

The Influence Of Trust, Price And Service On Employment Contract Decisions At PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan

Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Layanan Terhadap Keputusan Kontrak Kerja Pada PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan

Siegfried Gunawan¹, Mangasi Butar-Butar^{2*}, Stevic³, Mario Aston⁴, Juan Rio Ferdinand⁵
Robinhot Gultom⁶

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia, Kota Medan, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Program Studi Manajemen, Universitas Methodist Indonesia, Kota Medan, Indonesia⁶

mangasibutarbutar@unprimdn.ac.id*

ABSTRAK

PT. Jaya Alumindo Perkasa is a company that operates in the contracting sector and is located in Medan, where currently the company is experiencing problems with consumer purchases where every year, the number of consumers who make purchases continues to decline, so this impacts the company's growth and development. Researchers took the population in this study as 187 customers who made purchases from the company. The sample determination technique that will be used is to use the Slovin formula with a tolerance level of 5% where with the calculations carried out, 127 samples were obtained. The research results show that partially or simultaneously Trust, Pricing and Service have a significant influence on Purchasing Decisions at PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan. The ability of the Trust (X1), Pricing (X2), and Service (X3) variables to explain their influence on Purchasing Decisions (Y) is 62.2%. Meanwhile, the remaining 37.8% is the influence of other independent variables not examined in this research.

Keywords: Trust, Price, Service, Purchase Decision

1. Pendahuluan

Perusahaan akan sukses jika mampu memahami perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli atas produk barang yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Mengenali dan memahami perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Pada masa-masa awal, para pemasar berusaha memahami konsumen melalui pengalaman sehari-hari atas penjualan yang dilakukan terhadap konsumennya. Tetapi adanya perkembangan dalam ukuran perusahaan dan pasar, telah menghentikan banyak hubungan langsung antara pembuat keputusan pemasaran dari konsumennya.

Pemahaman akan perilaku pembelian konsumen dapat diaplikasikan dalam beberapa hal, yang pertama adalah untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan strategi yang tepat untuk menarik pembeli. Selanjutnya perilaku konsumen juga dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik misalnya dengan mengetahui bahwa konsumen akan banyak kebutuhan saat pada hari-hari tertentu layaknya hari raya. Adapun perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kepercayaan konsumen, penetapan harga, dan layanan. Kepercayaan adalah kesediaan mengandalkan kemampuan, integritas, dan motivasi pihak lain untuk bertindak dalam rangka memuaskan kebutuhan dan kepentingan seseorang sebagaimana disepakati bersama secara implisit maupun eksplisit. Penetapan harga adalah penentuan besaran nilai yang tepat untuk

dibayarkan oleh konsumen demi mendapatkan suatu produk atau jasa. Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

PT. Jaya Alumindo Perkasa merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang kontraktor dan berlokasi di Medan dimana untuk saat ini perusahaan mengalami permasalahan pada pembelian konsumen dimana setiap tahun, jumlah konsumen yang melakukan pembelian terus menurun sehingga hal tersebut membuat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan menjadi terdampak.

Jika hal tersebut tidak segera dilakukan perbaikan, ditakutkan akan memberikan dampak yang sangat buruk bagi perusahaan. Dalam hal ini kepercayaan konsumen pada perusahaan juga semakin berkurang karena produk yang ditawarkan oleh perusahaan kurang baik dan produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan. Beberapa hal tersebut pada akhirnya membuat konsumen menjadi tidak percaya dengan hasil pekerjaan perusahaan dan memutuskan untuk tidak menggunakan jasa perusahaan lagi.

Selain itu harga yang ditetapkan konsumen untuk setiap produk dan jasanya dinilai mahal oleh konsumen karena beberapa konsumen yang membandingkan harga dari perusahaan dengan perusahaan lain mendapatkan bahwa harga dari perusahaan lain jauh lebih murah. Hal tersebut membuat konsumen pada akhirnya mencoba menggunakan jasa dan produk dari perusahaan lainnya. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan masih kurang baik karena beberapa karyawan masih tidak dapat diandalkan dalam memberikan informasi. Selain itu daya tanggap karyawan dalam membantu konsumen juga masih rendah sehingga tidak sedikit konsumen merasa kecewa karena sering merasa diabaikan oleh karyawan.

