

Pengaruh Penjualan Langsung, Iklan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Hampers Tangerang

Jesselyn Agustina Herdyanto¹⁾, Alexander²⁾

¹²Universitas Buddhi Dharma

Email : jesselynh2@gmail.com, alexander.alexander@ubd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini diarahkan untuk mengkaji pengaruh dari penjualan langsung, iklan, dan promosi pada keputusan pembelian konsumen di Toko Online Hampers Tangerang. Skripsi ini menggunakan metode sampel non probabilitas, spesifiknya Purposive Sampling, untuk seleksi responden. Pengumpulan informasi primer dilaksanakan melalui distribusi kuesioner kepada 400 partisipan. Dari pengujian koefisien determinasi terungkap bahwa nilai R Square adalah 0,800 atau 80%. Ini mengindikasikan bahwa 80% dari Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Penjualan Langsung, Iklan, dan Promosi. Hasil pengujian statistik F menunjukkan nilai perhitungan sebesar 527,341, yang melampaui nilai F tabel sebesar 2,63. Tingkat kemaknaan yang ditemukan adalah 0,000, menandakan hasil yang sangat berarti dan jauh lebih rendah dari ambang batas 0,005. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersamaan dari tiga variabel independen, yaitu Penjualan Langsung (X1), Iklan (X2), dan Promosi (X3) terhadap variabel dependen, Keputusan Pembelian (Y), pada Toko Online Hampers Tangerang.

Kata Kunci : Penjualan Langsung, Iklan, Promosi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memicu perubahan besar dalam perilaku konsumen dan mempercepat persaingan di sektor toko online di Indonesia, terutama dengan diterapkannya kebijakan social distancing. Banyak usaha, termasuk Toko Online Hampers Tangerang yang memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan hampers atau bingkisan yang digunakan sebagai simbol untuk menjaga hubungan baik satu sama lain di suatu momen spesial.

Pada kesempatan ini banyak wirausahawan di Indonesia menciptakan ide hampers yaitu bingkisan atauu parsel yang dikirim langsung sebagai hadiah untuk momen spesial seperti perayaan hari raya, ulang tahun, dan pernikahan. Hampers ini berisi berbagai varian produk yang dikemas dalam kotak dengan desain menarik. (& Murwaningsari, 2019; Andy, 2018; Andy & -, 2018; Andy & Megawati, 2019; Dinata et al., 2019; Ginny & Andy, 2021; Gultom & Gunawan, 2020; Hernawan et al., 2021b, 2019; Hernawan & Andy, 2018, 2019; Kiki, Samosir, et al., 2020; Kiki, Susanti, et al., 2020; Kusnawan et al., 2019, 2020; Limajatini et al., 2019; Natalia et al., 2020; Parameswari et al., 2021; Pramitasari, 2020; Sutisna, 2020b, 2020a; Sutrisna, 2016; Ummah, 2019; Winata et al., 2020; Yoyo, 2021; Yoyo et al., 2019; Yoyo & Listen, 2020; Z.Dhea, N. Ari, Andy, 2020).

Toko Online Hampers Tangerang fokus menjual hampers makanan ringan dengan berbagai varian yang dapat disesuaikan oleh konsumen, termasuk dalam hal waktu pengiriman. Untuk menarik minat konsumen, toko ini menggabungkan beberapa strategi pemasaran, seperti penjualan langsung, iklan, dan promosi. Penjualan langsung memungkinkan interaksi tatap muka antara penjual dan pembeli, yang membantu memahami kebutuhan konsumen dengan lebih baik.

Iklan online juga menjadi strategi penting, memanfaatkan platform digital seperti TikTok, Instagram, dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Sementara itu promosi penting untuk memperkenalkan produk kepada calon pelanggan dan menonjolkan kelebihannya. Promosi yang dilakukan Toko Online Hampers Tangerang biasanya meliputi penawaran seperti paket bundling, beli 1 gratis 1, dan potongan harga, yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian.

Dengan persaingan yang semakin ketat, analisis terhadap pengaruh penjualan langsung, iklan, dan promosi terhadap keputusan pembelian menjadi krusial untuk menentukan strategi pemasaran yang paling efektif bagi Toko Online Hampers Tangerang karena pelanggan memiliki banyak pilihan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian mereka tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Menurut (Adytya et al., 2024; Budi et al., 2024; Cindy Yonuari et al., 2024; Desilie et al., 2024; Fransisca Imanuel, 2024; Parameswari et al., 2024; Purnamasari et al., 2024; Soetiyono et al., 2024) menjelaskan bahwa :

Teknik manajemen ialah metode melalui mana arah serta sasaran dari sekelompok individu spesifik dirumuskan, dibedakan, dan diwujudkan.

