

Analysis Of The Effect Of Entrepreneurship Knowledge And Business Motivationon Business Success (Case Study On Selat Panjang Street Medan)

Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pedagang Jalan Selat Panjang Medan)

Mario Andriaskiton^{1*}, Elly Fahdian²

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

Elly_Fahdian@gmail.com¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the influence exerted by entrepreneurial knowledge and business motivation has on the success of the Medan Long Strait traders business. The research method uses a quantitative descriptive. The data collection method uses a questionnaire which will be measured using a Likert scale. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, partial testing, simultaneous testing and testing of the coefficient of determination. The results of this study indicate that partially or simultaneously the variables of entrepreneurial knowledge and business motivation have a significant influence on the success of the business of Medan Long Straits traders.

Keywords: Entrepreneurship Knowledge, Business Motivation, Business Success

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang diberikan oleh pengetahuan kewirausahaan dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha pedagang Selat Panjang Medan. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang akan diukur dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, pengujian parsial, pengujian simultan dan pengujian koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial maupun simultan variabel pengetahuan kewirausahaan dan motivasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang jalan Selat Panjang Medan.

Keywords: Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Usaha, Keberhasilan Usaha

1. Pendahuluan

Dewasa ini industri kuliner telah berkembang dengan pesat dan menjadi salah satu pendukung perekonomian di suatu daerah ataupun di suatu negara. Industri kuliner menjadi *hyper* kompetitif dimana terjadi persaingan yang begitu kuat antara perilaku bisnis di industri ini. Perkembangan pertumbuhan industri kuliner terus mengalami peningkatan karena dinilai sangat mudah dilaksanakan dan biasanya tidak membutuhkan modal yang terlalu besar terkecuali jika ingin membuat sebuah tempat makan yang istimewa dengan berbagai motivasi usaha yang berkualitas. Modal usaha yang tidak terlalu besar memicu munculnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada industri kuliner.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebuah bisnis yang dioperasikan oleh pelaku usaha secara individu, rumah tangga, ataupun badan usaha berskala kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. UMKM saat ini memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian negara, kondisi ini karena sektor UMKM adalah penyumbang PDB terbesar, paling banyak menyerap lapangan kerja, serta relatif tahan terhadap krisis keuangan. Medan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia dan menjadi ibu kota provinsi Sumatera Utara dan memiliki jumlah penduduk yang sangat padat serta memiliki daya beli

yang cukup baik sehingga hal ini menjadi kesempatan bagi para pelaku UMKM khususnya industri kuliner. Kondisi ini yang menjadi alasan ada banyak UMKM kuliner di kota Medan dimana salah satu UMKM tersebut adalah adalah Selat Panjang Medan.

Selat Panjang merupakan sebuah jalanan di kota Medan yang ramai akan pedagang dimana biasanya tempat ini disebut sebagai salah satu tempat kuliner terbaik pada masanya dan merupakan salah satu tempat yang sangat padat dan sering terjadi kemacetan. Untuk beberapa tahun terakhir ini, Selat Panjang terlihat sangat sepi dan bahkan dapat dibilang hampir tidak memiliki pengunjung. Hal ini membuat para pedagang tentunya berpikir kembali untuk meneruskan usahanya di lokasi tersebut sehingga tidak mengherankan jika setiap tahunnya jumlah pedagang yang ada di Selat Panjang terus mengalami penurunan. Penurunan tersebut juga dinilai karena kurangnya pengetahuan akan berwirausaha oleh para pedagang dan juga rendahnya motivasi para pengusaha untuk meneruskan usahanya tersebut.

Dapat diketahui bahwa pengetahuan para pedagang yang berada di Selat Panjang hanya sekedar memikirkan ide untuk menjualkan barang secara cepat dan biasanya hanya mengikuti para pedagang yang ramai akan pengunjungnya. Para pedagang tidak dapat memberikan sesuatu hal baru yang belum pernah dicoba oleh konsumen. Pedagang juga kurang memiliki pengetahuan dalam memahami perilaku konsumen sehingga dapat mengubah bahan dagangannya sesuai dengan kondisi dan kebutuhan para konsumen. Dengan demikian, hal tersebut tentunya dapat memberikan suatu kepuasan bagi konsumen dan menarik mereka untuk berkunjung secara rutin.

