

Analysis Of The Effect Of Entrepreneurship Strategy And Entrepreneurship Knowledge In Increase Sales Volume (Case Study On Traders In Asia Megamas Medan)

Analisis Pengaruh Strategi Kewirausahaan Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Asia Megamas Medan)

Ferry Hidayat¹, Destina Harefa^{2*}

S.T. Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi Rekayasa Teknologi^{1,2}

Destina_Harefa@gmail.com²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing how the influence of entrepreneurial strategy and entrepreneurial knowledge on sales volume. The implementation of the research used a questionnaire as an instrument in the study. The data analysis method used in this study consisted of multiple linear regression analysis, coefficient of determination or R², partial testing and also simultaneous testing. The results of this study indicate that partially or simultaneously the variables of entrepreneurial strategy and entrepreneurial knowledge have a significant influence on sales volume.

Keywords : Entrepreneurship Strategy, Entrepreneurial Knowledge, Sales Volume

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap volume penjualan. Pelaksanaan penelitian menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi atau R², pengujian parsial dan juga pengujian simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial atau simultan variabel strategi kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi Kewirausahaan, Pengetahuan Kewirausahaan, Volume Penjualan

1. Pendahuluan

Pada masa globalisasi saat ini sangat banyak perubahan di segala sektor. Perubahan tersebut menuntut kemampuan-kemampuan baru setiap individu. Jika kita perhatikan sektor perekonomian sekarang sudah mengalami perubahan besar. Perubahan yang menuntut setiap individu untuk mau bersaing. Hal inilah yang melahirkan pebisnis-pebisnis dalam perekonomian. Bahkan tidak jarang banyak karyawan yang keluar pekerjaan, demi untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini merupakan dampak dari betapa menjanjikannya menjadi seorang wirausahawan untuk berkreasi dan berinovasi. Menciptakan wirausahawan sebanyak-banyaknya saat ini menjadi pekerjaan rumah yang utama bagi pemerintah di setiap negara saat ini. Tuntutan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang handal menjadi tugas yang berat. Indonesia sendiri dengan jumlah penduduk yang sangat tinggi, memiliki tugas yang sangat besar dalam rangka mengurangi angka pengangguran. Dengan terciptanya wirausahawan yang handal tentunya akan dapat memberikan dampak pada menurunnya tingkat pengangguran yang ada di Indonesia.

Medan merupakan ibu kota provinsi Sumatera Utara yang juga merupakan kota terbesar ketiga setelah DKI Jakarta dan Surabaya. Kota Medan sendiri memiliki berbagai wilayah yang menjadi tempat bagi masyarakat berwirausaha seperti salah satu contoh tempatnya adalah Asia Mega Mas. Asia Mega Mas sendiri dari dulunya sudah dikenal luas oleh

kalangan masyarakat dengan julukan china town yang mana biasanya pada saat sedang mendekati hari raya imlek, Asia Mega Mas akan sangat banyak dikunjungi oleh kalangan masyarakat dalam membeli keperluannya. Tidak hanya itu, Asia Mega Mas pada masanya juga sangat sering dikunjungi pada hari-hari biasa yang membuat jumlah wirausaha ditempat tersebut semakin banyak dari waktu ke waktunya. Akan tetapi untuk beberapa saat terakhir ini, Asia Mega Mas terlihat sangat sepi dikunjungi kalangan masyarakat sehingga membuat volume penjualan para pengusaha menjadi menurun drastis yang mana biasanya dalam sehari pengusaha bisa memperoleh 5-10 konsumen, akan tetapi sekarang ini hampir tidak mendapatkan konsumen.