Pemasaran

Menurut (Damma Setiawan & Mutiara Dewi, 2024; Liman et al., 2024; Martin et al., 2024; Prayoga et al., 2024; Putri et al., 2024; Raisya Pratiwi Kusnawan & Kusnawan, 2024; X. M. Susanto, 2024; Tarunay et al., 2024; Tintje Beby et al., 2024; Yehuda et al., 2024) menjelaskan bahwa :

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan serangkaian tindakan yang bertujuan untuk merancang, mengedarkan, memajukan, dan menentukan tarif untuk produk, layanan, serta konsep, supaya dapat mendukung terciptanya hubungan tukar-menukar yang menggembirakan dengan konsumen dan untuk mengembangkan serta memelihara hubungan harmonis dengan stakeholder di lingkungan yang berubah-ubah.

Manajemen Pemasaran

Menurut (Alexander, Rini, et al., 2024; Christianto & Gultom, 2024; Herdyanto, 2024; Komara et al., 2024; Limajatini et al., 2024; Pranata & Rini, 2024; Yehezkiel & Gultom, 2024; Yoyo et al., 2024; IJMAKPII, 2024) menjelaskan bahwa :

Manajemen pemasaran merupakan proses analisis, perancangan, eksekusi, dan kontrol terhadap program yang dirancang untuk menghasilkan, mengembangkan, dan mempertahankan manfaat dari transaksi melalui target pasar dengan tujuan mencapai sasaran organisasi atau korporasi dalam periode yang berkelanjutan.

Bauran Pemasaran

Menurut (Alexander, Yanti Puspa Rini, et al., 2024; Asyari Adhitya, 2023; Feny & Rini, 2024; Handayani et al., 2024; Jonatan & Kiki, 2023; Kiki & Marsella Yudhita, 2023; Kirtileka, 2024; Limajatini et al., 2023; Octaviani & Gultom, 2023; Produk et al., 2024; Samosir et al., 2023; Wicaksono et al., 2023) menjelaskan bahwa :

Elemen-elemen dalam bauran pemasaran membentuk strategi campuran yang dirancang secara khusus untuk memancing reaksi positif dari pasar sasaran.

Penjualan Langsung

Menurut (Avraini & Suhendra, 2023; Candraniawati & Suhendra, 2023; Charles & Gultom, 2023; Elsi Deriah & Suhendra, 2023; Julian & Suhendra, 2023; Kurniadi & Gultom, 2023; Kurniawan et al., 2023; Luman & Limajatini, 2023; Naili et al., 2023; Priyowidodo, 2023; Winata et al., 2023) mengatakan bahwa :

Penjualan langsung terdiri atas kegiatan memperdagangkan barang atau jasa melalui cara demonstratif atau mengunjungi tempat-tempat seperti perkantoran, rumah, atau lokasi lain yang ditetapkan oleh penjual untuk menawarkan produk langsung kepada pembeli.

Menurut (Apriliani & Nana, 2023; Dimas Mulia dan Alexander, 2023; Kristian & Yoyo, 2023; Merek et al., 2023; Michael et al., 2023; Ruditta1 & Rini, 2023; V. I. Susanto & Alexander, 2023; Sutisna & Sutrisna, 2023; Suwardi & Yanti Puspa, 2023; Triwibowo & Sutisna, 2023; Yaputra & Yoyo, 2023; Yoyo et al., 2023) mengatakan bahwa :

Penjualan langsung merupakan interaksi pribadi (berhadapan langsung) yang terjadi antara penjual dan prospek pembeli untuk membina kesadaran produk pada pembeli, yang memicu keputusan pembelian.

Iklan

Menurut (Dandi et al., 2023; Erlina Sandya Prabawati & Arif Nugroho Rachman, 2022; Fustriandi et al., 2022; Juniantan et al., 2023; Limajatini et al., 2022; Listya & Limajatini, 2022; Marlina & Samosir, 2022; Susanti et al., 2022) menjelaskan bahwa :

Pengiklanan diartikan sebagai metode penyampaian dan peningkatan kesadaran akan ide, produk, atau layanan tanpa interaksi pribadi, dilaksanakan oleh sponsor yang spesifik dengan adanya imbalan finansial.

Menurut (Antonia & Alexander, 2022; Asep Suhendar Aprilia, 2022; Gulo & Yoyo, 2022; Handry, 2022; Hanitha et al., 2022; Nana & Stefanus, 2022; Shino et al., 2022; Suhendra, 2022; Suhendra et al., 2022; Wilyanto, 2022; Wulandari & Limajatini, 2022) menjelaskan bahwa :

Promosi melalui iklan merupakan metode komunikasi tidak langsung, yang berlandaskan pada penjabaran manfaat dari produk, dirancang secara apik untuk memunculkan perasaan menyenangkan, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian individu.

