

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENDAPATAN USAHA MINUMAN WARALABA
DI KOTA SOLO TAHUN 2017**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

IDA WAHYU LESTARI

B 300 140 203

**PRODI ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENDAPATAN USAHA MINUMAN WARALABA
DI KOTA SOLO TAHUN 2017**

Naskah Publikasi

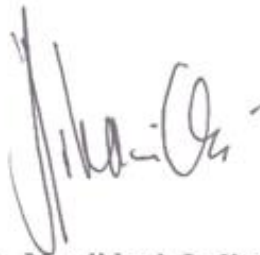
OLEH:

IDA WAHYU LESTARI
B 300 140 203

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Surakarta, 02 Juni 2018

Pembimbing Utama



(Ir. Maulidyah Indira H. MS)

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENDAPATAN USAHA MINUMAN WARALABA
DI KOTA SOLO TAHUN 2017**

OLEH:

IDA WAHYU LESTARI
B 300 140 203

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Sabtu, 02 Juni 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Ir. Maulidyah Indira H, MS

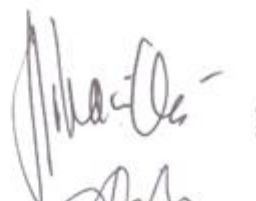


(Ketua Dewan Penguji)

2. Siti Fatimah NH. SE., Msi

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Muhammad Arif, S.E., M.Ec.Dev

(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**


()
(Dr. Syamsudin, M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Juli 2018

Penulis



Ida Wahyu Lestari

B300140203

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENDAPATAN USAHA MINUMAN WARALABA
DI KOTA SOLO TAHUN 2017**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Diversifikasi Produk, Harga, Biaya Pemasaran, dan Product Development terhadap Pendapatan Usaha Minuman Waralaba di Solo tahun 2018. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section* yang diperoleh dari data primer dengan responden pemilik usaha minuman waralaba. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda atau *Ordinary Least Square* (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Diversifikasi Produk, Harga dan Biaya Pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan, sedangkan variabel Product Development tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan.

Kata Kunci : pendapatan, diversifikasi produk, harga, biaya pemasaran, product development

Abstract

The research aims to analyze the influence of Product Diversification, Price, Marketing Cost, and Product Development to Beverage Franchise Income in Solo in 2018. The type of data used in this research is time series data which obtained from cross section data with the respondents of the beverage franchise owner. The analysis method to estimate the impact of these variables is multiple linear regression or Ordinary Least Square (OLS). The result showed that the variable of Product Diversification, Price and Marketing Cost have significant influence to Revenue, while Product Development variable have no significant influence to Revenue.

Keywords : *revenue, diversification product, price, marketing cost, product development*

1. PENDAHULUAN

Indonesia termasuk negara berkembang dengan jumlah penduduk sangat besar. Kenaikan jumlah penduduk dialami negara Indonesia setiap tahunnya. Tercatat data jumlah penduduk Indonesia tahun 2011 sebesar 242 juta jiwa, tahun 2012 mengalami peningkatan menjadi 245,50 juta jiwa, tahun 2013

mengalami peningkatan menjadi 248,80 juta jiwa, tahun 2014 mengalami peningkatan menjadi 252,20 juta jiwa, tahun 2015 meningkat menjadi 254,90 juta jiwa (BPS 2015). Data pertumbuhan penduduk sebesar 1,3% per tahun, segala sesuatu yang berkaitan dengan pangan menjadi permasalahan yang sangat kompleks. Pangan yang termasuk makanan dan minuman menjadi kebutuhan primer maupun gaya hidup masyarakat yang harus terpenuhi daripada kebutuhan-kebutuhan yang lain, jadi permasalahan dalam penanganan distribusi pangan pasti mempunyai dampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, yaitu keterjaminan penduduk terhadap pangan yang dibutuhkan, stabilitas ekonomi, pendidikan, lapangan pekerjaan, dan sebagainya (Handewi, 2008)

Mengingat makanan dan minuman menjadi kebutuhan primer maupun gaya hidup masyarakat dan juga perkembangan jaman membawa kehidupan masyarakat menjadi lebih fleksibel. Gaya hidup yang semakin maju dan berkembang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Dari perubahan pola konsumsi yang beralih kepada makanan dan minuman cepat saji membuat perkembangan terhadap industri makanan dan minuman cepat saji. Saat ini banyak usaha cepat saji yang menyediakan makanan dan minuman dengan praktis dengan harga yang terjangkau. Disamping penyajian dan harga, menu yang ditawarkan usaha cepat saji sangat bervariasi (Ulil, 2016).