Berikut ini data penjualan dari pengusaha yang ada di Asia Mega Mas:

Tabel 1. Data Volume Penjualan Periode Juni sampai September 2022

Jenis Usaha	Juli	Agustus	September
Makanan	Rp. 11.000.000 – Rp. 28.000.000	Rp. 10.000.000 – Rp. 25.000.000	Rp. 10.000.000 – Rp. 23.000.000
Minuman	Rp. 5.000.000 – Rp. 9.000.000	Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000	Rp. 4.000.000 – Rp. 7.000.000
Mainan Anak	Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000	Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000	Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000
Pakaian	Rp. 14.000.000 – Rp. 33.000.000	Rp. 12.000.000 – Rp. 30.000.000	Rp. 10.000.000 – Rp. 28.000.000

Sumber : Hasil Observasi, 2022

Dari pengamatan yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa penurunan dari volume penjualan pengusaha ini karena strategi para wirausahawan dalam menarik konsumen masih kurang efektif karena pada dasarnya ketika suatu produk atau jasa yang ditawarkan menarik, konsumen dipastikan akan tetap datang berkunjung untuk melakukan pembelian. Ketika suatu produk yang ditawarkan unik dan belum pernah dijual oleh pengusaha Medan manapun, hal tersebut akan menarik minat dan perhatian para konsumen untuk datang pembelian. Selain itu pengetahuan para wirausaha juga ternilai kasih kurang efektif dalam melaksanakan berbagai strategi penjualan yang dapat meningkatkan volume penjualannya. Para pengusaha juga dinilai hanya mengharapkan pada hari-hari besar tertentu saja. Walaupun demikian, tidak mengherankan jika semakin sedikit jumlah pengusaha yang ada di Asia Mega Mas.

Berdasarkan pada latar belakang yang ada membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Analisis pengaruh strategi kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan dalam meningkatkan volume penjualan (studi kasus pada pedagang di Asia Megamas Medan)

2. Tinjauan Pustaka

Menurut (Dharmawati, 2016), Kewirausahaan adalah kemampuan mengelola sesuatu dalam diri untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan sehingga lebih optimal sehingga dapat meningkatkan taraf hidup di masa yang akan datang.

Indikator Strategi Kewirausahaan yang digunakan adalah:

1. Kreatif, inovatif, banyak ide, atau ide dalam segala hal
2. Temukan dan isi peluang
3. Orientasi kepada konsumen
4. Berani dan siap mengambil resiko
5. Berani melakukan ekspansi dan diversifikasi usaha

Menurut (Soekidjo, 2018), pengetahuan adalah faktor kognitif yang merupakan kemampuan menghafal, mengingat sesuatu atau mengulang informasi yang telah diresapi atau ditangkap.

Indikator Pengetahuan Kewirausahaan yang digunakan adalah:

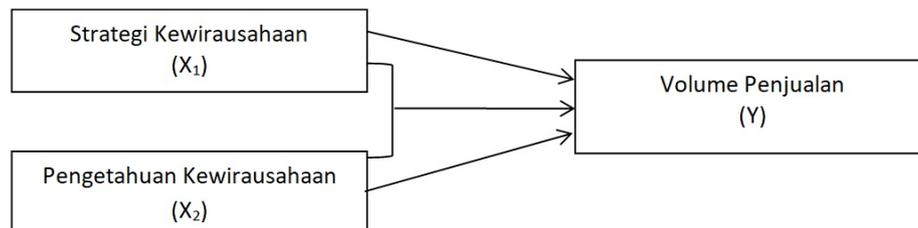
1. Mengambil risiko bisnis
2. Analisis peluang bisnis
3. Merumuskan solusi untuk masalah

Menurut (Ngalimun, dkk, 2019), Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang dinilai dalam satuan oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai keuntungan yang maksimal sehingga dapat mendukung pertumbuhan perusahaan.

Indikator Volume Penjualan yang digunakan adalah:

1. Target penjualan tercapai
2. Dapatkan keuntungan tertentu
3. Mendukung pertumbuhan perusahaan

Berikut adalah kerangka berpikir yang akan digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian adalah: Komplek Asia Mega Mas Medan. Waktu penelitian dimulai dari Juli 2022 hingga Oktober 2022.

Populasi dan Sampel

Menurut (Jaya, 2019), "Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Menurut (Endra, 2017), "Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Menurut (Endra, 2019), "Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya."

