

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN KOPI KI OYO DI KECAMATAN RANCAH KABUPATEN CIAMIS)

Rosie Suci Pebriani¹, Sukomo², Endang Mulyadi³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Galuh, Jl. R. E. Martadinata No.150, Ciamis, Indonesia
Email: rosiesucip@gmail.com, sukomo@yahoo.com

ABSTRACT

The problems in this study are 1) How big is the development of Advertising and Promotions at the Kopi Ki Oyo company; 2) how big is the profitability development of Kopi Ki Oyo company; 3) how big is the effect of Advertising and Promotions on profitability at Kopi Ki Oyo company. The objectives of this research are 1) To determine the magnitude of the development of Advertising and Promotions at the Kopi Ki Oyo company; 2) To determine the magnitude of the development of the profitability of Kopi Ki Oyo; 3) To determine the magnitude of the effect of Advertising and Promotions on the profitability of Kopi Ki Oyo company. The research method used is the descriptive analysis method with the data analysis technique used is descriptive statistics. The results of this study are: 1) the magnitude of the development of Advertising and Promotions at the Kopi Ki Oyo company from the 2016 to 2019 period has increased every year, while in the last period of 2020 it has decreased due to several factors that were not examined in this study. The average amount of Advertising and Promotions each year is Rp. 45,825,200. while its development has increased by 3.25% every year; 2) the magnitude of the development of the profitability of the Kopi Ki Oyo company from the 2016 to 2019 period has increased every year, while in the last period of 2020 it has decreased due to several factors that were not examined in this study. The average amount of profitability every year is 61.73%, while its development has increased by 0.025% every year; 3) Advertising and Promotions have a positive and significant effect on profitability at the Kopi Ki Oyo company. The magnitude of the influence is 78.6%

Keywords: Advertising and Promotions, Company Profitability.

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1) Seberapa besar perkembangan biaya promosi pada perusahaan Kopi Ki Oyo; 2) seberapa besar perkembangan profitabilitas pada perusahaan Kopi Ki Oyo; 3) sebesapa besar pengaruh biaya promosi terhadap profitabilitas pada perusahaan Kopi Ki Oyo. Adapun tujuan penelitian ini dalah 1) Untuk mengetahui besarnya perkembangan biaya promosi pada perusahaan Kopi Ki Oyo; 2) Untuk mengetahui besarnya perkembangan profitabilitas Kopi Ki Oyo; 3) Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya promosi terhadap profitabilitas perusahaan Kopi Ki Oyo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah statistika deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) besarnya perkembangan biaya promosi pada perusahaan Kopi Ki Oyo dari periode 2016 hingga 2019 mengalami kenaikan setiap tahunnya, adapun pada periode terakhir tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan oleh beberapa faktor yang tidak di teliti pada penelitian ini. Adapun rata-rata besarnya biaya promosi setiap tahunnya sebesar Rp. 45.825.200. sedangkan perkembangannya mengalami kenaikan sebesar 3,25% setiap tahunnya; 2) besarnya perkembangan profitabilitas perusahaan Kopi Ki Oyo dari periode 2016 hingga 2019 mengalami kenaikan setiap tahunnya, adapun pada periode terakhir tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan oleh beberapa faktor yang tidak di teliti pada penelitian ini. Adapun rata-rata besarnya profitabilitas setiap tahunnya sebesar 61,73%, sedangkan perkembangannya mengalami kenaikan sebesar 0,025 % setiap tahunnya; 3) biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Kopi Ki Oyo. Adapun besarnya pengaruh sebesar 78,6%.

Kata Kunci: Biaya promosi, Profitabilitas Perusahaan

Cara sitasi: Pebriani, R. S., Sukomo., & Mulyadi, E. (2022). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Kopi Ki Oyo Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis). *J-KIP (Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan)*, 3(3), 655-661.