Promosi

Menurut (Baringin, 2021; Brittany, Ravena Gabriela, 2022; Juan Barus et al., 2021; Kiki & Arisona, 2021; Melatnerbar et al., 2021; Setiawan & Rini, 2022; Suhendra et al., 2021; Warongan et al., 2022; Wibowo et al., 2021) menjelaskan bahwa :

Promosi adalah upaya penyampaian kabar atau data kepada orang lain dengan maksud untuk mengarahkan keinginan serta harapan seseorang, yang nantinya berujung pada kebermanfaat

ketika konsumen memahami secara lebih mendalam mengenai layanan yang ditawarkan dan dapat mereka manfaatkan.

Menurut menjelaskan bahwa :

Promosi merupakan instrumen atau kegiatan yang diterapkan oleh perusahaan guna menyampaikan nilai kepada pelanggan.

Keputusan Pembelian

Menurut (Anggraeni et al., 2021; Hernawan et al., 2021a; Istiyawari et al., 2021; N. Sutisna, 2021; Sutandi et al., 2021; Trida et al., 2021; Yuniastri et al., 2021) mengatakan bahwa :

Keputusan pembelian konsumen merupakan langkah memuaskan kebutuhan yang berperan vital bagi korporasi dalam menyusun serta menetapkan taktik pemasaran untuk periode mendatang.

Toko Online

Menurut (Agustina et al., 2021; Rini & Winata, 2021; Sandi, 2021; Sidauruk et al., 2021; Sugandha et al., 2021; Tannia et al., 2021; Yoyo & Anugrah, 2021) mengatakan bahwa :

Sebuah etalase digital, atau toko online, merupakan model bisnis dalam e-commerce yang dirancang untuk aktivitas transaksi antara pedagang atau dari pedagang ke pembeli.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini diarahkan untuk mengukur pengaruh dari penjualan langsung, iklan, dan promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif, yang berakar dalam filosofi positivisme, dipilih untuk mengamati kondisi yang asli dari subjek yang diteliti (berbeda dengan eksperimen), dengan penggunaan penelitian sebagai alat utama. Pemilihan sampel untuk sumber data dijalankan secara purposive dan snowball.

Objek Penelitian

Penelitian ini di tujukan kepada para pelanggan Toko Online Hampers Tangerang yang telah membeli produk.

Sumber Data

Untuk penelitian ini, data yang dibutuhkan dikumpulkan melalui respons survei yang diperiksa dengan menggunakan Aplikasi SPSS versi 25.

Populasi dan Sampel

Dari analisis yang Sugiarto (2023) lakukan, berdasarkan pemikiran Sugiyono (2014, p. 80), populasi diartikan sebagai area generalisasi yang meliputi subjek atau objek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis guna mendapatkan kesimpulan. Sementara itu, sampel adalah sebagian dari populasi yang dianalisis atau dipelajari lebih detail untuk mewakili karakteristik keseluruhan dari populasi itu. Dalam penelitian ini, dipilih metode sampling jenuh untuk menentukan sampel. Melalui metode tersebut, jumlah sampel yang dipilih adalah seluruh populasi yang terdiri dari 400 individu.

Metode Pengumpulan Data

Demi mengumpulkan data tersebut, metode penelitian yang dipilih adalah survei, di mana responden memberikan jawaban langsung melalui kuesioner. Pengisian kuesioner ditujukan untuk konsumen Toko Online Hampers Tangerang yang sebelumnya sudah pernah membeli.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Asumsi Klasik :
 - a. Uji Normalitas

- b. Uji Multikolinieritas
- c. Uji Heteroskedastisitas
- d. Uji Autokorelasi
- 4. Uji Model Statistik :
 - a. Uji Regresi Linear Berganda
 - b. Uji Korelasi Berganda
- 5. Uji Hipotesis
 - a. Uji t (Uji Parsial)
 - b. Uji F (Uji Simultan)
 - c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Hasil

1. Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.894 ^a	.800	.798	1.756	2.063
a. Predictors: (Constant), Promosi, Penjualan Langsung, Iklan					
b. Dependent Variable: KeputusanPembelian					

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa R Square yang telah disetarakan mencapai 80% atau 0,800, menyimpulkan bahwa dampak Koefisien dari Penjualan Langsung (X1), Iklan (X2), dan Promosi (X3) pada Keputusan Pembelian (Y) memiliki keberartian yang signifikan. Adapun 20% yang tersisa dipengaruhi oleh komponen lain yang tidak dijelaskan dalam analisis ini.

2. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.086	1.072		1.013	.312
	Penjualan Langsung	.217	.046	.208	4.735	.000
	Iklan	.280	.045	.285	6.207	.000
	Promosi	.477	.045	.457	10.587	.000
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian						

$$Y = 2,726 + 0,171X_1 + 0,473X_2 + 0,297X_3 + \epsilon$$

Persamaan yang telah disampaikan di atas, dapat digambarkan dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Dengan adanya konstanta sejumlah 1,013, ini menandakan bahwa apabila nilai Variabel Bebas (penjualan langsung, iklan, promosi) adalah satu, maka nilai dari Keputusan Pembelian adalah 1,013.
- b. Koefisien untuk penjualan langsung (X1) yakni 4,735 mengindikasikan adanya pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebanyak 4,735. Dengan kata lain, penurunan satu poin pada penjualan langsung akan mengurangi Keputusan Pembelian sebesar 4,735.
- c. Angka 6,207 sebagai koefisien dari iklan (X2) menunjukkan pengaruh yang menguntungkan dari iklan terhadap Keputusan Pembelian. Jika terjadi peningkatan sebesar satu poin pada aktivitas iklan, maka akan terjadi peningkatan pada Keputusan Pembelian sejumlah 6,207. Sebaliknya, keputusan pembelian akan turun 6,207 jika terdapat penurunan satu poin pada iklan.
- d. Koefisien untuk promosi (X3) yang tercatat sebesar 10,587 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin pada promosi meningkatkan Keputusan Pembelian sebanyak 10,587. Sementara itu, penurunan satu poin pada promosi akan mengurangi Keputusan Pembelian sebanyak 10,587.

3. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4876.940	3	1625.647	527.341	.000 ^b
	Residual	1220.758	396	3.083		
	Total	6097.698	399			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Penjualan Langsung, Iklan						

Tabel hasil uji Anova memperlihatkan skor F hitung yang mengungguli angka pada tabel F (527,341 > 2,63) dengan tingkat kemaknaan mencapai 0,00, yang sangat rendah dibanding batas minimum 0,05. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (Ha) diterima, sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

KESIMPULAN

1. Pengaruh Penjualan Langsung Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Hampers Tangerang

Penelitian mengindikasikan bahwa efek dari penjualan langsung memberikan sumbangan yang berarti terhadap keputusan pembelian. Nilai T yang diperoleh mencapai 4,735, melintasi batas kritis yang ditetapkan sebesar 1,966, mengindikasikan penyangkalan terhadap hipotesis nol (H0) serta penerimaan terhadap hipotesis alternatif (Ha). Ini menegaskan pengaruh yang penting dari Penjualan Langsung (X1) pada Keputusan Pembelian (Y).

2. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Hampers Tangerang

Temuan ini menandakan bahwa Iklan memberi pengaruh menguntungkan atas keputusan pembelian. Dengan nilai T hitung mencapai 6,207 yang melampaui ambang batas kritis sebesar 1,966, hasil ini menolak hipotesis nol (H0) serta mengakui hipotesis alternatif (Ha), yang

menegaskan adanya dampak berarti dari Pengaruh Penjualan Langsung (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Hampers Tangerang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak positif dari iklan terhadap keputusan pembelian terbukti signifikan. Nilai T yang didapatkan mencapai 10,587, yang melampaui ambang batas kritis sebesar 1,966, mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H0) dan penerimaan hipotesis alternatif (Ha). Hal ini memperkuat bukti bahwa promosi (X1) mempengaruhi keputusan pembelian (Y) secara signifikan.

4. Pengaruh Penjualan Langsung, Iklan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Hampers Tangerang.

Temuan memperlihatkan bahwa Nilai R Square mencapai 0,800 atau 80%, yang menandakan bahwa 80% dari efek terhadap Keputusan Pembelian (Y) disumbangkan oleh Penjualan Langsung (X1), Iklan (X2), dan Promosi (X3). Hasil perhitungan f yang tercatat pada angka 527,341, jauh melampaui batas F tabel yang hanya 2,63, serta tingkat kepentingan statistik mendekati 0,000 jauh di bawah ambang batas 0,005 menguatkan temuan bahwa secara bersama-sama, variabel independen berdampak signifikan terhadap variabel dependen.