Metode Pengumpulan Data

Menurut (Herlina, 2019), "Dalam setiap penelitian dan riset, data merupakan bagian yang terpenting. Untuk memperoleh dan mengumpulkan data, ada beragam teknik yang bisa dilakukan, salah satunya dengan menggunakan angket atau kuesioner."

Menurut (Yuliawati, dkk, 2019), skala *Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala *Likert* meletakkan respon dalam suatu kontinum. Berikut ini contoh skala *Likert* dengan 5 pilihan:

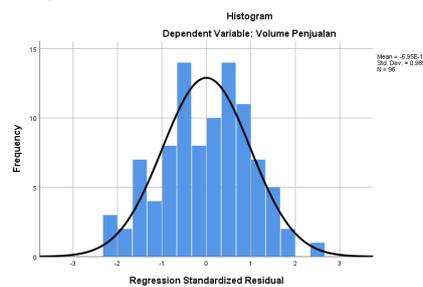
1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Biasa
4. Setuju
5. Sangat Setuju

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

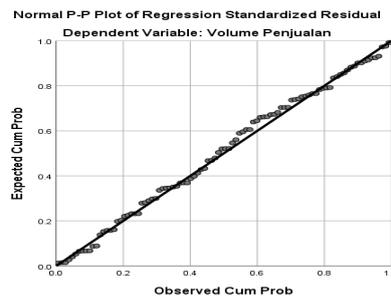
Menurut (Hasanuddin, 2020), uji normalitas adalah untuk *screening* terhadap normalitas data yang bertujuan jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini uji normalitas akan dideteksi melalui analisis grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

Menurut (Marsam, 2020), uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Histogram Graphic

Berdasarkan Gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 3. Normal Probability Plot Of Regression Graphic

Berdasarkan GAMBAR di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari GAMBAR tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Menurut (Enterprise, 2018), salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57464017
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.039
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Source : Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghodang, 2020), uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

Tabel 3. Multicollinearity Test

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	8.782	1.286			6.831	.000		
Strategi Kewirausahaan	.331	.092	.328		3.612	.000	.605	1.654
Pengetahuan Kewirausahaan	.368	.070	.480		5.278	.000	.605	1.654

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Source : Research Result, 2022

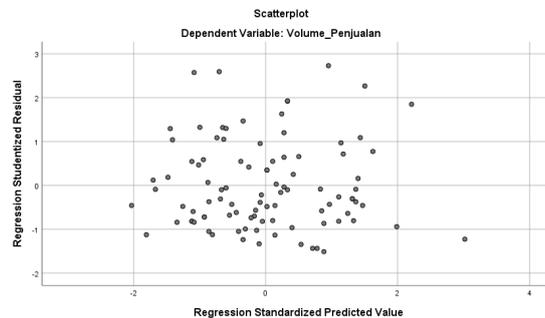
Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Riyanto dan Hatmawan, 2020), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi

heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser* memiliki kesamaan dalam pengambilan keputusan yaitu dengan melihat nilai sig dari variabel bebasnya dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila pada uji t untuk variabel bebas memiliki nilai sig < 0,05 (5%), maka dapat dipastikan terdapat heteroskedastisitas.
2. Apabila pada uji t untuk variabel bebas memiliki nilai sig > 0,05 (5%), maka dapat dipastikan tidak terdapat heteroskedastisitas.



Gambar 4. Scatterplot Graphic

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Riyanto dan Hatmawan, 2020), berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4. Multiple Linear Regression Analysis Test

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	8.782	1.286		6.831	.000		
Strategi Kewirausahaan	.331	.092	.328	3.612	.000	.605	1.654
Pengetahuan Kewirausahaan	.368	.070	.480	5.278	.000	.605	1.654

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Source: Research Result, 2022

$$Y = 8,782 + 0,331 X_1 + 0,368 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas, dapat diGAMBARkan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 8.782 menunjukkan nilai konstan, jika nilai variabel independen (X_1) adalah: strategi kewirausahaan dan variabel (X_2) adalah: pengetahuan kewirausahaan bernilai 0, maka volume penjualan adalah: masih bernilai 8.782.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = 0,331 menunjukkan bahwa variabel strategi kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap volume penjualan sebesar 0,331. Artinya: setiap kenaikan nilai strategi kewirausahaan (X_1) sebesar 1 satuan, maka nilai volume penjualan akan meningkat sebesar 33,1%.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = 0,368 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X_2) berpengaruh positif terhadap volume penjualan sebesar 0,368. Artinya: setiap kenaikan

nilai pengetahuan kewirausahaan (X2) sebesar 1 satuan, maka nilai volume penjualan akan meningkat sebesar 36,8%.