PENDAHULUAN

Didirikannya sebuah perusahaan tentunya jelas memiliki tujuan utama yaitu untuk memperoleh laba atau profit yang maksimal. Menurut Sartono (2012) menyatakan bahwa "Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri". Sedangkan menurut Harahap (2009), "Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan dan lain sebagainya." Artinya, profitabilitas suatu perusahaan akan lebih baik saat kemampuan perusahaan mencari keuntungan semakin baik. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus bisa meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan daya saing.

Perusahaan Kopi Ki Oyo yang berada di daerah Kecamatan Rancah, Kabupaten Ciamis ini merupakan perusahaan yang memanen sendiri biji kopinya, lalu diolah hingga menjadi produk siap jual yang berupa biji kopi berasan dan kopi bubuk. Dalam menghasilkan keuntungan atau profitnya, perusahaan Kopi Ki Oyo ini cenderung fluktuatif atau mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya. Hal tersebut sesuai dengan data yang diperoleh dari bagian keuangan Kopi Ki Oyo sebagai berikut:

Tabel 1. Data Profitabilitas

Tahun	Total Profitabilitas (%)	Perkembangan (%)	Persentase (%)	Keterangan
2016	60,69	-	-	-
2017	61,23	0,54	0,8	Naik
2018	62,76	1,53	2	Naik
2019	63,00	0,24	0,3	Naik
2020	61,00	-2	-3	Turun

Sumber: Perusahaan Kopi Ki Oyo (2021)

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, profitabilitas pada perusahaan Kopi Ki Oyo mengalami fluktuatif. Banyak faktor yang mempengaruhinya, namun salah satu yang paling besar pengaruhnya ialah dikarenakan Kopi Ki Oyo ini kopi asli Ciamis yang keberadaannya masih belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Masih banyak sekali konsumen yang tidak mengetahui akan adanya kopi di Ciamis ini. Perlu sekali melakukan kegiatan pemasaran yaitu promosi terhadap produk ini. Harus dilaksanakan promosi yang cukup besar dan menarik supaya dapat menarik konsumen untuk datang dan membeli produk ini.

Dalam memperoleh keuntungan, perusahaan memiliki banyak memiliki faktor pendukung, yang salah satunya adalah biaya promosi, Menurut Kotler (2006), "Biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi." Dapat dikatakan juga bahwa promosi di sini adalah "Kegiatan untuk menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen yang harus dilakukan secara efektif dan efisien." (Jefkin, 2000). Teori tersebut dapat dijadikan acuan bahwa profitabilitas bisa meningkat apabila disediakan biaya promosi yang digunakan dengan efektif dan efisien. Jika kita melihat data yang diberikan oleh bagian keuangan Kopi Ki Oyo, ternyata biaya promosinya pun mengalami fluktuatif, dapat dilihat dari data sebagai berikut:

Tabel 1. Data Biaya Promosi

Tahun	Total Biaya Promosi (Rp)	Perkembangan	Persentase	Keterangan
2016	40.520.000	-	-	-
2017	45.055.000	4.535	11%	Naik
2018	47.876.000	2.821	6%	Naik
2019	50.000.000	2.124	4%	Naik
2020	45.675.000	- 4.325	-8%	Turun

Sumber: Perusahaan Kopi Ki Oyo (2021)

Berdasarkan data dari tabel, terdapat kenaikan dan penurunan pula pada biaya promosi perusahaan Kopi Ki Oyo. Namun jika dibandingkan dengan tabel 1, seiring dengan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan bertambah, profitabilitas perusahaan pun meningkat. Seperti salah satunya dapat dilihat dari data pada tahun 2020, pada tahun tersebut mengalami penurunan yang cukup signifikan, pada saat biaya promosi diturunkan, profitabilitas pun menurun. Kemungkinan besar Kopi Ki Oyo melakukan promosi yang tidak bervariasi dan tidak melakukan promosi melalui media elektronik juga, sehingga menyebabkan hal tersebut terjadi.