REFERENSI

- . S., & Murwaningsari, E. (2019). The Effect of Accounting Information and Tax Information on Trading Value Moderated by Competitive Strategy. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 6(2), 43–50. <https://doi.org/10.20448/2002.62.43.50>
- Adytya, Prakasa, A., & Karunia, D. (2024). Effective Promotional Strategies: Analyzing the Impact of Flash Sale and Cashback Discounts on Impulsive Buying Behavior in Live Streaming Marketplaces. *ECo-Fin*, 6(3 SE-Articles), 578–590. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1564>
- Agustina, C., Rini, Y., & Yuliadi, E. (2021). Pengaruh Etika Profesi dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada KAP di wilayah Tangerang Selatan dan Tangerang). *ECo-Fin*, 3(2 SE-Articles), 242–256. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i2.405>
- Alexander, Rini, Y. P., & Yoyo, T. (2024). The Effect of Cash On Delivery, Free Shipping Promos on Customer Reviews with Purchase Decisions as an Intervening Variable on the Shopee Marketplace Site in the Tangerang City Area. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(3 SE-Articles), 219–229. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i3.3211>
- Alexander, Yanti Puspa Rini, & Adrian Maulana Chandra. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Tangerang Pada Aplikasi Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Blibli). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1 SE-Articles), 52–58. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2661>
- Andy. (2018). Pengaruh Return On Asset, Debt To Equity Ratio, Debt To Assets Ratio, Ukuran Perusahaan Dan Deferred Tax Expense terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Perhotelan, Restoran, Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 42–53. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/PE>
- Andy, A., & -, S. (2018). Analisis Pengaruh Kedisiplinan, Prestasi Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 18. <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.51>
- Andy, A., & Megawati, M. (2019). Analysis of Liquidity, Profitability and Solvency Ratios to Assess the Financial Performance of Companies in Cigarette Industries Listed on the Indonesia Stock Exchange. *ECo-Fin*, 1(1), 22–34. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.54>
- Anggraeni, R. D., Herijawati, E., Sutrisna, S., & Alexander, A. (2021). Analisis Financial Distress Altman Z-Score Dengan Pendekatan Data Mining Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Logam Periode 2018-2020 Yang Terdaftar Di BEI. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 1–12. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.803>
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10.

- Apriliani, R., & Nana, S. (2023). Pengaruh Motivasi, Komunikasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bintang Auto Semesta. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis Vol 3 No 2, 3(2)*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Asep Suhendar Aprilia. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 1(6)*, 780–784. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Asyari Adhitya, D. K. B. M. S. (2023). Pengaruh Kebijakan Dividen, Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan *Global Accounting: Jurnal Akuntansi, 2(2)*, 1–14. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Avraini, F., & Suhendra. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Perencanaan Pajak, Net Financing dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022. *GLOBAL ACCOUNTING: Jurnal Akuntansi, 2(2)*, 1–14.
- Baringin, D. K. (2021). Implementation of Appropriate Site Development, Material Recycle, Indoor Health and Comfort in Shopping Buildings. *Akuntoteknologi, 13(2)*, 91–104. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.913>
- Brittany, Ravena Gabriela, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan , Promosi Online , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Dan Marketplace. *Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2, 1–16*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/998>
- Budi, Gouwtama, C., & Sugiyanto. (2024). The Influence of Work Culture and Proactive Personality on Job Satisfaction and its Impact on Job Performance . *ECo-Buss, 6(3 SE-Articles)*, 1395–1408. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1164>
- Candraniawati, R. O., & Suhendra. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Ukuran Perusahaan, Return on Assets dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance Studi Empiris pada perusahaan Industri Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018 –. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis, 3(2)*, 1–15. <https://jurnal.ubd.ac.id>
- Charles, & Gultom, J. B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Kasus pada Perusahaan Pharmacy yang terdaftar di Busa Efek Indonesia Periode 2018-2022). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 3(2)*.
- Christianto, A., & Gultom, J. B. (2024). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Likuiditas , Profitabilitas , Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Energy Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. 4.*
- Cindy Yonuari, Septiawan, D., & Marcheline, A. (2024). The The Effect Of Person-Job Fit And Person-Organization Fit On Employee Performance With Individual Capacity As Moderation. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis, 22(3 SE-Articles)*, 64–77. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i3.2900>
- Damma Setiawan, R. R., & Mutiara Dewi, S. (2024). The Influence Of Dynamic Leadership And Time Management On Work Productivity With Intellectual Intelligence As Moderation. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis, 22(2 SE-Articles)*, 171–188. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2784>
- Dandi, D., Andy, A., & Silaban, B. (2023). Pengaruh Price Earning Ratio (PER), Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), dan Total Asset Turnover (TATO) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Property & Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode. *Akuntoteknologi, 15(1)*, 82–89. <https://doi.org/10.31253/aktek.v15i1.2011>
- Desilie, A., Jenesia, & Setiadi, S. (2024). Moderasi Hedonic Quality Atas Pengaruh E-Service Quality dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *ECo-Buss, 6(3 SE-Articles)*, 1491–1503. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1182>
- Dimas Mulia dan Alexander. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembeian McDonald's di Kota Tangerang. *Jurnal UBD, 3(2)*.
- Dinata, V. V., Fung, T. S., & Sutisna, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis, 17(3 SE-Articles)*, 55–63. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.187>
- Elsi Deriah, & Suhendra Suhendra. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Fee Audit, dan Rotasi Audit terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi, 2, 04–10*.
- Erlina Sandya Prabawati, & Arif Nugroho Rachman. (2022). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Intitusional, Karakter Eksekutif, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, 1(5)*, 493–508. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i5.1680>
- Feny, N., & Rini, Y. P. (2024). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Supermarket Tiptop Cimone , Tangerang. 4(1)*.
- Fransisca Imanuel. (2024). The The Effect Of Flourishing And Self-Efficacy On Work Productivity With Happiness Work As A Moderation. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis, 22(2 SE-Articles)*, 133–144. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2779>
- Fustriandi, Andre, Gultom, & Barus, J. (2022). Pengaruh Sistem Kerja, Stres Kerja, Dan Komunikasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan (Studi Kasus CV. Tunas Muda Sakti, Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 1(2)*,

