

PENGARUH DAYA BELI KONSUMEN DAN KENAIKAN BAHAN BAKU TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. MABAR FEED INDONESIA KECAMATAN MEDAN DELI

Damar Inggit¹, Ahmad Taufiq Harahap², Al Firah³
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharmawangsa
alfirah41@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya beli konsumen dan kenaikan bahan baku terhadap volume penjualan. Lokasi penelitian ini adalah PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Teknis analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji normalitas, dan uji regresi linier berganda. Sampel yang diteliti sebanyak 50 responden. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial diperoleh pengaruh yang nyata (signifikan) antara variabel daya beli konsumen terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli senilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.254 > 1,67793$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Secara parsial diperoleh pengaruh signifikan antara variabel kenaikan bahan baku terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli senilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.813 > 1,67793$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7.283 > 3.195$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima berarti daya beli konsumen dan kenaikan bahan baku secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.

Kata Kunci : Daya Beli Konsumen, Kenaikan Bahan Baku, Volume Penjualan

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pembangunan peternakan di Indonesia memiliki peranan yang penting di masa sekarang, hal ini disebabkan karena besarnya jumlah penduduk sehingga secara matematis permintaan akan produk peternakan seperti daging ayam dan telur akan semakin meningkat pula. Daya beli konsumen akan meningkat apabila produk barang maupun jasa yg diperolehnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Agar minat pembeli meningkat maka kualitas harus ditingkatkan dan dipertahankan. Selain dari daya beli, harga bahan baku juga mempengaruhi volume penjualan. Harga suatu barang yang diperjualbelikan yaitu ditentukan dengan melihat keadaan keseimbangan dalam suatu pasar.

Tabel Data Penjualan Pakan 2021 – 2024

No	Tahun	Jumlah Penjualan (Kg)
1.	2021	98.690.418 kg
2.	2022	88.255.569 kg
3.	2023	80.697.520 kg
4.	2024	86.803.271 kg
	Total	275.016.778 kg

Sumber : PT. Mabar Feed Indonesia (2023)

Berdasarkan data di atas, menjelaskan bahwa PT. Mabar Feed Indonesia pada tahun 2021 volume penjualan pakan ternak sebanyak 98.690.418, mengalami penurunan pada tahun 2022 sebanyak 88.255.569. Hal ini dikarenakan adanya persaingan harga, kecenderungan pertumbuhan pabrik pakan ternak baru dan kemungkinan terjadinya kolusi. Pada tahun 2023 PT. Mabar Feed Indonesia mengalami penurunan volume penjualan sebanyak 80.697.520 dibandingkan dua tahun sebelumnya karena adanya pandemi covid 19 yang dimana memberikan dampak secara langsung terhadap bahan baku feed additive dan vitamin yang terhambat.

Pada tahun 2024 PT. Mabhar Feed Indonesia mengalami penurunan volume penjualan dibanding tahun 2021 yaitu 86.803.271 dari sebelumnya 98.690.418 kg walaupun ada kenaikan dibanding tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa daya beli dan harga bahan berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan. Produk/jasa dengan kualitas premium tentunya akan memiliki jaminan kepuasan tinggi yang dapat diterima konsumen, nantinya kepuasan yang diterima oleh konsumen dapat terapkan pada pembelian ulang yang dilakukan. Perasaan konsumen yang merasa puas nantinya akan menguntungkan perusahaan dengan peningkatan penjualan, karena konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menjadi tempat promosi yang baik terhadap perkembangan usaha.

Adapun identifikasi masalah penelitian ini adalah daya beli konsumen yang tidak stabil selama empat tahun terakhir, kenaikan harga bahan baku yang mempengaruhi volume penjualan, dan volume penjualan yang dinilai mengalami penurunan

B. LANDASAN TEORI

Daya Beli Konsumen

Pawenang (2016:62) daya beli konsumen adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan.

Ferdinan (2016:110) Indikator daya beli yakni :

1. Minat transaksional, kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
4. Minat eksploratif, minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya

Bahan Baku

Syamsuddin (2015:23), bahan baku adalah persediaan yang dibeli oleh perusahaan untuk diproses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya menjadi barang jadi atau produk jadi dari perusahaan.