Koefisien Determinasi

Menurut (Ariawan, dkk, 2017), *R Square* (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 semakin mendekati 1. Suatu sifat penting R^2 adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R^2 dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*. Istilah penyesuaian berarti nilai R^2 sudah disesuaikan dengan banyaknya variabel (derajat bebas) dalam model. Memang, R^2 yang disesuaikan ini juga akan meningkat bersamaan meningkatnya jumlah variabel, tetapi peningkatannya relatif kecil. Sering kali juga disarankan, jika variabel bebas lebih dari dua, sebaiknya menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel 5.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.526	2.602

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Kewirausahaan, Strategi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Source : Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai adjusted R Square (R^2) yang telah dikorelasikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel atau tambahan ukuran sampel yang diperoleh adalah 0,526. Artinya pengaruh strategi kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap volume penjualan adalah: 52,6% dan sisanya 47,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut (Setyadi dan Desmawan, 2021), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$.

Kriteria:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau:

Jika $p < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $p > 0,05$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 6. ANOVA Test

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	726.767	2	363.383	53.665	.000 ^b
	Residual	629.733	93	6.771		
	Total	1356.500	95			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Kewirausahaan, Strategi Kewirausahaan

Source : Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} (53,665) > F_{tabel} (2,36) dengan taraf signifikan $0,00 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara strategi kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap volume penjualan.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut (Jaya, 2020), uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%.

Kriteria:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau:

Jika $p < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $p > 0,05$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	8.782	1.286		6.831	.000	
	Strategi Kewirausahaan	.331	.092	.328	3.612	.000	.605
	Pengetahuan Kewirausahaan	.368	.070	.480	5.278	.000	.605

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Source : Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada variabel strategi kewirausahaan (X_1) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} (3,612) > t_{tabel} (1,661) dengan signifikansi $0,001 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara strategi kewirausahaan terhadap volume penjualan.
2. Pada variabel pengetahuan kewirausahaan (X_2) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} (5,278) > t_{tabel} (1,661) dengan signifikansi $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap volume penjualan.

5. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat peneliti tarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada pedagang Asia Mega Mas Medan.
2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada pedagang Asia Mega Mas Medan.
3. Strategi kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada pedagang Asia Mega Mas Medan.

Saran

Untuk kedepannya para pedagang diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan pada produk yang ditawarkan dengan menggunakan strategi kewirausahaan yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian dan juga disertai dengan peningkatan pengetahuan pada kemampuan berwirausaha agar pengetahuan tersebut dapat membantu mencari solusi dalam meningkatkan volume penjualan.

Daftar Pustaka

- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Dharmawati, M. (2016). *Kewirausahaan*. Depok : PT. RajaGrafindo Persada
- Diandra, D. (2016). *Strategi Membangun Bisnis Mandiri*. Jakarta : Gramedia.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta : Deepublish Publisher
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Kurniullah, A. Z. (2021). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Putra, I Gst. B Ngr, dkk (2021). *Kewirausahaan*. Bali : Nilacakra.
- Sari, A. P., Anggraini, D. D., & Sari, M. H. N. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Siagian, V., Yuniwati, I., dan Rahman, A. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Tohardi, A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. University Press. Tanjungpura.
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Jakarta : UB Press.
- Wijayanti, T. (2019). *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Yuliawati, L., dkk. (2019). *Pertolongan Pertama Pada Waktu Kuantitatif: Panduan Praktis Menggunakan Softwar JASP*. Surabaya : Universitas Ciputra.