

# **PENGARUH DESAIN KEMASAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI KENAGAN CABANG ISKANDAR MUDA MEDAN**

**Ratih Amelia, SE.I., MM**

**Manajemen Pemasaran, Politeknik Unggul LP3M**

**Email : [ratihamelia1712@gmail.com](mailto:ratihamelia1712@gmail.com)**

## **Pendahuluan**

Dalam kegiatan pemasaran, desain kemasan merupakan salah satu variabel yang cukup menentukan dalam keberhasilan tingkat penjualan, karena kemasan suatu produk nantinya akan menjadi identitas yang melekat pada produk itu sendiri, sehingga produk itu akan mempunyai ciri khas yang nantinya mudah untuk diingat dan dikenal oleh konsumen. Kemasan juga merupakan suatu hal yang penting karena, memungkinkan konsumen membeli produk berdasarkan kemasannya.

Industri kemasan dari tahun ke tahun telah banyak mengalami perkembangan. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya kemasan yang dituntut untuk dapat memberikan kemudahan-kemudahan kepada kenyamanan konsumen, misalnya mudah dibuka, mudah dibawa dan mudah diletakkan. Penambahan nilai-nilai fungsional dilakukan untuk meningkatkan perhatian konsumen. Hal tersebut dilakukan karena persaingan dunia usaha yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang maju dan kompleks.

Dampak positif dari pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali *re-buying*, yang tentunya dapat meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik dan berkualitas, maka dengan demikian konsumen akan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia menjadi konsumen tetap.

Dari semua variabel pemasaran tersebut harus dikombinasikan agar dapat efektif untuk menarik konsumen dalam memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Saat ini Kopi kenangan sudah melakukan kegiatan pemasaran seperti yang telah dijelaskan diatas yaitu mendesain kemasan yang unik agar menjadi identitas Kopi Medan, membuka outlet di lokasi yang sangat strategis yaitu pusat kota yang beralamat di Jl Iskandar Muda agar mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat, dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen baik konsumen baru maupun konsumen loyal, semua ini dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan, namun kegiatan pemasaran tetap saja akan mengalami kendala dalam pelaksanaannya, di tahun 2020 perusahaan mengalami penurunan penjualan salah satunya dikarenakan oleh virus covid 19 yang juga melanda Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Desain Kemasan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Medan.**

### **Kajian Pustaka**

#### a. Defenisi Desain Kemasan

Desain kemasan merupakan hasil pengimplementasian identitas suatu produk yang diperlihatkan melalui elemen-elemen desain yang sesuai dan menjadi salah satu bagian dari strategi dalam kegiatan marketing.

Adapun indikator desain kemasan adalah sebagai berikut :

- 1) Desain Grafis yang terdiri dari empat sub dimensi, yaitu: nama merek, warna, tipografi, dan gambar.
- 2) Warna
- 3) Tipografi
- 4) Gambar

#### b. Defenisi Harga

Harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Harga juga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Menurut Tjiptono, dkk., (2009:471), harga mempunyai peranan penting yang terdiri dari:

- 1) Bagi perekonomian : Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan dasar dalam sistem perekonomian
- 2) Bagi konsumen : Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak.
- 3) Bagi perusahaan : Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan.

#### c. Defenisi Lokasi

Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan

guna memastikan produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

d. Defenisi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21).

**Hipotesis**

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah desain kemasan berpengaruh pada keputusan pembelian pada Kopi Kenangan Iskandar Mudan Medan
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan Iskandar Mudan Medan
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan Iskandar Mudan Medan
- d. Apakah desain kemasan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Kenangan Iskandar Mudan Medan

**Metode Penelitian**

a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Penentuan jenis penelitian sangat penting dalam menganalisa sebuah penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala, Rusiadi, et.al (2014).

b. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi pembelian di Kopi Kenangan Cab. Iskandar Muda Medan yang jumlahnya tidak terukur. Adapun sample pada penelitian ini menggunakan aksidental sampling dengan kriteria berikut ini :

1. Berusia minimal 17 tahun
2. Melakukan pembelian produk di Kopi Kenangan cab. Iskandar Muda Medan
3. Laki-laki/perempuan

c. Teknik Analisis Data

1) Statistik Deskriptif: Menurut Manulang (2014) statistik deskriptif digunakan untuk meringkas dan mendeskripsikan data *numeric* agar lebih mudah untuk di interpretasikan. Statistik deskriptif umumnya menggunakan statistik nilai median, tabulasi, silang dan grafik – grafik tertentu.

