan pendapatan usaha.

PEMBAHASAN

Perilaku Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Usaha

Terkait data yang telah dianalisis, bahwa perilaku kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif terhadap pendapatan usaha. Terlihat pada hasil regresi bahwa perilaku kewirausahaan mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha. Ini dapat diartikan bahwa, ketika perilaku kewirausahaan meningkat sebesar, maka pendapatan usaha juga akan meningkat. Begitu juga

sebaliknya, ketika perilaku kewirausahaan menurun, maka pendapatan usaha juga ikut menurun. Hal ini dapat memberikan stimulasi bagi pemilik usaha untuk tetap memperhatikan, serta meningkatkan perilaku kewirausahaannya. Setiap pemilik usaha harus siap dan berani mengambil resiko, sanggup bersaing dengan kompetitor lain, mampu mengarahkan usahanya untuk jangka panjang, serta semangat dan percaya diri dalam mengembangkan usaha.

Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha

Data yang telah dianalisis menjelaskan bahwa, strategi pemasaran memberikan hubungan atau pengaruh yang positif terhadap pendapatan usaha. Disisi lain, uji parsial menjelaskan bahwa, strategi pemasaran memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha. Ini dapat diartikan bahwa ketika strategi pemasaran meningkat, maka pendapatan usaha juga ikut meningkat. Sebaliknya, ketika strategi pemasaran menurun, maka pendapatan usaha juga ikut menurun. Penjelasan tersebut menggambarkan bahwa posisi strategi pemasaran dianggap sangat vital, hal ini dikarenakan strategi pemasaran mampu menarik sejumlah pelanggan baru atau pengguna lama.

Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha

Dengan melihat hasil uji simultan, menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran mampu memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap pendapatan usaha. Ini menunjukkan bahwa dengan mengandalkan kedua variabel tersebut, maka akan lebih mudah dalam menguasai pangsa pasar, lebih cepat mencapai tujuan usaha, serta memberikan nilai kepercayaan yang tinggi terhadap pelanggan, sehingga pendapatan usaha akan semakin mudah didapat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka adapun yang menjadi kesimpulan adalah perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha, baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran sangat penting diperhatikan, dijaga dan ditingkatkan guna melangsungkan sekaligus meningkatkan pendapat usaha.

REFERENSI

- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Ferdinand. 2011. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang. Diponegoro.
- Hariani. 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Gas LPG*.
- Hendarwan, D. (2018). Menumbuhkan jiwa, perilaku dan nilai kewirausahaan dalam meningkatkan kemandirian bisnis. *Mbia*, 17(2), 59-68.
- Hery. 2013. *Akuntansi Keuangan Menengah*. CAPS (Central Of Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Irwan Darmesta. 2014. *Pemuasan Kebutuhan Konsumen*.
- Jelatu, H., & Jewaru, M. (2024). *OPTIMALISASI KINERJA ORGANISASI Sinergi Fasilitas Kerja, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Kepuasan Kerja*. AMERTA MEDIA.
- Jelatu, H., Maria, L., & Martin, J. (2023). The Influence of Level of Education, Training and Work Discipline on the Performance of Forestry Officials in Makassar. *Journal Markcount Finance*, 1(1), 47-59.
- Jelatu, H. (2023). The Influence Of Work Facilities And The Quality Of Human Resources On Employee Performance With Job Satisfaction As An Intervening Variable In The Population And Civil Registration Services Of Manggarai, East Manggarai And Manggarai West Districts. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 1(2), 16-25.
- Jelatu, H., & Ibrahim, I. A. (2024). Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Kinerja Kreatif Karyawan Melalui Teamwork dan Komitmen Kerja. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 1816-1827.
- Jelatu, H., & Septikasari, D. 2024. Berwirausaha Sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran. Ruang Karya
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2017. *Marketing Management 16 Edition*. New Jersey: Person.
- Maulita, M., Adham, M., & Azizah, A. (2019). Analisis Pengaruh Beban Usaha dan Pendapatan Usaha Terhadap Laba Perusahaan Pada PT. Arpeni Pratama Ocean Line Tbk. *Sebatik*, 23(2), 330-336.

- Nailul Kharomah. 2017. *Strategi Pemasaran Upaya Menarik Minat Pembeli*. Multi Mart Simbarwaringin.
- Rahmawati. 2012. *Teori Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Rini Istutiana. 2010. *Strategi Pemasaran Rumah Makan*. Etika Bisnis Islam.
- Sevy Harni Prashanti. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Sembako*. Punggur Lamapung Tengah.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono, S. (2017). Sikap dan perilaku wirausahawan. *Ilmu dan Budaya*, 40(56).
- Webster dan Wind. 2013. *Personal Selling and Sale Management*. Jurnal Akademi di Marketing Sains.
- Winarto, H. (2011). Strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomika Universitas Wijayakusuma Purwokerto*, 14(3), 23137.