Handoko dalam Noerpratomo (2018:11), bahan baku adalah sumber daya organisasi yang disimpan berupa bahan mentah dan terwujud yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan produksi untuk memenuhi permintaan pasar.

Heizer dan Render dalam Norpratomo (2018:11), bahan baku adalah persediaan bagi perusahaan yang merupakan salah satu kunci terpenting dalam operasional perusahaan dan semua organisasi tentunya memiliki sistem perencanaan dan persediaan.

Yudhantara (2016:12) indikator bahan baku yaitu :

1. Perkiraan pemakaian berkaitan dengan jumlah bahan pokok untuk proses produksi pada periode yang akan datang.
2. Harga bahan baku sebagai dasar penyusunan perhitungan Perusahaan dan harus disediakan untuk investasi bahan utama.
3. Biaya persediaan, untuk pengadaan bahan pokok.
4. Kebijakan pembelanjaan perusahaan agar persediaan bahan baku mendapat prioritas utama.
5. Pemakaian sesungguhnya dari periode lalu.
6. Waktu tunggu yang tepat, sehingga resiko penumpukan ataupun kekurangan persediaan dapat ditekan seminimal mungkin.

Volume Penjualan

Rangkuti (2014:57), volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume unit suatu produk.

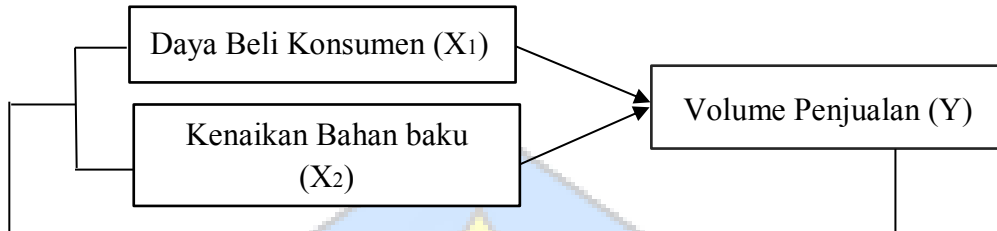
Soemohadiwidjojo (2017:61), volume penjualan adalah jumlah produk yang terjual dalam jangka waktu satu tahun bergantung pada jenis barang yang akan dijual. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukan untuk kepentingan itu sendiri.

Kotler dan Keller (2016:248), indikator volume penjualan yaitu :

1. Harga, sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki produk atau jasa tersebut. Beberapa

- unsur utama dalam menentukan harga meliputi daftar harga, potongan harga, dan periode pembayaran.
2. Promosi, semua kegiatan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan produk kepada pasar sasaran untuk memberi informasi.
 3. Kualitas produk, mencakup kinerja, fitur, keandalan produk, dan konformasi.
 4. Saluran distribusi, kegiatan untuk menyalurkan, menyebarluaskan, dan menyampaikan barang yang dipasarkan kepada konsumen.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H1 : terdapat pengaruh daya beli konsumen terhadap volume penjualan di PT.Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli
- H2: terdapat pengaruh kenaikan bahan baku terhadap volume penjualan di PT.Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli
- H3: terdapat pengaruh daya beli konsumen dan kenaikan bahan baku terhadap volume penjualan di PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada Jl. Rumah Potong Hewan, No.44, Mabar, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241. Populasi dan sample dalam penelitian ini adalah 50 orang karyawan PT Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli (sample jenuh). Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data adalah wawancara, kuesioner, dokumen

Teknik analisis data adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, (uji normalitas, uji multikolinearitas), uji hipotesis, (regresi linier berganda, uji t, uji F, uji determinasi)

Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Daya beli konsumen (X1)	kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang/ jasa yang dibutuhkan Pawanang (2016:25)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial Ferdinan (2016:110)	Likert
kenaikan bahan baku (X2)	persediaan yang dibeli oleh perusahaan untuk diproses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya menjadi barang jadi dari perusahaan Syamsudin (2015:23)	1. Perkiraan pemakaian 2. Harga bahan baku 3. Biaya-biaya persediaan Yudhantara (2013:248)	Likert
Volume penjualan (Y)	pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik/ volume unit suatu produk Rangkuti (2014:57)	1. Harga 2. Promosi 3. Kualitas produk Kotler keller (2016:248)	Likert

D. HASIL PENELITIAN

Tabel Data Responden

Faktor Demografi		Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	38 orang	76 %
	Perempuan	12 orang	24 %
	Jumlah	50 orang	100 %
Usia	> 42 tahun	25 orang	50 %
	37-41 tahun	9 orang	18 %
	32-36 tahun	9 orang	18 %
	27-31 tahun	7 orang	14 %
	Jumlah	50 orang	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel Uji Validitas Daya Beli Konsumen (X1)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X _{1.1}	0,653	0,2787	Valid
X _{1.2}	0,741	0,2787	Valid
X _{1.3}	0,738	0,2787	Valid
X _{1.4}	0,612	0,2787	Valid
X _{1.5}	0,617	0,2787	Valid
X _{1.6}	0,620	0,2787	Valid

Sumber : data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai r-tabel pada $\alpha = 5\%$ (0,05) dengan derajat kebebasan (df) = n-2. Maka df = 50-2 = 48. Maka, r (0,05:48) pada uji dua arah = 0,2787 maka seluruh pernyataan variable **Daya Beli Konsumen** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel Uji Validitas Kenaikan Bahan Baku (X2)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X _{2.1}	0,705	0,2787	Valid
X _{2.2}	0,751	0,2787	Valid
X _{2.3}	0,852	0,2787	Valid
X _{2.4}	0,779	0,2787	Valid
X _{2.5}	0,594	0,2787	Valid
X _{2.6}	0,445	0,2787	Valid

Sumber : data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai r-tabel pada $\alpha = 5\%$ (0,05) dengan derajat kebebasan (df) = n-2. Maka df = 50-2 = 48. Maka, r (0,05:48) pada uji dua arah = 0,2787 maka seluruh pernyataan variable **Kenaikan Bahan Baku** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel Uji Validitas Volume Penjualan (Y)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
Y _{1.1}	0,729	0,2787	Valid
Y _{1.2}	0,715	0,2787	Valid
Y _{1.3}	0,829	0,2787	Valid
Y _{1.4}	0,699	0,2787	Valid
Y _{1.5}	0,465	0,2787	Valid
Y _{1.6}	0,526	0,2787	Valid

Sumber : data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai r_{tabel} pada $\alpha = 5\%$ (0,05) dengan derajat kebebasan (df) = n-2. Maka df = 50-2 = 48. Maka, r (0,05:48) pada uji dua arah = 0,2787 maka seluruh pernyataan variable **Volume Penjualan** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

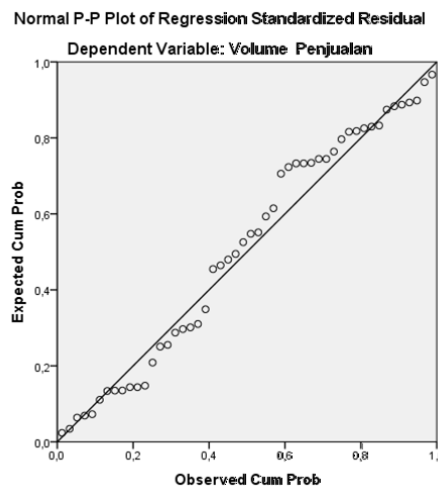
Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Status
Daya beli konsumen (X1)	0,746	0.60	Reliabel
Kenaikan bahan baku (X2)	0,776		Reliabel
Volume penjualan (Y)	0,745		Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2024

Nilai Cronbach Alpha pada tabel di atas adalah 0,746 untuk variabel daya beli konsumen (X1); 0,776 untuk variabel kenaikan bahan baku (X2) dan 0,776 untuk variabel volume penjualan(Y), jadi hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel.

