

KETERKAITAN VARIASI PRODUK DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENINGKATAN LABA BENGKEL AHAS PANDAAN

Muhamad Imam Syairozi

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan

✉ Email: imamsyairozi@unisla.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi pengaruh variasi dalam produk dan tenaga kerja untuk meningkatkan laba di AHASS Workshop Pandaan apakah mereka memiliki efek parsial, di mana variabel secara simultan dan lebih dominan, jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan metode penelitian uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi, uji-t dan uji f. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Dari hasil data di atas dapat disimpulkan data tersebut valid, dan ada hubungan yang dapat diandalkan secara parsial dan simultan, dan variabel yang paling dominan adalah variasi produk. Dari hasil regresi linier berganda yang berpengaruh dominan terhadap peningkatan pendapatan di AHASS Workshop Pandaan adalah variasi produk. Koefisien regresi variasi produk (X_1) sebesar 0,563 berarti bahwa jika variasi produk meningkat sebesar satu unit maka pendapatan akan meningkat sebesar 0,563 dengan asumsi variabel lain memiliki pengaruh konstan.

Kata kunci— Variasi Produk, Tenaga Kerja dan Peningkatan Laba

This study was intended to identify the effect of variations in product and labor to increase profits at AHASS Workshop Pandaan whether they have a partial effect, where the variables simultaneously and more dominant, type of quantitative research conducted by validity test research methods, reliability, classical assumption, regression, coefficient of determination, t-test and f test. Methods of data collection were done by observation, questionnaire and documentation. From the results of the above data it can be concluded the data is valid, and there is a relationship reliable partially and simultaneously, and the most dominant variable is a variation of products. From the results of multiple linear regression that affects predominantly to the increase in earnings in the AHASS Workshop Pandaan was a variation of products. Product Variations regression coefficient (X_1) of 0.563 means that if variations product increased by one unit then the earnings will increase by 0.563 assuming that other variables held constant influence.

Keywords— Product Variations, Labor and Increasing Profit

© 2019 JBTI. All rights reserved

Article history : Received: 2019-10-14; Revised: 2019-10-22; Accepted: 2019-11-29

1. PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang mempunyai berbagai kegiatan tertentu dalam usaha untuk mencapai tujuan organisasi, yang pada umumnya bertujuan untuk menghasilkan laba yang optimal agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, dan semaksimal mungkin tidak mengalami kerugian dalam kondisi perekonomian yang semakin meningkat, dan banyaknya perusahaan yang sama yang memproduksi barang sejenis sehingga menciptakan

persaingan yang ketat. Perusahaan dituntut untuk memajukan serta mengembangkan usahanya ke tingkat yang lebih tinggi serta mempertahankan dan mengembangkan kualitas produksinya. Untuk mencapai keuntungan yang maksimal, maka salah satunya perlu kestabilan dari volume produk dan tenaga kerja dalam upaya peningkatan laba perusahaan. Dengan pemberian produk yang bervariasi dengan jaminan mutu kualitasnya, akan membuat harapan terhadap minat konsumen untuk membeli produk yang sedang diedarkan oleh produsen maupun distributor. Dengan produk yang bervariasi konsumen akan melakukan sebuah pembelian sehingga akan berdampak terhadap volume penjualan dan peningkatan laba. Dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk otomotif, membuat distributor berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang konsumen inginkan. Pihak distributor akan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan meningkatkan variasi berbagai produk.

Disamping itu ketatnya persaingan antar perusahaan dalam era ekonomi global menuntut perusahaan untuk selalu menjadi terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Persaingan yang terjadi merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena dengan adanya persaingan tersebut dapat menjadi salah satu pendorong dalam meningkatkan kinerja, serta dapat memberikan keuntungan positif bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar sehingga mampu memenangkan persaingan di pasar. Salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan sebagai pendukung keberhasilan perusahaan yaitu tenaga kerja yang berkualitas.