Belakangan ini kaum urban lebih menikmati bahan-bahan minuman yang diracik dengan berbagai varian rasa dan bahan pelengkap lainnya sehingga menjadikannya nikmat. Dengan banyaknya merek minuman baru yang bermunculan serta peningkatan jumlah outlet setiap merek, hal ini menunjukkan bahwa adanya permintaan (demand) didukung dengan penawaran (supply) dari merek minuman di Indonesia (Luh Ayu, 2015)

Saat ini usaha minuman waralaba adalah salah satu usaha waralaba yang bisa dipilih para calon terwaralaba untuk dijadikan bisnis karena termasuk dalam kebutuhan pokok masyarakat. Ada berbagai macam variasi usaha minuman yang bisa dipilih untuk dijadikan sebagai usaha. Agar sebuah usaha minuman waralaba dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan dan

mutu minuman yang berkualitas baik dan sehat untuk dikonsumsi, sebuah pengusaha juga harus menerapkan strategi untuk menghadapi berbagai macam persaingan yang sangat ketat.

2. METODE

2.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data penelitian yang secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Priyadika, 2015). Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan meliputi jumlah diversifikasi produk, harga, biaya pemasaran, product development dan pendapatan

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:225). Sumber data primer diperoleh dari hasil responden penelitian dalam hal ini adalah pemilik usaha waralaba minuman di kota Solo.

2.2. Metode Analisis Data

Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis Diversifikasi Produk, Harga, Biaya Pemasaran, dan Product Development terhadap pendapatan usaha waralaba di kota Solo menggunakan analisis regresi linier berganda metode *Ordinary Least Square (OLS)*.

$$\log\text{PDT} = \alpha + \beta_1 \log\text{DP} + \beta_2 \log\text{H} + \beta_3 \log\text{BP} + \beta_4 \log\text{PD} \quad (1)$$

Keterangan

$\log\text{PDT}$ = Pendapatan

$\log\text{DP}$ = Diversifikasi produk

$\log\text{H}$ = Harga

$\log\text{BP}$ = Biaya Pemasaran

$\log\text{PD}$ = Product Development

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

Estimasi model ekonometrika data OLS di atas meliputi langkah-langkah: (1) Uji Asumsi Klasik (meliputi: multikolinieritas, normalitas, heterokedastisitas, autokorelasi, spesifikasi model) (2) Uji Keباikan Model (meliputi: uji F, uji R^2) (3) Uji Validitas Pengaruh (meliputi: uji t).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil estimasi model OLS (Ordinary Least Square) di atas bersama dengan berbagai uji pelengkapanya terangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Estimasi Model Ekonometri

$$\log PDT_t = 14,81320 + 0,822759 \log DP_t - 0,677795 \log H_t + 0,546043 \log BP_t - 0,051510 \log PD_t$$

(0,0006) (0,0470**) (0,0666***)
 (0,0087*) (0,8167)

$R^2 = 0,629861$; DW-Stat = 1,880072; F-Stat = 4,254216;

Sig.F-Stat = 0.028827

Uji Diagnosis

- (1) Multikolinieritas (uji VIF)
DP = 2,371704; H = 2,499862; BP = 1,265417 ; PD = 1,111318
- (2) Normalitas (Jarque Bera)
 $\chi^2 = 0,771464$; Sig(χ^2) = 0,679953
- (3) Heterokedastisitas (uji White)
 $\chi^2 = ; 7,565601$ Sig(χ^2) = 0,1089
- (4) Otokorelasi (uji Breusch Godfrey)
 $\chi^2 = 0,466813$; Sig(χ^2) = 0,7918
- (5) Spesifikasi Model (uji Ramsey Reset)
F(1,9) = 1,304986 ; Sig(F) = 0,2828

Sumber: data primer, diolah. Keterangan: *Signifikan pada $\alpha = 0,01$;
Signifikan pada $\alpha = 0,05$; *Signifikan pada $\alpha = 0,10$; angka di dalam kurung adalah probabilitas nilai t-statistik

3.1. Uji Asumsi Klasik

- Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factors*). Apabila nilai VIF > 10, maka terdapat masalah multikolinieritas, apabila nilai VIF < 10, maka

tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model. Hasil uji VIF dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas (VIF)