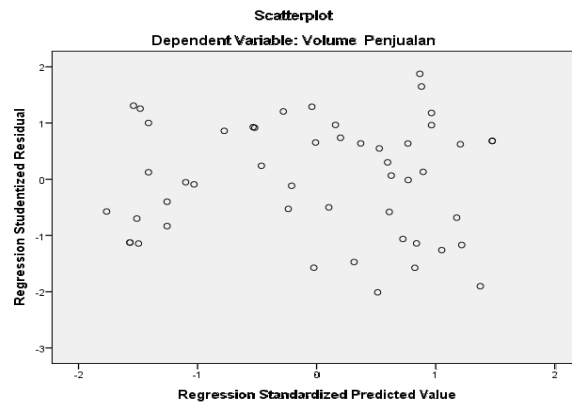
Grafik Uji Normalitas – Normal Plot



Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan gambar di atas, sebaran (pencaran) data berada di sekitar garis diahonal dan tidak ada yang terpencar jauh dari garis diagonal, sehingga asumsi normalitas dapat dipenuhi, sehingga data variabel dapat diuji. Hal ini berarti variabel daya beli konsumen dan kenaikan bahan baku berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.

Grafik Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan gambar di atas, noktah-noktah terpencah dengan tidak membentuk pola seperti cerobong asap disekitar garis diagonal (menyebarkan lalu menyempit atau sebaliknya) di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dinyatakan bahwa pada model regresi terjadi homoskedastisitas daripada heteroskedastisitas. Hal ini berarti variabel daya beli konsumen dan kenaikan bahan baku berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.

Tabel Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486	,537	,204	4,734

a. Predictors: (Constant), Kenaikan Bahan Baku, Daya Beli Konsumen

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat besarnya *Adjusted R Square* 0,204, hal ini berarti adalah sebesar 20,4% variasi efisien dapat dipengaruhi oleh faktor daya beli konsumen (X1) dan kenaikan bahan baku (X2), sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Tabel Uji t

Model		Unstd Coeff		Std Coeff	T	Sig.	Coll Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tol	VIF
1	(Constant)	8,399	4,241		1,981	,044		
	Daya Beli Konsumen	,236	,142	,033	2,254	,041	,988	1,012
	Kenaikan Bahan Baku	,511	,134	,489	3,813	,000	,988	1,012

Sumber : Data Diolah, 2024

Untuk pengujian hipotesis model regresi derajat bebas pada probabilitas 0,50 ditentukan dengan rumus $df = n - k = 50 - 4 = 46$

Dengan pengujian probabilitas 0,50 maka diperoleh t-tabel = 1,67793

Variabel bebas (independen) yang dimasukkan kedalam model regresi variabel daya beli konsumen (X1) dan kenaikan bahan baku (X2). Berdasarkan hasil angket 50 responden dari hasil SPSS 24 diperoleh nilai t-hitung variabel daya beli konsumen (X1) sebesar $2.254 > t\text{-tabel} = 1,67793$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan nilai t-hitung variabel kenaikan bahan baku (X2) sebesar $3.813 > t\text{-tabel} = 1,67793$, artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi pengaruh daya beli konsumen (X1) dan kenaikan bahan baku (X2) berdasarkan uji t secara parsial memiliki pengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.

Uji F (ANOVA^a)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326,414	2	163,207	7,283	0,002 ^b
	Residual	1053,266	47	22,410		
	Total	1379,680	49			

Sumber : Data Diolah, 2024

F-tabel diperoleh berdasarkan rumus :

$df1 = k-1$ (pembilang) = $4-1 = 3$

$df2 = n-k$ (penyebut) = $50-4 = 46$

maka diperoleh F-tabel sebesar = 3,195

df = derajat kebebasan

k = jumlah variabel (bebas dan terikat)

n = jumlah observasi atau sampel pembentuk regresi

artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai F-hitung variabel daya beli konsumen (X_1) dan kenaikan bahan baku (X_2) sebesar $7.283 > F\text{-tabel} = 3.195$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yaitu variabel daya beli konsumen (X_1) dan kenaikan bahan baku (X_2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap volume penjualan (Y) pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi linier berganda adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 8,399 + 0,236 (X_1) + 0,511 (X_2) + e$$

1. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap nol maka nilai volume penjualan (Y) adalah sebesar 8,399
2. Jika terjadi peningkatan variabel daya beli konsumen (X_1) sebesar 1 (satuan), maka volume penjualan (Y) akan meningkat sebesar 0,236
3. Jika terjadi peningkatan variabel kenaikan bahan baku (X_2) sebesar 1 (satuan), maka volume penjualan (Y) akan meningkat sebesar 0,511

PEMBAHASAN

Pengaruh Daya Beli Konsumen Terhadap Volume Penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai *thitung* variabel daya beli konsumen sebesar 2.254 yang selanjutnya dibandingkan dengan *ttabel* sebesar 1,67793. Diketahui bahwa *thitung* > *ttabel* yaitu $2.254 > 1,67793$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang artinya daya beli konsumen memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia kecamatan medan deli.

Hasil analisis data ini menunjukkan bahwa daya beli konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan PT. Mabar Feed Indonesia kecamatan medan deli, Dimana hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian terdahulu Romi Dwi Pangarso (Universitas Dharmawangsa) yang dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dayabeli konsumen terhadap volume penjualan.

Pengaruh Kenaikan Bahan Baku Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai *thitung* variabel kenaikan bahan baku sebesar 3.813 yang selanjutnya dibandingkan dengan *ttabel* sebesar 1,67793. Diketahui bahwa *thitung* > *ttabel* yaitu $3.813 > 1,67793$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang artinya kenaikan bahan baku memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia kecamatan medan deli.

Hasil analisis data ini menunjukkan bahwa kenaikan bahan baku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan PT. Mabar Feed Indonesia kecamatan medan deli, Dimana hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian terdahulu Syamsinar (Universitas

Muhammadiyah Makassar) yang dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kenaikan bahan baku terhadap volume penjualan.

Pengaruh Daya Beli Konsumen Dan Kenaikan Bahan Baku Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli

Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} 7.283. sedangkan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan $n = 48$ diperoleh nilai F_{tabel} 3.195 dari hasil ini diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $7.283 > 3.195$ jadi posisi titik uji signifikan berada pada wilayah penolakan H_0 atau dapat disimpulkan H_3 diterima yang artinya bahwa daya beli konsumen dan kenaikan bahan baku secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia kecamatan medan deli

E.KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.254 > 1,67793$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima berarti daya beli konsumen memiliki pengaruh signifikan dengan volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.
2. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.813 > 1,67793$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima berarti kenaikan bahan baku memiliki pengaruh signifikan dengan volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli.
3. Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis secara simultan diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7.283 > 3.195$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima berarti daya beli konsumen dan kenaikan bahan baku secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Mabar Feed Indonesia Kecamatan Medan Deli

SARAN

1. Untuk penelitian selanjutnya selain menggunakan alat pengumpulan data berupa angket, tetapi juga dapat menggunakan pengukuran yang memadai sehingga data yang didapatkan untuk mencapai dapat diketahui dengan baik dan akurat.
2. Bagi peneliti yang tertarik untuk meneliti judul yang sama, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambah variabel lain yang diduga lebih efektif dalam volume penjualan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Supawi pawenang, 2016. *Modul Perkuliahan Ekonomi Bisnis*, (Surakarta: Program Pascasarjana UNIBA).
- Ferdinan. (2016). *Anggaran Perusahaan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Gita Wahyuni (2021). "Analisis kualitas bahan baku dan proses produksi terhadap kualitas produk pada PT. Super box Indonesia ". Skripsi fakultas ekonomi dan bisnis.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Buku Riset Pemasaran*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, Keller, 2016. *Buku Manajemen Pemasaran* (Terjemahan), Edisi Millennium 2. Jakarta : Prenhallindo.
- Nurfaidah Annisa et.al. 2017. " Pengaruh Harga Pokok Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sector Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016.