Dalam hal ini tenaga kerja merupakan salah satu sumber daya manusia perusahaan yang cukup memiliki peranan dalam pencapaian tujuan perusahaan dalam peningkatan laba. Semakin efektif kegiatan atau aktivitas tenaga kerja, semakin tinggi kompetensi teknik tenaga kerja semakin tinggi pula presentase peningkatan laba yang dialami oleh perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu dilakukan Rosdiyati yang berjudul Pengaruh Faktor Produksi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Usaha Telur Asin UD. Sumber Rejeki Desa Tawangrejo Turi Kabupaten Lumajang. Dari hasil penelitian didapatkan koefisien korelasi parsial antara laba dan jumlah produk ketika variabel lainnya konstan adalah sangat kuat koefisien korelasi parsial antara laba dan biaya tenaga kerja adalah 0,977. Variabel jumlah produk (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap laba (Y) dengan t hitung untuk variabel jumlah produk lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $35,151 > 2,00172$. Variabel biaya tenaga kerja (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap laba (Y) dengan t hitung untuk variabel biaya tenaga kerja lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $32,390 > 2,00172$. Variabel jumlah produk dan biaya tenaga kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba dan F hitung lebih besar dari F tabel yaitu sebesar $729,135 > 3,16$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwaterdapat hubungan yang erat antara variabel jumlah produk (X_1) dan biaya tenaga kerja (X_2) terhadap laba (Y). Menggunakan $\alpha = 0,025$ dan jumlah produk mempunyai korelasi paling besar, sehingga hipotesis pada UD. Sumber Rejeki yang menyatakan bahwa variabel jumlah produk (X_1) mempunyai pengaruh paling dominan dibandingkan dengan variabel biaya tenaga kerja (X_2) terbukti.

Dalam penelitian ini yang berbeda dengan penelitian terdahulu selain lokasi, waktu, data penelitian juga variabel bebas (X_1) dan (X_2). Data penelitian terdahulu lebih kesektor produksi di USAHA TELUR ASIN sebagai objek sedangkan penelitian kali ini lebih ke sektor distribusi produk pada USAHA BENGKEL AHASS PANDAAN. Penelitian ini juga punya kesamaan yaitu menggunakan Variabel terikat (Y).

Penelitian sejenis dilakukan oleh Indra Nurrahman dan Rd.Dian Herdiana Utamayang berjudul Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Survei pada pembeli smartphone

Nokia series X di BEC Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran dimensi variasi produk pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung, mengetahui gambaran keputusan pembelian smartphone Nokia series X di BEC Bandung, mengetahui temuan mengenai seberapa besar pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung. Objek atau unit analisis smartphone Nokia series X di BEC Bandung. Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah variasi produk dan variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif, dan metode yang digunakan explanatory survey dengan teknik yang digunakan systematic random samplin, dengan jumlah sampel sebanyak 100 pembeli. Teknik analisa data yang digunakan adalah path analysis dengan alat bantu software komputer SPSS 24.0. hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa dimensi variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung sebesar 63,5%. Sedangkan pengaruh secara parsial menunjukkan bahwa dimensi ukuran memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan pengaruh dimensi lainnya seperti harga, tampilan, dan bahan-bahan. Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis jalur terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi variasi produk terhadap keputusan pembelian pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung, yaitu 1) ukuran, 2) harga, 3) tampilan, dan 4) bahan-bahan. Pengaruh kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun secara parsial. Penulis merekomendasikan agar perusahaan membuat produk dengan variasi produk secara lebih menarik, sehingga keputusan pembelian meningkat.

Dalam penelitian ini yang berbeda dengan penelitian terdahulu selain lokasi, waktu, data penelitian juga variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Data penelitian terdahulu lebih kesektor elektronik smartphone sebagai objek sedangkan penelitian kali ini lebih ke sektor distribusi produk pada USAHA BENGKEL AHASS PANDAAN. Penelitian ini juga punya kesamaan yaitu menggunakan Variabel bebas (X).

Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Isti Faridisa, Leonardo Budi, dan Maria M. Minarsih yang berjudul Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeshop Semarang (ICOS Caffé). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Indonesian Coffeshop Semarang (I-cos Caffé) dan menganalisis variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada seluruh konsumen I-cos Café dengan sampel yang diambil sebanyak 96 responden dengan teknik non probability sampling. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = -0,687 + 0,418 + 0,229 + 0,470$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan terdistribusi secara normal. Urutan secara individu masing-masing variabel berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,47, diikuti variasi produk dengan regresi sebesar 0,418 dan yang terakhir variabel fasilitas dengan koefisien regresi sebesar 0,229. Model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 46,639 dan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu minat beli ulang. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terletak pada X1 yaitu Variasi Produk.