Variabel	VIF	Kriteria	Kesimpulan
LOGDP	2,371704	< 10	tidak memiliki masalah multikolinieritas
LOGH	2,499862	< 10	tidak memiliki masalah multikolinieritas
LOGBP	1,265417	< 10	tidak memiliki masalah multikolinieritas
LOGPD	1,111318	< 10	tidak memiliki masalah multikolinieritas

Sumber : Hasil Analisis Data (lihat lampiran)

- **Normalitas**

Uji Normalitas Residual yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Jarque Bera dengan formulasi hipotesis H_0 : distribusi u_t normal dan H_A : distribusi u_t tidak normal. Kriteria pengujiannya, H_0 diterima bila statistik probabilitas $JB > \alpha$ dan H_0 ditolak bila statistik probabilitas $JB \leq \alpha$. Dari Tabel 4.1 diketahui nilai probabilitas JB adalah 0,679953 ($> 0,10$), maka H_0 diterima, kesimpulan distribusi u_t normal.

- **Heterokedastisitas**

Uji Heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji White dengan formulasi hipotesis H_0 : tidak terdapat masalah heterokedastisitas dalam model dan H_A : terdapat masalah heterokedastisitas dalam model. Kriteria pengujiannya, H_0 diterima bila signifikansi $\chi^2 > \alpha$ dan H_0 ditolak bila signifikansi $\chi^2 \leq \alpha$. Dari Tabel 4.1 diketahui nilai probabilitas χ^2 dari uji heterokedastisitas adalah 0,1089 ($> 0,10$), maka H_0 diterima, kesimpulan tidak terdapat masalah heterokedastisitas dalam model.

- **Autokorelasi**

Uji otokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Breusch Godfrey dengan formulasi hipotesis H_0 : tidak terdapat masalah otokorelasi dalam model dan H_A : terdapat

masalah otokorelasi dalam model. Kriteria pengujianya, H_0 diterima bila signifikansi $\chi^2 > \alpha$ dan H_0 ditolak bila signifikansi $\chi^2 \leq \alpha$. Dari Tabel 4.1 diketahui nilai probabilitas χ^2 dari uji Breusch Godfrey adalah 0,7918 ($> 0,05$), maka H_0 diterima, kesimpulan tidak terdapat masalah otokorelasi dalam model.

- **Spesifikasi model**

Uji spesifikasi model yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Ramsey Reset dengan formulasi hipotesis H_0 : model linier (spesifikasi model benar) dan H_A : model tidak linier (spesifikasi model salah). Kriteria pengujianya, H_0 diterima bila probabilitas statistik $F > \alpha$ dan H_0 ditolak bila probabilitas statistik $F \leq \alpha$. Dari Tabel 4.1 diketahui nilai probabilitas F dari uji Ramsey Reset adalah 0,2828 ($> 0,10$), maka H_0 diterima, sehingga disimpulkan model linier (spesifikasi model benar).

3.2. Uji Kebaikan Model

- **Uji F**

Uji eksistensi model dalam penelitian ini menggunakan uji statistik F dengan formulasi hipotesis $H_0: \beta_1=\beta_2=\beta_3=\beta_4= 0$; model yang dipakai tidak eksis dan $H_A: \beta_1\neq \beta_2\neq \beta_3\neq \beta_4\neq 0$; model yang dipakai eksis. Kriteria pengujianya, H_0 diterima bila signifikansi statistik $F > \alpha$ dan H_0 ditolak bila signifikansi statistik $F \leq \alpha$. Dari Tabel 4.1 diketahui nilai signifikansi F adalah 0,028827 ($\leq 0,10$), maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang dipakai eksis.

- **R^2**

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan tingkat *R-Square* (R^2) sebesar 0,629861 artinya variasi variabel dependen (PDT) yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu Diversifikasi Produk, Harga, Biaya Pemasaran, dan Product Development dalam model statistik sebesar 63%. Sedangkan

sisanya sebesar 37% dijelaskan oleh variasi variabel lain yang tidak masuk dalam model statistik.