Berdasarkan latar belakang atas yang telah teruraikan membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul: "Pengaruh Kepercayaan, Penetapan Harga dan Layanan Terhadap Keputusan kontrak kerja pada PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan."

2. Kajian Pustaka

Kepercayaan

Menurut Dewi, dkk (2020), Kepercayaan Konsumen merupakan hal yang sangat penting sehingga dihimbau untuk memberikan informasi yang sebenarnya kepada konsumen. Menurut Chaerudin, dkk (2020), Kepercayaan Konsumen adalah prinsip pokok dalam berbisnis karena jika konsumen merasa tertipu, tentunya akan menyebar yang menyebabkan konsumen beralih ke produk lain.

Penetapan Harga

Pendapat lain berdasarkan pendapat Dharmawati (2017), Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang fleksibel artinya dapat diubah-ubah sesuai dengan kebutuhan, sedangkan berdasarkan pendapat Berdasarkan pendapat Firmansyah (2019), Harga adalah unsur dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan kekayaan dari hasil pertukaran barang atau jasa.

Kualitas Pelayanan

Menurut Sudarso (2019), Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Ismainar (2019), Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Keputusan Pembelian

Menurut Bancin (2019), Keputusan Pembelian merupakan suatu tindakan akhir yang dilakukan konsumen sebagai bentuk jawab atas kebutuhan konsumen melalui serangkaian

proses evaluasi beberapa alternatif yang ada. Menurut Darmis (2021), Keputusan Pembelian adalah suatu kegiatan mengumpulkan informasi dan mengelola informasi sehingga pada akhirnya hasil dari pengelolaan informasi ini akan membuat suatu keputusan yang akan diambil.

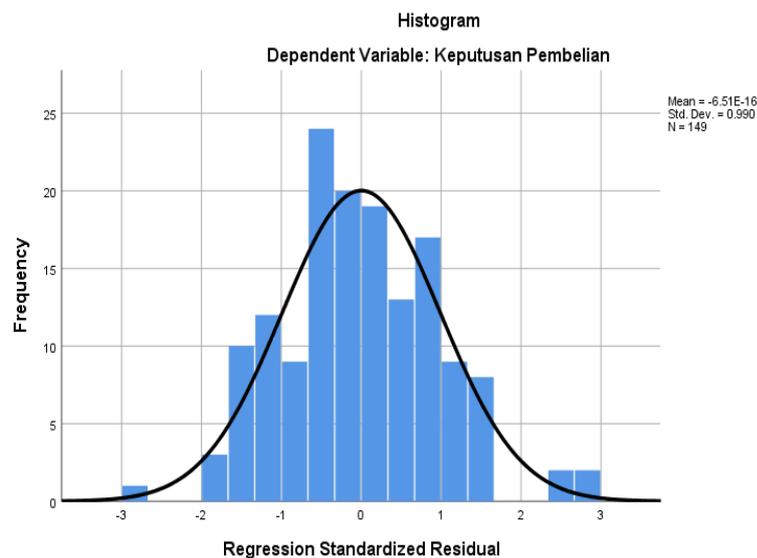
3. Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Jaya Alumindo Perkasa yang beralamatkan di Kota Medan. Waktu penelitian bulan Februari 2023. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini memiliki alur yang jelas dan teratur. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah deskriptif explanatory. Peneliti mengambil populasi dalam penelitian ini sebanyak 187 pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan. Teknik penentuan sampel yang akan digunakan adalah dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 5% dimana dengan perhitungan yang dilakukan, didapatkan sebanyak 127 sampel.