- 30–39.
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1302%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/1302/728>
- Ginny, P. L., & Andy, A. (2021). A Business Model Analysis On Hj Ninaâ€™s Rental Housing Using Business Model Canvas Approach. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(3), 75–90. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i3.637>
- Gulo, J. T., & Yoyo, T. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Pelayanan terhadap Pemilihan Jasa Ekspor pada PT. Maxima Express Pratama. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3, 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/1693>
- Gultom, J. B., & Gunawan, I. D. (2020). Intellectual Capital Disclosure, Good Corporate Governance and Firm Performance: Asean Cross Country Analysis. *European Journal of Business and Management Research*, 5(5), 1–5. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.5.479>
- Handayani, P., Pujiarti, P., & Andy. (2024). The Influence Of Recruitment, Work Culture, And Work Environment On The Quality Of Human Resources At PT Gratia Jelajah Semesta. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 35–44. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2458>
- Handry, Wi. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Kfc Kisamaun Tangerang. *Skripsi*, 1, 1–7.
- Hanitha, V., Yoyo, T., & Silaswara, D. (2022). Analysis Effect of BI Rates, Inflation and Exchange Rates on the Composite Stock Price Index on the Indonesia Stock Exchange 2016-2021. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 14(1 SE-Articles), 1–10. <https://doi.org/10.31253/aktek.v14i1.1423>
- Herdyanto, J. A. (2024). *Pengaruh Penjualan Langsung , Iklan , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Hampers Tangerang*. 2, 1–9.
- Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Hernawan, E., & Andy. (2019). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan Gojek Dan Grab Online Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 17. No. 1 (2019)*, 17(1), 1–13. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Hernawan, E., Cahyono, Y., Andy, A., Wi, P., & Alexander, A. (2021a). Informasi Kebijakan Dividen Yang dipengaruhi Oleh Return On Asset, Leverage, dan Sales Growth (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 13–23. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.804>
- Hernawan, E., Cahyono, Y., Andy, Wi, P., & Alexander. (2021b). Informasi Kebijakan Dividen Yang dipengaruhi Oleh Return On Asset, Leverage, dan Sales Growth (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020). *Akuntoteknologi*, 2(Vol 13 No 2 (2021): Jurnal Akuntoteknologi), 13–23. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/akunto/article/view/804/450>
- Hernawan, E., Kusnawan, A., Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). Implementation of tax consultant monitoring information system to increase client satisfaction with E-CRM. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(8 Special Issue), 2419–2428.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 329. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4053>
- Jonatan, N., & Kiki, D. (2023). Pengaruh Harga Emas, Harga Minyak, dan Kurs Tengah Terhadap Harga Saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 2019–2024.
- Juan Barus, G., Etty, M., Haryono, U., & Sekar, M. (2021). Reciprocal Use of Artificial Intelligence in Audit Assignments. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 11(1), 9–20. <https://doi.org/10.20448/2002.111.9.20>
- Julian, R. E., & Suhendra, S. (2023). Pengaruh Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi dan Kemiskinan Terhadap Kenaikan PPN di Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/2027%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/2027/1304>
- Juniantan, J., Pujiarti, P., & Andy, A. (2023). The Effect Of Work Environment, Work Motivation, And Training On Employee Performance At PT Sanden Intercool Indonesia. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(3), 63–72. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i3.1924>
- Kiki, D., & Arisona, S. P. (2021). Pengaruh Job Satisfaction, Job Resources, dan Self Determination Terhadap Work Engagement Karyawan Amaris Hotel Citra Raya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–8. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/755>
- Kiki, D., & Marsella Yudhita. (2023). Pengaruh Tax Planning, Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Akuntoteknologi*, 15(2), 139–146. <https://doi.org/10.31253/aktek.v15i2.2630>
- Kiki, D., Samosir, B. M. T., Murwaningsari, E., & Augustine, Y. (2020). The benefit of green building for cost