3. METODE PENELITIAN

Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada awal Bulan Maret 2019 sampai dengan Bulan Mei 2019. Penelitian dilaksanakan di Desa Pandaan, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. Lokasi

penelitian ini merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun penelitian ini dilaksanakan di Bengkel Ahass Pandaan, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positif, 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 atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono, 2015:8.

Dalam penelitian ini adalah data Bengkel Ahass Pandaan. Dari rencana penelitian diatas teknik penarikan sampelnya adalah menggunakan insidental sampling yang berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Adapun teknik pengambilan data dari penelitian ini adalah (a) Observasi menurut Sutrisno hadi (1986) merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono,2015:145). (b) Kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner terbuka yaitu titik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawab (Sugiyono,2015:142). (c) Dokumentasi merupakan catatan kejadian yang sudah lampau yang dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan dan karya bentuk (Satori dan Komariah 2014:148). Operasional variabel adalah hal-hal yang menjadi obyek penelitian yang di tetapkan dalam suatu kegiatan penelitian yang menunjukkan variasi atau dapat berubah-ubah baik secara kuantitatif maupun kualitatif (Suharsimi arikunto, 2013:17). Sesuai dengan judul dan pembahasan yang terjadi, maka penulis mendefinisikan tentang variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

(a) Variabel Bebas/Independen

Variabel (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat. (Sugiyono, 2015 : 39) Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Variasi Produk (X1) dan Tenaga Kerja (X2). Variabel Terikat/Dependen Variabel (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015 : 39) Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Peningkatan Laba.

Metode analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Berganda, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji t, Uji F.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pembahasan diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Uji Validitas: Hasil uji validitas diperoleh nilai r hitung $X1.1 = 0,908$, $X1.2 = 0,944$, $X1.3 = 0,800$, $X1.4 = 0,936$. r hitung $X2.1 = 0,967$, $X2.2 = 0,966$, $X2.3 = 0,890$, $X2.4 = 0,941$ r hitung $Y1.1 = 0,884$, $Y1.2 = 0,891$, $Y1.3 = 0,889$, $Y1.4 = 0,858$. Berdasarkan uji validitas untuk ketiga variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) diatas diperoleh r hitung > r tabel (0,300), sehingga keseluruhan indikator dari dua variabel tersebut dinyatakan valid

Uji Reliabilitas: Hasil pengujian reliabilitas dengan SPSS metode Alpha Cronbach's diperoleh koefisien alpha pada variabel bebas Variasi produk $X1 = 0,928$. R hitung $X2 = 0,956$ r hitung $Y = 0,885$ lebih besar dari standart reliabilitas (0,600) dengan tingkat signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dalam variabel bebas dan terikat adalah reliabel.

Asumsi Klasik :Hasil asumsi klasik terdiri dari :Uji Multikolenieritas, nilai VIF > 10 dan tolerance > 0,1, maka dapat disimpulkan data terjadi gejala Multikolenieritas. Uji Heteroskedasitas,

sudah memenuhi syarat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mengandung adanya Heteroskedasitas. Uji Normalitas, memenuhi syarat normal karena penyebaran titik berada disekitar atau mengikuti garis diagonal. Sehingga data diatas dapat dikatakan normal. Nilai DW = 1,924 nilai dengan (n=73) dan jumlah variabel independen (k=2). $Dl = 1,420$ dan $Du = 1,530$. Karena Dw terletak diantara du dan $(4-du) = 1,530 < 1,924 < 2,470$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak bisa menolak H_0 (gagal tolak H_0) yang artinya tidak ada autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif.

Uji Regresi Linier Berganda: Hasil uji regresi linier berganda $Y = 5,083 + 0,563X_1 + 0,149X_2$. Maka diketahui besar pengaruh X_1 sebesar 0,563 dan X_2 sebesar 0,149 dan nilai konstanta sebesar 5,083. Uji Korelasi Berganda: Hasil uji korelasi berganda diperoleh X_1 berkorelasi dengan Y sebesar 0,945 dengan signifikansi 0,000 yang artinya memiliki hubungan sangat kuat dan $X_2 = 0,932$ dengan signifikansi 0,000 yang artinya memiliki nilai korelasi searah dan kuat.