Selain itu, dalam hal motivasi yang menurun juga dapat diketahui oleh para pedagang yang tidak memiliki perkembangan usaha dari waktu ke waktunya dan hanya menunggu para konsumen datang untuk melakukan pembelian, ketika para konsumen yang datang berkunjung sepi, maka para pedagang hanya dapat duduk untuk saling bersosialisasi saja. Diluar itu, para pedagang juga biasanya hanya mengharapkan hari besar seperti: tahun baru atau hari raya imlek yang biasanya ramai dikunjungi oleh para masyarakat untuk membeli berbagai keperluan. Rendahnya motivasi juga diketahui dari para pedagang yang telah malas melakukan promosi dalam menarik konsumen untuk datang melakukan pemberian dan hanya mengharapkan pihak dari Selat Panjang mengadakan event untuk meramaikan kembali suasana seperti dulu kala sebelum adanya pandemic Covid-19.

2. Tinjauan Pustaka

Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

Indikator pengetahuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengambil resiko usaha
2. Menganalisis peluang usaha
3. Merumuskan solusi masalah

Motivasi Berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dalam berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk baru dan bernilai tambah guna kepentingan bersama.

Indikator motivasi berwirausaha yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Motif
2. Harapan
3. Insentif

Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya dan menjadi bagian utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Indikator keberhasilan usaha adalah:

1. Kemampuan menyesuaikan diri
2. Produktivitas
3. Kepuasan kerja
4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya

3. Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian adalah: Selat Panjang beralamat di Jalan Selat Panjang, Medan. Waktu penelitian dimulai dari September 2022 hingga Oktober 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan objek yang menjadi perhatian dalam suatu analisis. Objek ini seperti populasi disuatu tempat yang diobservasi dan diperoleh suatu karakteristik. Sampel merupakan populasi yang diambil sebagian objeknya dan dianggap mewakili populasi tersebut untuk dianalisa karakteristiknya. Jumlah populasi yang akan peneliti gunakan adalah seluruh UMKM yang ada di jalan Selat Panjang Medan dengan jumlah sebanyak 57 usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh dimana seluruh 57 usaha akan dijadikan sebagai sampel penelitian.

Metode Pengumpulan Data

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.

Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan tertulis untuk dijawab sekelompok responden penelitian. skala *Likert* merupakan alat untuk mengukur atau mengumpulkan data dengan cara menjawab item butir-butir kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek yang jenjangnya bisa tersusun sebagai berikut:

1. Sangat setuju/baik/suka
2. Setuju/baik/suka
3. Netral antara setuju dan tidak
4. Kurang setuju/baik
5. Sama sekali tidak setuju/buruk/kurang sekali

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut ini hasil pengujiannya:

Table 1. Result Of Price Variable Validity Testing

Kuesioner	r_{count}	r_{Tabel}	Keterangan
X1.1	0.898	0.361	Valid
X1.2	0.780	0.361	Valid
X1.3	0.899	0.361	Valid
X1.4	0.932	0.361	Valid
X1.5	0.797	0.361	Valid
X1.6	0.907	0.361	Valid
X2.1	0.859	0.361	Valid
X2.2	0.769	0.361	Valid
X2.3	0.776	0.361	Valid

X2.4	0.834	0.361	Valid
X2.5	0.875	0.361	Valid
X2.6	0.819	0.361	Valid
Y.1	0.904	0.361	Valid
Y.2	0.715	0.361	Valid
Y.3	0.581	0.361	Valid
Y.4	0.888	0.361	Valid
Y.5	0.727	0.361	Valid
Y.6	0.577	0.361	Valid
Y.7	0.688	0.361	Valid
Y.8	0.689	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Penelitian, 2022

Berdasarkan penelitian, untuk setiap variabel menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Table 2. Uji Reliabilitas Variabel

Reliability Statistics			
Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan	0.935	6	Reliabilitas Baik
Motivasi Usaha	0.903	6	Reliabilitas Diterima
Keberhasilan Usaha	0.870	8	Reliabilitas Baik