- efficiency. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 1(4), 209–219. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v1i4.152>
- Kiki, D., Susanti, M., & Aldi Samara. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 1, 109–120.
- Kirtileka, S. B. (2024). *The Influence Of Price , Product Quality , And Promotion On Purchasing Decisions On Toast Store In Tangerang City*. 3, 1–12.
- Komara, S. D., Gultom, J. B., Dharma, U. B., & Independen, K. (2024). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage dan Komisaris Independen Terhadap Tax Avoidance (Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021)*. 2.
- Kristian, D., & Yoyo, T. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*. 3(2).
- Kurniadi, H., & Gultom, J. B. (2023). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Influence Return On Asset (Roa), Return On Investment (Roi), Andnet Profit Margin On Company Values In The Company Industry. *PROSIDING: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Kurniawan, A., Silaswara, D., Susanti, M., Alexander, A., Priyowidodo, A., Trinurfa Yuliadi, E., Puspa Rini, Y., & Kiki Baringin, D. (2023). Pelatihan Soft Skill Manajemen Diri pada Puja Bhakti Remaja Cetiya Vijja Gana - Tangerang. *Abdi Dharma*, 3(2 SE-Articles), 119–128. <https://doi.org/10.31253/ad.v3i2.2333>
- Kusnawan, A., Andy, Hernawan, E., Silaswara, D., & Sefung, T. (2020). The Effect of Digital Payment to Millennial Consumer Purchase Decisions. *TEST Engineering & Management*, 82(5116), 5116–5129. www.alex.com
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Limajatini, Agnes Nathashia Gita Camilla, & Juan Barus Gultom. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Debt To Equity Ratio, Return On Asset, Manajemen Laba, Dan Sales Growth Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 15(2 SE-Articles), 120–138. <https://doi.org/10.31253/aktek.v15i2.2629>
- Limajatini, L., Hakim, M. Z., Yehezkiel, R., Fujiyanto, W., Meliayana, M., Niati, S., & Putri Rennadi, Q. O. (2022). Pengaruh Tingkat Hutang Perusahaan, Dewan Komisaris Independen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Effective Tax Rate (Etr) Pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclical Di Indonesia. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 14(2 SE-Articles), 84–107. <https://doi.org/10.31253/aktek.v14i2.1786>
- Limajatini, L., Murwaningsari, E., & Khomsiyah, K. (2019). Analysis of Effect of Power Distance, Power Avoidance, Individualism, Masculinity and Time Orientation Toward Auditing Behavior with Mediation of Locus of Control. *ECo-Fin*, 1(1 SE-Articles), 12–21. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.53>
- Limajatini, Suhendra, S., & Gultom, J. B. (2024). Pengaruh Tranfer Pricing, Tax Avoidance Terhadap Profitabilitas Dengan Variabel Moderasi Kepemilikan Institusional Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Indonesia. *Akuntoteknologi*, 16(1), 177–185. <https://doi.org/10.31253/aktek.v16i1.3177>
- Liman, I., Santamoko, R., Limajatini, L., & Anggraeni, D. (2024). the Influence of Innovative Behavior and Reward System on Employee Performance With Creative Thinking Ability As a Moderator. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1), 3169–3181. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i1.3169-3181>
- Listya, T., & Limajatini. (2022). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penggiat UMKM di Kecamatan Periuk. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 930–938. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1402>
- Luman, W., & Limajatini. (2023). Pengaruh Karakter Eksekutif, Profitabilitas, Corporate governance, dan Firm Size Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1–17.
- Marlina, L., & Samosir, D. K. B. M. (2022). Pengaruh Cash Holding , Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Income Smoothing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 1(3), 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/1709/1051>
- Martin, Sendri, & Ratnaningtyas, K. D. (2024). Pengaruh Sosial Media dan Entrepreneurial Network dengan Digital Marketing Communication sebagai Pemoderasi Terhadap Kinerja Marketing. *ECo-Buss*, 7(1 SE-Articles), 546–562. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1513>
- Melatnerbar, B., Winata, S., Limajatini, L., Irwan, I., & Surjana, M. T. (2021). Menalar Dampak Kebijakan Tax Holiday Terhadap Iklim Investasi Di Indonesia Sejak 1970 - 2020. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 24–34. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.856>
- Merek, P. C., Kualitas, D., Terhadap, P., Konsumen, P., Pt, D., Hijau, P., Kalakas, C. E., & Rini, Y. P. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Prosiding : Ekonomi dan Bisnis*. 3(2).
- Michael, M., Pujiarti, P., & Andy, A. (2023). The Effect Of Training, Career Path, And Compensation On Employee