4. Hasil dan Pembahasan

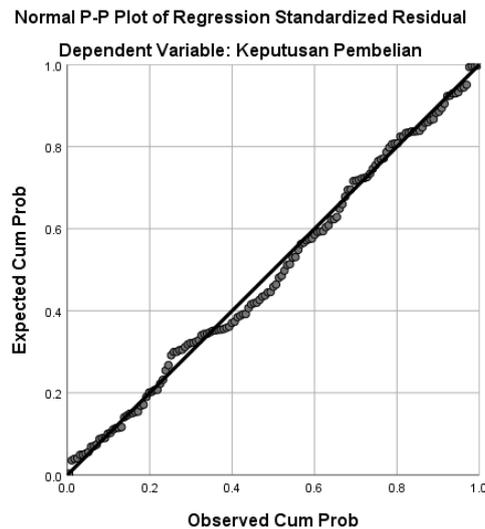
Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. 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. 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.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1
One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		127
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46674089
Most Extreme Differences	Absolute	.036
	Positive	.032
	Negative	-.036
Test Statistic		.036
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.

Sumber: Data diolah, 2023

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 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

Tabel 2
Multicollinearity Test
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.795	2.030		5.317	.000		
	Kepercayaan	.633	.082	.497	7.744	.000	.729	1.373
	Penetapan Harga	-.114	.035	-.182	-3.290	.001	.980	1.020
	Layanan	.417	.064	.417	6.465	.000	.720	1.388

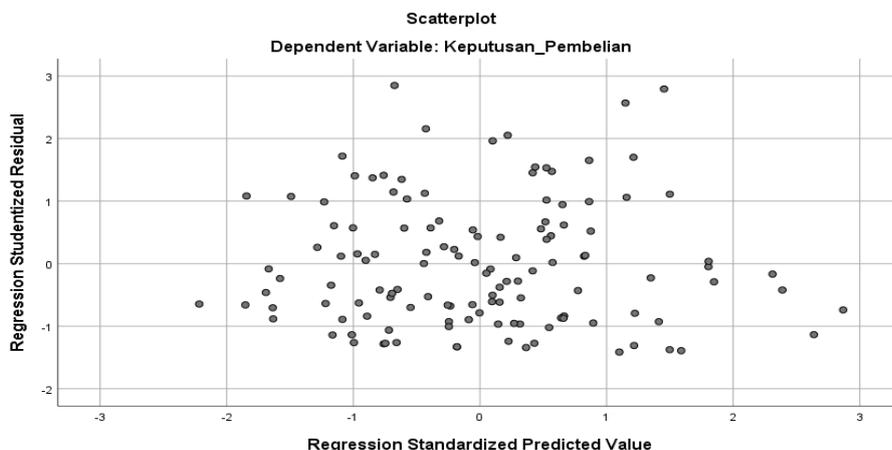
a. Dependent Variable: Keputusan Kontrak Kerja

Sumber: Data diolah, 2023

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 multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka 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

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4
Multiple Linear Regression Analysis Test
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.795	2.030		5.317	.000		
Kepercayaan	.633	.082	.497	7.744	.000	.729	1.373
Penetapan Harga	-.114	.035	-.182	-3.290	.001	.980	1.020
Layanan	.417	.064	.417	6.465	.000	.720	1.388

a. Dependent Variable: Keputusan Kontrak Kerja

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Konstanta (a) = 10,795. Artinya jika variabel bebas yaitu Kepercayaan (X_1), Penetapan Harga (X_2), dan Layanan (X_3) bernilai 0 maka Keputusan Kontrak Kerja (Y) adalah sebesar 10,795.
2. Jika ada peningkatan Kepercayaan maka Keputusan Kontrak Kerja akan meningkat sebesar 63,3%.
3. Jika adanya peningkatan terhadap Penetapan Harga maka Keputusan Kontrak Kerja akan menurun sebesar 11,4%.
4. Jika adanya peningkatan terhadap Layanan maka Keputusan Kontrak Kerja akan meningkat sebesar 41,7%.