Menurut Tjiptono (2007) "Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.". Sedangkan menurut Sutrisno (2009), "Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya." Sedangkan menurut Harahap (2009), "Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan dan lain sebagainya."

Garis besar dari penelitian ini yaitu untuk melihat apakah ada keterkaitan atau hubungan antara biaya promosi terhadap profitabilitas perusahaan Kopi Ki Oyo di Rancah, Ciamis melalui proses analisis data. Sartono (2012) menyatakan, bahwa "Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri." Artinya, profitabilitas suatu perusahaan akan lebih baik saat kemampuan perusahaan mencari keuntungan semakin baik. Dalam memperoleh keuntungan, perusahaan memiliki banyak faktor pendukung, yang salah satunya adalah biaya promosi. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa, "Keuntungan dapat meningkat karena biaya promosi yang tersebar di dalam volume yang lebih besar. Dengan mengeluarkan dana untuk promosi, perusahaan dapat mendominasi persaingan sehingga mencapai keuntungan maksimal dalam pangsa pasar yang tinggi serta meningkatkan harapan atas keuntungan yang lebih besar pada tahap selanjutnya."

Tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui besarnya perkembangan biaya promosi pada perusahaan Kopi Ki Oyo; 2) Untuk mengetahui besarnya perkembangan profitabilitas Kopi Ki Oyo; 3) Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya promosi terhadap profitabilitas perusahaan Kopi Ki Oyo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki dua objek penelitian yaitu biaya promosi sebagai variabel *independent* dan profitabilitas sebagai variabel *dependent*. Metode yang diambil pada penelitian ini ialah metode analisis deskriptif. Data yang diambil merupakan data sekunder yang berupa laporan keuangan yaitu biaya promosi dan profitabilitas dari perusahaan Kopi Ki Oyo. Adapun cara melakukan pengumpulan data ialah dengan cara dokumentasi, kemudian data yang diperlukan ialah laporan keuangan dengan tahun yang diteliti ialah tahun 2016 sampai dengan 2020.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu Biaya Promosi sebagai variabel *independent* dan profitabilitas sebagai variabel *dependent*.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan sebagai bahan analisis adalah data sekunder yang bersumber dari Perusahaan Kopi Ki Oyo.

Teknik Pengumpulan Data

Ada tiga teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu observasi, wawancara (*interview*) dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Data tersebut diolah dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dengan menggunakan alat bantu statistika non parametik. Untuk mengetahui pengaruh diantara kedua variabel tersebut, menggunakan alat analisis sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana (Product Moment)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kekuatan korelasi antara dua variabel yakni biaya promosi dengan profitabilitas.

2. Analisis Koefisien Deeterminasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap profitabilitas namun dalam bentuk presentase.

3. Uji t

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan variabel X terhadap variabel Y.

5. Uji Signifikansi (F_{test})

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang dihasilkan signifikan atau tidak signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopi Ki Oyo merupakan perusahaan yang dikelola oleh Bapak H. Oyo, yang mana perusahaan tersebut sudah berpindah tangan kepada anaknya yaitu Bapak Heri Sunarya yang dibantu untuk mengembangkan usahanya bersama cucunya (anak dari Bapak Heri) saudara Rifqi Muhammad. Kopi Ki Oyo adalah penghasil kopi berasan yang cukup besar dan sampa kini berkembang hingga sudah membuat *Coffee shop* dan juga telah mengeluarkan produk siap seduh. Begitupun jangkauan perusahaannya sudah sampai ke area Jawa Barat dan beberapa kali sembah ke daerah luar. Laporan keuangan Kopi Ki Oyo mengalami fluktuatif dari tahun periode 2016 sampai dengan 2020.