2) Uji asumsi adalah asumsi yang mendasari analisis regresi dengan tujuan mengukur asosiasi atau keterikatan antara variabel bebas. Terdapat 3 pengujian, yaitu uji normalitas, uji multikoleniaritas, uji heterokedastisitas dan autokorelasi.

3) Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas/penjelas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil analisa regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel dependen. Koefisien regresi dihitung dengan tujuan sekaligus: pertama, meminimumkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada (Ghozali, 2011).

4) Uji F

Uji F pada dasarnya adalah menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2012). Level pengujian hipotesis 5% dengan uji F. Pengujian menggunakan uji F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Terima  $H_0$  (tolak  $H_a$ ), apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $SigF > \alpha$  5%

Terima  $H_0$  (tolak  $H_a$ ), apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $SigF < \alpha$  5%

5) Uji t

Uji parsial digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Dasar pengambilan keputusan dalam uji t dengan signifikan 5%, yaitu sebagai berikut:

Terima  $H_0$  (tolak  $H_a$ ), apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $Sigt > \alpha$  5%

Terima  $H_0$  (tolak  $H_a$ ), apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sigt < \alpha$  5%

6) Uji r

Koefisien Determinasi Parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (parsial). Hitungan  $r^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model yang digunakan mampu menjelaskan variasi-variasi dependen secara terpisah (parsial). apabila nilai  $r^2$  mendekati 1, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (parsial). dan sebaliknya apabila  $r^2$  mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen secara terpisah (parsial).

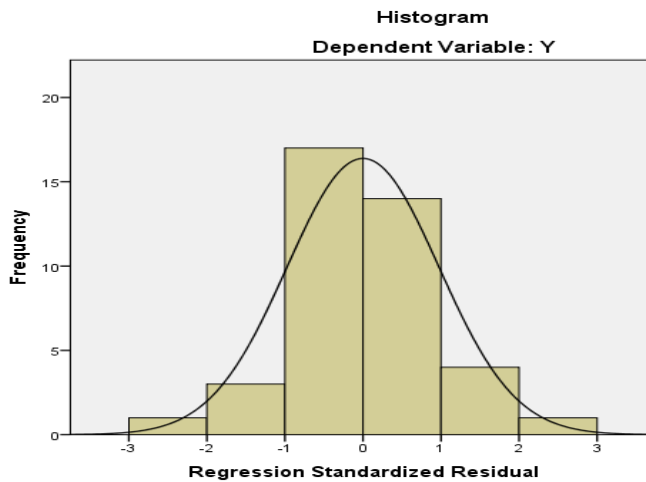
**Pembahasan**

**a. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1 (Desain Kemasan)	100	14.05	63.92	39.1243	15.42881
X2 (Harga)	100	16.35	177.22	75.2360	44.55148
X3 (Lokasi)	100	15.87	160.43	65.92	33.87323
Y (NPM)	100	.05	52.68	15.7410	13.99827
Valid N (listwise)	100				

Sumber : hasil Uji SPSS 2021

**b. Hasil Uji Normalitas**



Gambar 4.2 menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi ini cenderung normal

**c. Uji Multikolinearitas**

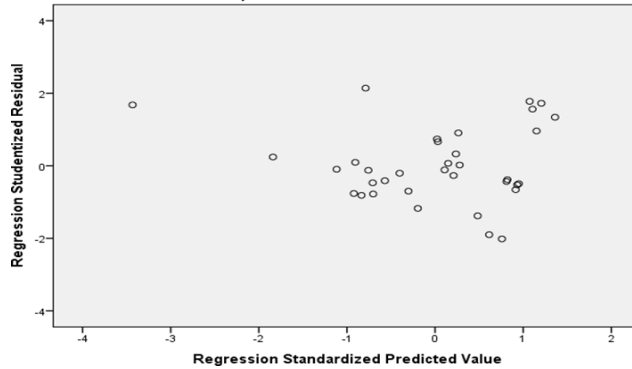
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1 (Desain Kemasan)	.167	4.900
X2 (Harga)	.164	4.700
X3 (Lokasi)	.174	5.670

Sumber: Uji Spss 2021

Kedua variabel independen yaitu X1 dan X2 dan X3 memiliki nilai tolerance dan VIF dalam batasan toleransi yang telah ditetapkan sehingga berlaku tabel di atas, sehingga dapat dilihat bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam

variabel independen pada penelitian ini.