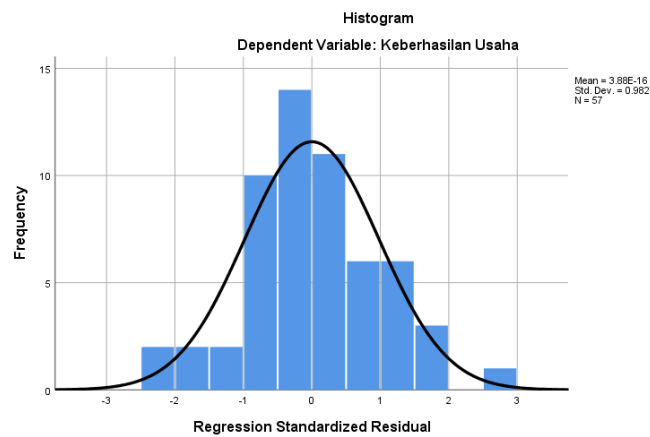
Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan penelitian, setiap butir *item* untuk seluruh variabel penelitian memiliki *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima. Setiap variabel item angket yang diuji validitasnya, semua angket telah memenuhi kriteria valid dan layak untuk digunakan sebagai angket pada penelitian selanjutnya. Sedangkan pada uji reliabilitas, semua item angket variabel reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen.

Uji Normalitas

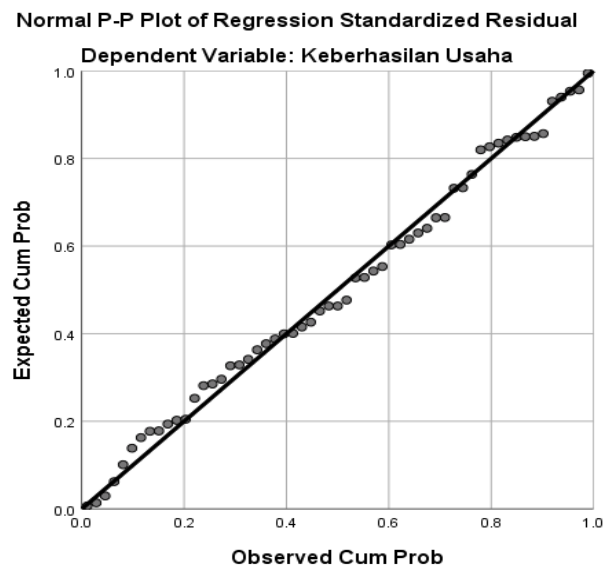
Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Berikut ini dasar pengambilan keputusannya:

1. 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.
2. 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 1. 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 2. 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.

Table 3. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90949261
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.051
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
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 0,05 yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi dalam model regresi dimana terdapat korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dimana model regresi yang baik tidak boleh memiliki korelasi yang sempurna atau hampir sempurna antar variabel independen. Metode pengujian yang umum digunakan adalah dengan melihat nilai Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan memiliki nilai Tolerance lebih dari 0,1.

Table 4. Multicollinearity Test

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.801	2.516		6.281	.000		
	Pengetahuan Kewirausahaan	.440	.088	.508	4.980	.000	1.000	1.000
	Motivasi Usaha	.313	.075	.424	4.155	.000	1.000	1.000

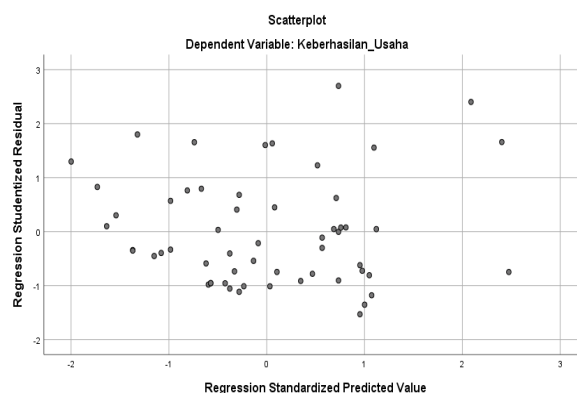
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

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

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana dalam model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. 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

Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel bebas.