Pada penelitian ini, perusahaan Kopi Ki Oyo mengalami kenaikan perkembangan pada biaya promosi, dapat dilihat tabel 1 berikut:

Tabel 3. Perkembangan Biaya Promosi

Tahun	Total Biaya Promosi (Rp)	Perkembangan	Persentase (%)
2016	40.520.000	-	-
2017	45.055.000	4.535	11%
2018	47.876.000	2.821	6%
2019	50.000.000	2.124	4%
2020	45.675.000	- 4.325	-8%
Jumlah	229.126.000	5.155	13
Rata-Rata	45.825.200	1.288,75	3,25

Sumber: Perusahaan Kopi Ki Oyo (2021)

Pada tahun 2016 sampai dengan 2019, biaya promosi pada perusahaan ini mengalami kenaikan perkembangan setiap tahunnya, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar - 8%. Begitupun rata-rata besaran biaya promosi pada perusahaan ini pada periode tahun 2016 sampai dengan 2020 ialah sebesar Rp. 45.825.200 setiap tahunnya atau mengalami perkembangan kenaikan sebesar 3,25% setiap tahunnya.

Sedangkan, profitabilitas pada perusahaan Kopi Ki Oyo sendiri mengalami kenaikan yang sama, dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 4. Perkembangan Profitabilitas

Tahun	Total Profitabilitas (%)	Perkembangan (%)	Persentase
2016	60,69	-	-
2017	61,23	0,54	0,8
2018	62,76	1,53	2
2019	63,00	0,24	0,3
2020	61,00	-2	-3
Jumlah	308,68	0,31	0,1
Rata-Rata	61,73	0,07	0,025

Sumber: Perusahaan Kopi Ki Oyo (2021)

Pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 profitabilitas pada perusahaan Kopi Ki Oyo mengalami kenaikan, namun pada tahun 2020 perusahaan ini mengalami penurunan sebesar -3%. Adapun rata-rata dari profitabilitas perusahaan ini pada setiap tahunnya selama periode tahun 2016 sampai dengan 2020 ialah sebesar 61,73% atau perkembangan kenaikannya sebesar 0,025% setiap tahunnya.

1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana (*Product Moment*)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan perhitungan analisis koefisien korelasi sederhana (*Product Moment*). Pada analisis ini, dihasilkan nilai koefisien korelasi sebesar **0,887**.

		Biaya Promosi	Profitabilitas
Biaya Promosi	Pearson Correlation	1	.888*
	Sig. (2-tailed)		.044
	N	5	5
Profitabilitas	Pearson Correlation	.888*	1
	Sig. (2-tailed)	.044	
	N	5	5

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Angka tersebut, jika melihat pada tabel interpretasi koefisien korelasi berarti bahwa kedua variabel memiliki korelasi yang **sangat kuat**. Nilai r tersebut juga positif, yang berarti bahwa hubungan diantara biaya promosi dengan profitabilitas positif. Dapat diartikan pula, jika biaya promosi naik, maka profitabilitas pun akan naik.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Dari analisis koefisien determinasi ini mendapatkan hasil sebesar **78,6%**. Begitu pula sama hasilnya jika dihitung menggunakan SPSS, berikut hasilnya:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.788	.718	56.599

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Berdasarkan perhitungannya, hasil sebesar 78,6% memiliki arti bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap profitabilitas sebesar 78,6% dan sisanya sebesar 21,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Uji t

Berdasarkan hasil pengujian uji t, dihasilkan nilai t_{hitung} sebesar **3,324**. Begitu pula sama hasilnya jika dihitung menggunakan SPSS, berikut hasilnya:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4952.719	366.230		13.524	.001
	Biaya Promosi	.027	.008	.888	3.342	.044

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Berdasarkan perhitungan tersebut diartikan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $3,324 > 2,353$. t_{hitung} diperoleh 3,324 sedangkan t_{tabel} dengan $(\alpha) = 0,05$ dan derajat kebebasan (dk) = 3 menunjukkan angka 2,353. $t_{hitung} > t_{tabel}$, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan biaya promosi terhadap profitabilitas, sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis diterima.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Setelah melakukan perhitungan analisis regresi linier sederhana, mendapatkan hasil dengan nilai a = 49,527 dan nilai b = 0,000266. Demikian pula jika dihitung dengan SPSS, berikut hasilnya:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4952.719	366.230		13.524	.001
	Biaya Promosi	.027	.008	.888	3.342	.044