3.3. Uji validitas pengaruh (Uji t)

- Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Formulasi hipotesisnya yaitu $H_0: \beta_i = 0$; variabel independen ke-i tidak memiliki pengaruh signifikan dan $H_A: \beta_i \neq 0$; variabel independen ke-i memiliki pengaruh signifikan. Kriteria pengujiannya, H_0 diterima bila probabilitas statistik $t_i > \alpha$ dan H_0 ditolak bila probabilitas statistik $t_i \leq \alpha$. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Pengaruh Variabel Independen

Variabel	T	Prob.t	Kriteria	Kesimpulan
LOGDP	2,265221	0,0470	< 0,05	signifikan pada $\alpha = 0,05$
LOGH	-2,058449	0,0666	< 0,10	signifikan pada $\alpha = 0,10$
LOGBP	3,248288	0,0087	< 0,05	signifikan pada $\alpha = 0,05$
LOGPD	-0,237964	0,8167	> 0,10	Tidak signifikan pada $\alpha \neq$ sampai dengan 0,10

4. PENUTUP

4.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi model OLS (*Ordinary Least Square*) yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model memenuhi semua asumsi klasik yang disyaratkan model *classical linier regression model* (CLRM) artinya model regresi dapat dijadikan alat pengambil kesimpulan (keputusan).
2. Variabel Diversifikasi Produk, Harga dan Biaya Pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Diversifikasi Produk,

Harga dan Biaya Pemasaran, maka masing-masing variabel meningkatkan pendapatan usaha minuman waralaba.

3. Variabel Product Development tidak memiliki pengaruh terhadap Pendapatan usaha minuman waralaba di Solo tahun 2017 karena pada tingkat α sampai dengan 10%.

4.2. Saran

Berdasarkan penelitian hasil dan kesimpulan yang diperoleh dapat diajukan saran-saran sebagai berikut.

1. Dalam melakukan pemasaran penjualan, pengusaha disarankan memilih strategi yang efektif. Untuk meningkatkan kedatangan tamu dan penjualan, pengusaha disarankan menerapkan strategi pemasaran melalui sosial media, karena sosial media tengah mendunia dikalangan masyarakat. Selain iklan dengan akun atau website usaha itu sendiri dapat juga dengan menggunakan jasa orang lain untuk mempromosikan usaha atau lebih sering disebut dengan sistem endorse.
2. Pengusaha juga dapat menerapkan strategi discount rate dan loyalty perogram melalui member card. Member card membuat pelanggan jauh merasa lebih dekat dengan usaha. Apalagi dengan sistem discount untuk member membuat pelangga tertarik dengan discount discount member yang diadakan.
3. Selain strategi pemasaran yang mempengaruhi penjualan, diversifikasi produk atau alternatif lain dari menu produk juga sangat berpengaruh untuk penjualan produk. Dengan banyaknya alternatif atau variasi produk yang banyak membuat pelanggan lebih tertarik karena tidak bosan dengan menu yang hanya itu saja. Jadi inovasi produk produk baru sangat disarankan untuk menambah daftar menu yang ada.
4. Karena harga sangat mempengaruhi pendapatan, disarankan pengusaha sangat peka dalam memonitor perkembangan harga dipasar agar harga tidak terlalu rendah atau sebaliknya.

5. Hasil-hasil dalam penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah ; dengan menambah variabel independen yang mempengaruhi penjualan usaha waralaba. Selain itu indikator penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hendaknya diperinci untuk dapat menggambarkan bagaimana strategi yang dijalankan dan target yang ditetapkan pengusaha dalam meningkatkan kinerja penjualan sehingga berpengaruh pada pendapatan usaha minuman waralaba.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa Ika Hanani, 2011.”*Analisis Pengaruh Earning Per Share(EPS), Return On Equity(ROE), dan Debt to Equity Ratio(DER) Terhadap Return Saham pada Perusahaan-perusahaan dalam Jakarta Islamic Index (JII) Periode Tahun 2005-2007*”. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Aprillia Theresia dkk. 2014. *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung. Alfabeta
- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febriana. 2010. “*Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*”. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei—Agus 2010, hlm. 114-126, ISSN 0854-3844
- Cynthia V, Djodjobo dan H.N. Tawas. 2014. “*Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado*”. *Jurnal EMBA*. Vol.2, No. 3
- G, Justin dkk. 2001. “*Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*”. Salemba Empat
- Gujarati, D.N. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Terjemahan Mangunsong, R.C. Salemba Empat, buku 2, edisi 5, Jakarta
- Hanafie, Rita. 2014. “*Keragaan Industri Pangan Olahan Berbasis Tepung Ubi Kayu Di Kabupaten Malang Dan Trenggalek*”. *JSEP* Vol. 7 No. 2
- Handaya dan Dewi, 2010. *Anatomi Ketahanan Pangan Pada Rumah Tangga Miskin dan Implikasinya terhadap Inovasi Pertanian*. Balai Besar pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Bogor