**d. Uji Heteroskedastisitas**



Gambar 4.3 memperlihatkan titik- titik menyebar secara acak. Tidak membentuk pola yang jelas atau teratur, tersebar secara baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, dengan demikian tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

**e. Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin -Watson
1	.602 <sup>a</sup>	.363	.328	11.47389	1,835

a. Predictors: (Constant), X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel 4.8 di atas diketahui bahwa hasil uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson Test diperoleh nilai DW sebesar 1,835. Nilai DU pada df 1 = 1,628 dan nilai 4-DU = 2,416 sehingga nilai DW sebesar 1,835 berada pada kisaran nilai  $DU < DW < 4 - DU$  atau  $1,584 < 1,835 < 2,416$ . Hal tersebut menunjukkan model regresi tidak terjadi autokorelasi atau bebas masalah autokorelasi

**f. Uji Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	42.677	7.354		5.803	.000
X1	-2.084	.460	-2.297	-4.535	.000

X2	.726	.159	2.310	4.560	.000
X3	.893	.352	4.763	6.873	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas hasil dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 42,677 + (-2,084)X1 + (0,726)X2 + (0,893)X3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian  
X1 = Desain Kemasan  
X2 = Harga  
X3 = Lokasi  
e = Error term

- a. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel independen dianggap 0 (nol) maka nilai Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 42,677.  
b. Jika terjadi peningkatan atau penurunan Desain Kemasan sebesar 1, maka akan terjadi kenaikan atau penurunan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar -2,084  
c. Jika terjadi peningkatan atau Harga sebesar 1, maka akan terjadi kenaikan atau penurunan terhadap Net Profit Margin (Y) sebesar 0,726.  
d. Jika terjadi peningkatan atau Lokasi sebesar 1, maka akan terjadi kenaikan atau penurunan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,893.

## g. Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	42.677	7.354		5.803	.000
X1 (Desain Kemasan)	-2.084	.460	-2.297	-4.535	.000
X2 (Haarga)	.726	.159	2.310	4.560	.000
X3 (Lokasi)	.893	.352	4.763	6.873	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pengujian hipotesis pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian

t tabel dihitung dari  $t = \text{Alpha } 5\% \text{ df } (n) - k = \text{df } (n)$  adalah jumlah data dan (k) adalah jumlah variabel independen, berarti  $100 - 2 = 98$ , jadi t tabel adalah 1,685. Hasil pengujian diperoleh nilai T hitung = -4,535 lebih kecil dari T tabel = 1,685 dan nilai signifikan variabel Desain Kemasan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Desain Kemasan negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 tidak terima yang berarti Desain Kemasan memiliki pengaruh negatif dan signifikan Keputusan Pembelian.

b. Pengujian hipotesis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian t tabel dihitung dari  $t = \text{Alpha } 5\% \text{ df } (n) - k = \text{df } (n)$  adalah data dan (k) adalah jumlah variabel independen, berarti  $100 - 2 = 98$ , jadi T tabel adalah = 1,685. Hasil pengujian diperoleh t hitung = 4,560 lebih besar dari t tabel = 1,685 dan nilai signifikan variabel Harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

c. Pengujian hipotesis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian t tabel dihitung dari  $t = \text{Alpha } 5\% \text{ df } (n) - k = \text{df } (n)$  adalah data dan (k) adalah jumlah variabel independen, berarti  $100 - 2 = 98$ , jadi T tabel adalah = 1,685. Hasil pengujian diperoleh t hitung = 6,873 lebih besar dari t tabel = 1,685 dan nilai signifikan variabel Harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### h. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2771.048	2	1385.524	10.524	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4871.059	37	131.650		
	Total	7642.107	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1,

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini nilai F hitung sebesar  $10,524 > F$  tabel sebesar 3,19 sehingga H<sub>2</sub> diterima H<sub>1</sub> ditolak dan artinya secara simultan Desain Kemasan, Harga dan Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian

#### i. Uji determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 <sup>a</sup>	.363	.328	11.47389



- a. Predictors: (Constant), X2, X1
- b. Dependent Variable: Y

Hasil pengolahan data di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (dilihat dari R Square) sebesar 0,363 hal ini berarti 36,3% *varians* nilai Keputusan Pembelian ditentukan oleh variabel independen yaitu desain Kemasan, Harga dan Lokasi sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Kesimpulan Dan Saran**