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Nilai a = 49,527, berarti jika biaya promosi (X) tidak berubah atau sama dengan nol, maka profitabilitas (Y) pula memiliki nilai sebesar 49,527. Nilai b = 0,000266, berarti jika nilai biaya promosi (X) naik 1%, maka nilai profitabilitas (Y) akan naik sebesar 0,000266%.

5. Uji F

Hasil dari analisis uji F ini mendapatkan hasil dengan angka 11,0692488 yang dibulatkan menjadi 11,07. Begitu pula jika dihitung menggunakan SPSS, berikut hasilnya:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35770.984	1	35770.984	11.167	.044 ^b
	Residual	9610.216	3	3203.405		
	Total	45381.200	4			

a. Dependent Variable: Profitabilitas

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $11,07 > 10,13$. F_{hitung} diperoleh 11,07 sedangkan F_{tabel} dengan df untuk pembilang = 1 dan df untuk penyebut = 3 menunjukkan angka 10,13. $F_{hitung} > F_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi linier signifikan, ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan biaya promosi terhadap profitabilitas perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis sajikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Besarnya perkembangan biaya promosi pada perusahaan Kopi Ki Oyo dari periode 2016 hingga 2019 mengalami kenaikan setiap tahunnya, adapun pada periode terakhir tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan oleh beberapa faktor yang tidak diteliti pada penelitian ini.

- Adapun rata-rata besarnya biaya promosi setiap tahunnya sebesar Rp. 45.825.200. sedangkan perkembangannya mengalami kenaikan sebesar 3,25% setiap tahunnya.
2. Besarnya perkembangan profitabilitas perusahaan Kopi Ki Oyo dari periode 2016 hingga 2019 mengalami kenaikan setiap tahunnya, adapun pada periode terakhir tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan oleh beberapa faktor yang tidak diteliti pada penelitian ini. Adapun rata-rata besarnya profitabilitas setiap tahunnya sebesar 61,73%, sedangkan perkembangannya mengalami kenaikan sebesar 0,025 % setiap tahunnya.
 3. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan Kopi Ki Oyo. Adapun besarnya pengaruh sebesar 78,6%.

REKOMENDASI

Beberapa saran diajukan berdasarkan yang ditemukan oleh peneliti, ialah:

1. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan perusahaan terus meningkatkan pengelolaan biaya promosi pada perusahaan dengan baik dan efektif, hal tersebut akan terus meningkatkan profitabilitas perusahaan. Banyak yang dapat dilakukan oleh perusahaan, seperti contohnya meningkatkan periklanan produk yang menarik untuk mendapatkan konsumen.
2. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, kopi Ciamis memiliki potensi yang cukup besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah Kabupaten Ciamis. Pemerintah dan masyarakat Kabupaten Ciamis dapat bersama-sama membantu (seperti mempromosikan dan mengenalkan) agar kopi Ciamis dapat dikenal oleh masyarakat luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ketua dan Sekretaris Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Galuh
2. Para Dosen dan Staff Administrasi di Lingkungan Program Studi Pendidikan Akuntansi
3. Bapak Heri Sunarya beserta seluruh Staff di Kopi Ki Oyo Kecamatan Rancah.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, Sofyan Syafri. 2009. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jefkins, Frans. 2000. *Periklanan (Edisi kelima Terjemahan Haris Munandar)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Manajemen 14th ed*. United States of Amerika: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
- Sartono, Agus. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi Empat*. Yogyakarta: BPFE
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- Sutrisno, Edi. 2009. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi Edisi Pertama Cetakan Ketujuh*. Yogyakarta: Ekonisia
- Sutrisno, Edi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Liberty