- Hanjaya, sanny. 2016. “*Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte*”. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*. Vol.1, No.2
- Hariadi, Doni dan Martoatmodjo, Soebari. 2012. “*pengaruh produk, harga promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk projector microvision*”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.1, No.8
- Hidayat, Ulil Amri. 2016. “*Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji* “. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 12
- I.A.Lantuka,S.L.Mandey.,A.L.Repi. 2011. “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Restoran Fastfood Pizza Hut Di Manado Town Square*”. *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1891 –1900.
- Irawan, Deny dan E.Japarianto. 2013. “*Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8
- Jaya, Putu A.S. 2015. “*Pengaruh Biaya Promosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas Di Desa Bulian Tahun 2010-2014*. *Jurnal Jurusan pendidikan Ekonomi*. Vol.5, No.1
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, G.H., Leong, S.M., Tan, C.T., dan Tse, D.K. 2005. *Principles of Marketing: An Asian Perspective*. Pearson Prentice Hall, Singapore.
- Kristianto, David. Anggono, A.C. *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (Promosi, Produk, Harga, Dan Lokasi) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pizza Hut Carrefour Kalirungkt Surabaya*. *Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia*
- Liwe, Farli. 2013. “*Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado*. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.4
- Luh Ayu Mulyaningsih dan I Gusti Agung Ketut Gede Suasana, (2016), *E-jurnal Manajemen Universitas Udayana* Vol 5, No 1, 2016 : 1 – 30
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Niswonger. 2006. “*Prinsip Akuntansi*. Edisi Kesembilanbelas. Diterjemahkan oleh Alfonsus Sirait, Helda Gunawan. Jakarta: Erlangga

- N.U.Handayani, Aprilia,Zelika. 2015. “*Pengaruh Customer Experience Terhadap Purchase Intention Pada Kfc Semarang*”. Seminar Nasional IENACO. ISSN: 2337 – 4349
- Nuryati, B Lena dan Yuria, Anisa R. 2006. “*Pengaruh Variasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya*”. Jurnal Strategic, Vol. 7, No. 14
- Purwanti, Endang. 2012. “*Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*”. Vol.5, No.9
- Prihatini, C.W. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar*. Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
- R.A.Hariyanto. 2013. “*Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald’s Manado*”. Jurnal EMBA. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1465-1473
- Rahardian, Pradipta. 2015. “*Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Niat Beli Minuman Rasa Buah Mizone Fres’in*”. Bisnis dan Manajemen. Vol.8, No.1
- Ridwan. 2004. *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan Khairandy. Dkk. 1997. *Pengantar Hukum Dagang Indonesia*. Jilid 1. Gama Media. Yogyakarta
- Ristina, Lia. Dkk. 2014. “*Strategi Peningkatan Ketahanan Pangan Di Kabupaten Situbondo*”. JSEP Vol. 7 No. 1
- R.S, Dewi. 2013. “*Pengaruh Variabel Modal Psikologis, Karakteristik Enterpreneur, Inovasi, Manajemen SDM, Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pedagang Sembako Dan Snack Di Pasar Peterongan)*. Jurnal Administrasi Bisnis. E-Journal Universitas Diponegoro
- Scarborough, Norman M. dan Thomas, W. Zimmerer. 2009. *Effective Small Business Management*. Macmillan Publishing Company. Jakarta
- Simamorang, Bilson. 2001. *Memenangkan Peluang Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel Edisi 4*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Simatupang, P. 1999. *Toward Sustainable Food Security: The World to a New Paradigm*. In Simatupang, P.; Pasaribu, S.; Bakri, S.; and Stinger, B. (eds.). Indonesia Economic Crisis: Effects on Agriculture and Policy Responses. CASER-CIES University of Adelaide, Australia. P.141167.

- Sugiyono, Prof. Dr. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sumardi, S.B. 1991. *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Rajawali
- Suryana. 2003. “*Kewirausahaan pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*”. Salemba Empat
- Suryana. 2011. “*Kewirausahaan pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*”. Salemba Empat
- Sutomo. Dkk. 2014. “*Ketahanan Pangan Para Pekerja Sektor Industri Di Kota Solo*”. EKO-REGIONAL, Vol. 9, No. 2
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra, dan Adriana, Dedi. 2008. *Pemasaran Strategik. Edisi I*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Wardana, Ida B.K.A. 2015. “*Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Patung UD. Taksu Bali Di Desa Panji Tahun 2012-2014*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*. Vol.5, No.1
- Zimmerer, Thomas W. 2008. “*Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*”. Salemba Empat