Uji Determinasi: Hasil uji determinasi berdasarkan dari data hasil perhitungan analisis regresi pada tabel diatas diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,894 yang berarti 89,4%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (Variasi Produk, Tenaga Kerja) terhadap variabel dependen (Peningkatan Laba) atau variabel variabel independen (Variasi Produk, Tenaga Kerja) mampu mejelaskan sebesar 89,4% variabel dependen (Peningkatan Laba) . sedangkan sisanya sebesar 10,6% ditentukan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Uji t: Berdasarkan hasil uji t parsial yaitu Variasi Produk (X_1) Tenaga Kerja (X_2), berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Laba Tenaga Kerja (Y), pada Bengkel AHASS Sugio. Dari hasil uji t parsial diperoleh thitung (X_1) $4,025 > t$ tabel = 2,648, thitung (X_2) = 1,063 > ttabel = 2,648. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya dari kedua variabel (X) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Peningkatan Laba (Y) pada Bengkel AHASS Pandaan.

Uji F: Berdasarkan koefisien determinasi secara simultan diperoleh Variasi Produk (X_1), Tenaga Kerja (X_2), berpengaruh signifikansi secara simultan. Hal ini dibuktikan dari hasil Fhitung= 295,001 > Ftabel = 4,92 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel Variasi Produk (X_1), Tenaga Kerja (X_2), mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Peningkatan Laba (Y) pada Bengkel AHASS Pandaan.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk dan tenaga kerja memiliki pengaruh secara parsial terhadap peningkatan laba pada bengkel Ahass Pandaan, sehingga terjadi pengaruh yang signifikan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk dan tenaga kerja memiliki pengaruh secara Simultan terhadap peningkatan laba pada bengkel Ahass Pandaan, sehingga terjadi pengaruh yang signifikan. Dari hasil regresi linier berganda yang mempengaruhi secara dominan terhadap peningkatan laba pada bengkel Ahass Pandaan adalah variasi produk.

6. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat penulis sampaikan adalah Diharapkan kepada pemilik untuk lebih serius dalam memperhatikan kondisi tenaga kerja dengan memperhatikan kinerja mekanik dalam proses pengerjaan motor konsumen, guna menciptakan tenaga kerja yang handal. Diharapkan kepada perusahaan untuk memperhatikan kualitas barang dan kualitas layanan untuk menciptakan keseimbangan variasi produk dan pelayanan yang diberikan demi menunjang pendapatan perusahaan. Diharapkan kepada kepala cabang agar mensupply barang

original secara merata kepada cabang bengkel yang dinaunginya agar nantinya stok barang menjadi sama rata dan dapat diandalkan oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari. 2010. Manajemen pemasaran. Jakarta : PT. Rajawali Pers
- Bungin, Burhan M. 2009. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Edisi pertama, Jakarta, Kencana.
- Efnita Titik. Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 12, Nomor 1, Januari 2015
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Faradisa Isti, Leonardo Budi, Maria M Minarsih. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeshop Semarang (ICOS Caffe). Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016
- Kotler, Philip & Kevin, L.K. 2012. Marketing Management. United States of America: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. jilid 2 Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jilid 2
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta. Bumi Aksara.
- Amaliya, Novita. 2014. Pengaruh Adanya Industri Kerajinan Songkok Terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat Desa Bojoasri Kecamatan Kalitengah Kab. Lamongan. Lamongan. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.
- Rajagopal. (2007) Impact Radio advertisements on buying behavior of urban commuter. International Journal of Retail & Distribution Management, Vol.39 Iss: 7 pp. 480 – 503.
- Rosdiyati. 2017. Pengaruh Faktor Jumlah Produksi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Usaha Telur Asin UD. Sumber Rejeki Desa Tawangrejo Turi Kabupaten Lamongan. Lamongan : Jurnal EKBIS Edisi Maret
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid pertama
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan Ke-22. Bandung. Alfabeta
- Sukirno, S. (2001) Pengantar Teori Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2004) Makroekonomi Teori. Pengantar. Jakarta: Raja Grafindo. Persada.
- Sukirno, S. 2006. Makro Ekonomi Teori Pengantar. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suharso, Puguh. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis. Jakarta. Indeks
- Sumarwan, ujang. 2008. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta, PT. Gramedia Utama.

Safitri Lisa, Mona Amelia, Sri Wahyuni. Pengaruh Variasi Produk, Kemasan, Kepercayaan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Oleh-Oleh Kerupuk Jangek Buk Kai di Kota Padang. Jurnal AdBispreneur Vol. 2, No. 2, Agustus 2017

Tanoso, Harry. 2011. Majalah Marketing : Galenium. Jakarta Program Hoki.