Table 5. Multiple Linear Regression Analysis Test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.801	2.516		6.281	.000		
Pengetahuan Kewirausahaan	.440	.088	.508	4.980	.000	1.000	1.000
Motivasi Usaha	.313	.075	.424	4.155	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Source: Research Result, 2022

$$Y = 15,801 + 0,440 X_1 + 0,313 X_2 + e \quad (1)$$

Berdasarkan persamaan di atas, dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 15.801 menunjukkan nilai konstan, jika nilai variabel independen (X_1) adalah: pengetahuan kewirausahaan dan variabel (X_2) adalah: motivasi usaha bernilai 0, maka keberhasilan usaha adalah: masih bernilai 15.801.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = 0,440 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,440. Artinya: setiap kenaikan nilai pengetahuan kewirausahaan (X_1) sebesar 1 satuan, maka nilai keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 44%.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = 0,313 menunjukkan bahwa variabel motivasi usaha (X_2) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,313. Artinya: setiap kenaikan nilai motivasi usaha (X_2) sebesar 1 satuan, maka nilai keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 31,3%.

Koefisien Determinasi

Analisis determinasi atau disebut juga dengan R Square yang dilambangkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dimana semakin kecil koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh dari variabel bebas variabel (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin lemah. Sebaliknya jika koefisien determinasi mendekati angka 1, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Dengan demikian, jika koefisien determinasi adalah 0, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada persentase kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasinya adalah 1, maka ada kontribusi yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sempurna.

Table 6.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.437	.417	1.945

a. Predictors: (Constant), Motivasi Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Source: Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai 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 0,437. Artinya pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha adalah: 43,7%

dan sisanya 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti: keterbatasan modal, pekerjaan, latar belakang keluarga dan lainnya.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Pengujian menggunakan taraf signifikansi 5%. Kriteria penilaian hipotesis dalam uji F ini adalah:

H_0 Diterima jika: $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_a Diterima jika: $F_{hitung} > F_{tabel}$

Table 7. Anova Test

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158.797	2	79.399	20.998	.000 ^b
	Residual	204.185	54	3.781		
	Total	362.982	56			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Motivasi Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} (20,998) > F_{tabel} (3,16) dengan taraf signifikan 0,00 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan H_3 diterima dengan pengertian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t atau uji koefisien regresi parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Pengujian taraf signifikansi 0,05 dan uji dua sisi. Kriteria penilaian hipotesis dalam uji t ini adalah H_0 Diterima jika: $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_a Diterima jika: $t_{hitung} > t_{tabel}$

Table 8. Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.801	2.516		6.281	.000		
	Pengetahuan Kewirausahaan	.440	.088	.508	4.980	.000	1.000	1.000
	Motivasi Usaha	.313	.075	.424	4.155	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Source: Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada variabel job description (X1) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} (4,980) > t_{tabel} (2,004) dengan signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
2. Pada variabel motivasi usaha (X2) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} (4,155) > t_{tabel} (2,004) dengan signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha.

5. Penutup

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

1. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang jalan Selat Panjang Medan dengan nilai thitung (4,155) > ttabel (2,004) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang jalan Selat Panjang Medan dengan nilai thitung (4,155) > ttabel (2,004) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Pengetahuan kewirausahaan dan motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang jalan Selat Panjang Medan dengan nilai Fhitung (20,998) > Ftabel (3,16) dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$.

Saran

Untuk kedepannya para pedagang diharapkan dapat meningkatkan keberhasilan usaha yang dijalankannya saat ini dengan cara terus menambah pengetahuan dalam hal berwirausaha yang dapat dilakukan dengan mengikuti berbagai pelatihan ataupun menanyakan pengalaman dari pedagang lain. Selain itu motivasi yang dimiliki juga harus semakin meningkat agar pedagang dapat melayani para konsumennya dengan semangat setiap harinya.

Daftar Pustaka

- Andriani, dkk. (2017). *Desain dan Analisis Eksperimen, Untuk Rekayasa Kualitas*. Malang : UB Press.
- Djaali, P. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Ramdhani, Dadan. dkk, (2020). *Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta : Markumi.
- Setyawan. (2021). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Jakarta : Klaten.
- Sugiyono. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sutiah. (2020). *Pengembangan Pembelajaran Hybird Learning*. Sidoarjo: Nizama Learning Center.
- Syawaludin, M. (2017). *Sosiologi Perlawanan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset,
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Jakarta : UB Press.
- Yusuf, Muhammad dan Lukman Daris. (2019). *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. Bogor : IPB Press.