Koefisien Determinasi

R Square (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 semakin mendekati 1. Suatu sifat penting R^2 adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R^2 dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel 5
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.631	.622	2.497

a. Predictors: (Constant), Layanan, Penetapan Harga, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan Kontrak Kerja

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas mengenai pengujian koefisien determinasi, maka diperoleh nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,622. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel Kepercayaan (X_1), Penetapan Harga (X_2), dan Layanan (X_3) menjelaskan pengaruhnya terhadap Keputusan Kontrak Kerja (Y) sebesar 62,2%. Sedangkan sisanya sebesar 37,8% merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 6
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1313.692	3	437.897	70.252	.000 ^b
	Residual	766.686	123	6.233		
	Total	2080.378	126			

a. Dependent Variable: Keputusan Kontrak Kerja

b. Predictors: (Constant), Layanan, Penetapan Harga, Kepercayaan

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa nilai F_{tabel} (2,69) dan signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) yaitu F_{hitung} (70,252) dan sig.a (0,000^b). Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menerima H_1 dan menolak H_0 . Perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat membuktikan bahwa secara serempak Kepercayaan, Penetapan Harga, dan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kontrak Kerja. Dengan demikian maka hipotesis keempat diterima.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.795	2.030		5.317	.000		
	Kepercayaan	.633	.082	.497	7.744	.000	.729	1.373
	Penetapan Harga	-.114	.035	-.182	-3.290	.001	.980	1.020
	Layanan	.417	.064	.417	6.465	.000	.720	1.388

a. Dependent Variable: Keputusan Kontrak Kerja

Sumber: Data diolah, 2023

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kepercayaan (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (7,744) $>$ t_{tabel} (1,981) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat

pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kepercayaan terhadap Keputusan Kontrak Kerja. Dengan demikian maka hipotesis pertama diterima.

2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Penetapan Harga (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (3,290) > t_{tabel} (1,981) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Penetapan Harga terhadap Keputusan Kontrak Kerja. Dengan demikian maka hipotesis kedua diterima.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel Layanan (X_3) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (6,465) > t_{tabel} (1,981) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Layanan terhadap Keputusan Kontrak Kerja. Dengan demikian maka hipotesis ketiga diterima.

5. Kesimpulan

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

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kontrak Kerja pada PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama diterima.
2. Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kontrak Kerja pada PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua diterima.
3. Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Kontrak Kerja pada PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga diterima.
4. Secara serempak Kepercayaan, Penetapan Harga dan Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Kontrak Kerja pada PT. Jaya Alumindo Perkasa Medan sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis keempat diterima.

Saran hasil penelitian adalah:

1. Bagi Perusahaan
Diharapkan kepada perusahaan untuk meningkatkan Keputusan Kontrak Kerja konsumen berdasarkan faktor Kepercayaan, Penetapan Harga, dan Layanan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya memasukkan variabel lain selain Kepercayaan, Penetapan Harga, dan Layanan sebagai *predictor* variabel bagi Keputusan Kontrak Kerja. Sehingga untuk kedepannya dapat memperoleh informasi yang lebih banyak tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Kontrak Kerja.

Daftar Pustaka

- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Chaerudin, A., Rani, I. H., & Alicia, V. (2020). *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi*. Sukabumi: Jejak.
- Christy, N. N. A. (2019). *Komunikasi Bisnis*. Semarang: Radna Andi Wibowo.
- Dewi, K., Yaspita, H., & Yulianda, A. (2018). *Manajemen Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Fathoroni, Annisa, Nuraini Siti Fatonah, Roni Andarsyah dan Noviana Riza. 2020. *Buku Tutorial Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Dosen Menggunakan Metode 360 Degree Feedback*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Ferinia, R., Kurniullah, A. Z., & Naipospos, N. Y. (2020). *Komunikasi Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

- Marzuki, Agustina, Crystha Armereo dan Pipit Fitri Rahayu. 2020. *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Purnomo., Rochmat Aldy. 2019. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori dan Penerapan*. Jakarta: UB Press.
- Wibowo, R. A. (2019). *Komunikasi Bisnis*. Semarang: Radna Andi Wibowo.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., & Haudi. (2020). *Manajemen Internasional*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2019). *Analisis Data Penelitian*. Bogor: IPB Press.