#### **a. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap penelitian ini maka dapat disimpulkan:

1. Desain Kemasan memiliki pengaruh negatif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Cabang Iskandar Muda Medan
2. Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dengan Hasil uji Hipotesis  $t_{hitung} = 4,560 > t_{tabel} = 1,677$  dan nilai signifikan variabel Harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{a2}$  diterima yang berarti Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3. Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian  $t_{tabel}$  dihitung dari  $t = Alpha\ 5\% \ df\ (n)-k = df(n)$  adalah data dan (k) adalah jumlah variabel independen, berarti  $100 - 2 = 98$ , jadi  $T_{tabel}$  adalah  $= 1,685$ . Hasil pengujian diperoleh  $t_{hitung} = 6,873$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,685$  dan nilai signifikan variabel Harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
4. Desain Kemasan, Harga dan Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Kenangan Cabnag Iskandar Muda Medan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $10,524 > F_{tabel} \ 3,19$  sehingga  $H_3$  diterima  $H_0$  ditolak .

#### **b. Saran**

1. Perusahaan sebaiknya lebih memilih lokasi yang strategis ketika memutuskan menambah cabang baru
2. Perusahaan harus mendesain kemasan lebih baik lagi agar konsumen semakin meningkatkan pembeliannya.

### **Daftar Pustaka**

Aisah, A dan Hayati, N. (2017) “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Profitabilitas (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur di BEI periode 2010-2011)”. *Jurnal Spreaad*, 7 (2), 85-98

- Anggriani, Devi. Nurul Hasanah, (2017). Pengaruh Current Ratio (CR), Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Net Profit Margin (NPM). *Journal of Management Studies. Vol. 4. No . 3*
- Brigham, Eugene F dan Joel F, Houston (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku Satu. Edisi Sebelas. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Destian Andhani. (2019). Pengaruh Debt to Asset Ratio (DAR) dan Debt to Equity Ratio (DER) Terhadap Net Profit Margin (NPM) Serta Dampaknya Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Elektronik di Bursa Efek Tokyo Tahun 2007-2016. *Jurnal Sekuritas, Vol.3, No. 1, September 2019*
- Dian Maulita, Inta Tania (2018). Pengaruh Debt to Equity Ratio (DER), Debt to Asset Ratio (DAR), dan Long Term Debt to Equity Ratio (LTDER) Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2016). *Jurnal Akuntansi, Vol, 5 No. 2, Juli 2018*
- Ghozali, Imam. (2011). *Pengantar Metode Penelitian Ilmiah* Gramedia, Jokjakarta.
- Gumanti (2013). *Pengantar Ilmu Mnajemen Keuangan*. Penerbit Cipta Pustaka, Bandung.
- Hery (2016), *Analisis Laporan Keuangan Intergrated and Comprehensive Edition*. Jakarta: PT. Grasindo
- Kasmir (2010), *PengantarManajemen Keuangan* Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kasmir (2012), *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Margaretha (2014). *Pengantar Ilmu Manajemen Keuangan Perusahaan*. Penerbit Yudhistira, Jakarta.
- Nisfiannor, Muhammad (2010). *Pendekatan Statistik Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Riatama, M. Findo. (2017). *Analisis Implementasi Biaya Operasional Profitabilitas*. Lampung : Universitas Bandar Lampung.

- Rusiadi, dkk (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos dan Lisrel*, Cetakan Ketiga. Medan: USU Press.
- Ryanto, Bambang, (2010). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Cetakan keempat. Yogyakarta.
- Saidi (2010). *Analisis Strategi Konteks Manajemen Sumber Daya Manusia*. Andi Yogyakarta.
- Sawir, Agnes (2017), *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sigarlaki, P. Karamoy, H, dan Elim , I. (2014) “Analisis Net Profit Margin pada perusahaan Depot Air Minum di Lingkungan Kampus Universitas Sam Ratulangi”. *Jurnal EMBA*, 2(2), 1817-1625.
- Sugeng, Bambang (2017), *Manajemen Keuangan Fundamental*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Ilmiah*. Penerbit Banacipta, Bandung
- Yulianto (2013). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Penerbit Cipta Pustaka, Bandung.