- Performance At Pt Gosyen Pacific Suskesmakmur. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 169–176. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1917>
- N. Sutisna. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Surya Bumi Permata. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/756/0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/756/452>
- Naili, G. I., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Self Assessment System, Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 1(3), 479–486.
- Nana, S., & Stefanus. (2022). Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk PT . Profestama Tehnik Cemerlang di Alam Sutera. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1399/0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/1399/823>
- Natalia, D., Sutisna, N., & Farunik, C. G. (2020). The Influence of Price and Quality of Products on The Purchase Decision of Bread Products. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 146–151. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/534>
- Octaviani, A. T., & Gultom, J. B. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2021). *Global Accounting*, 2(2), 1–18. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/ga/article/view/2416/0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/ga/article/download/2416/1557>
- Parameswari, R., Agus Kusnawan, & Daniel Yesaya. (2024). THE INFLUENCE OF ONLINE SHOPPING DEPENDENCE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON ONLINE LOANS. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 239–249. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2823>
- Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District, Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 92–101. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.594>
- Pramitasari, T. D. I. S. (2020). IMAR Indonesian Management and Accounting Research. *Indonesian Management and Accounting Research*, 20(01). <http://repository.unars.ac.id/id/eprint/364/1/3>. Jurnal IMAR.pdf
- Pranata, C. F., & Rini, Y. P. (2024). Pengaruh Harga , Citra Merk Dan Kalitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Membeli Produk Iphone Pada Konsumen Di Kelurahan Koang Jaya Kota Tangerang Pada PT Apple Inc. 1, 1–7.
- Prayoga, A., Agustinus, & Priowidodo. (2024). Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan AkurasiPengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada MasyarakatPengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* , 3(1), 1–8.
- Priowidodo, A. (2023). Pengaruh Current Ratio (CR), Net Profit Margin (NPM), Debt To Equity Ratio (DER), dan Firm Size Terhadap Harga Saham. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 15(2), 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>
- Produk, P. K., Keputusan, T., Pelanggan, P., Alie, P. T., & Galeri, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Alie Marmer Galeri. 2, 1–9.
- Purnamasari, M., Hermawan, A., & Junaedi. (2024). Unveiling the Synergy: How Entrepreneurial Marketing and Product Quality Drive Purchase Decisions through the Lens of Digital Marketing. *ECo-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1423–1434. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1181>
- Putri, I. A., Kusnawan, A., & Kusnawan, R. P. (2024). *The Influence of Price Segmentation and Quality Perceptions on School Selection Decisions Moderated by Digital Marketing* (Vol. 2023, Issue Icebm 2023). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-508-9>
- Raisya Pratiwi Kusnawan, & Kusnawan, R. P. (2024). Analysis Of The Impact Of Brand Awareness On Brand Loyalty In The Use Of E-Wallets Through Purchase Intentions. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 21–33. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2696>
- Rini, Y. P., & Winata, V. (2021). Pengaruh Pelatihan dan Kompetensi Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Motivasi Kerja Anggi. *Prosiding Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 286–296. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Ruditta1, & Rini, Y. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1994>
- Samosir, D. K. B. M., Augustine, Y., & Pardede, R. (2023). Increasing Business Performance in Property Management by Implementing the Green Habit. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v7i1.477>
- Sandi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk SEIV (Studi Kasus PT. SEIV Indonesia). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).

<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/2155%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/2155/1402>

- Setiawan, W., & Rini, Y. P. (2022). *Pengaruh Promosi , Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. 1(2)*.
- Shino, Y., Durachman, Y., & Sutisna, N. (2022). Implementation of Data Mining with Naive Bayes Algorithm for Eligibility Classification of Basic Food Aid Recipients. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 2(2 SE-Articles), 154–162. <https://doi.org/10.34306/ijcitsm.v2i2.114>
- Sidauruk, Y. A., Rini, Y., & Yuliadi, E. (2021). Analisis Pengaruh Struktur Corporate Governance, Audit Tenure dan Ukuran KAP Terhadap Integritas Laporan Keuangan Real Estate yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2017. *ECO-Fin*, 3(3 SE-Articles), 285–298. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i3.411>
- Soetiyono, A., Kurnia, Y., & Kurnia, R. (2024). Pengaruh Penggunaan Chatbot dan Asisten Virtual terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian . *ECO-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1367–1381. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1169>
- Sugandha, Yoyo, T., Mubarak, M. Y., Wibowo, F. P., & Berlin. (2021). *URGENSI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin. 1*(November), 17–23.
- Suhendra, S. (2022). Peranan Struktur Modal, Net Financing, Profitabilitas dan Likuiditas pada Kualitas Laba Perusahaan Properti. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 5(1), 74–83. <https://doi.org/10.32627/aims.v5i1.445>
- Suhendra, S., Limajatini, L., & Samosir, D. K. B. (2021). The Effect of Derivative Transactions on the Value Relevance of Earnings through Corporate Earnings Management in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 4(3), 7062. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/2547>
- Suhendra, S., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2022). Derivative on the Value Relevance Through Tax Avoidance and Earnings Control. *Linguistics and Culture Review*, 6, 510–529. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns1.2085>
- Susanti, M., Limajatini, L., & Anggraeni, R. R. D. (2022). Pengaruh Debt to Aset Ratio, Return on Aset dan Total Aset Turn Over Terhadap Financial Distress (Studi Empire Pada Perusahaan Sub-Industri Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2020). *ECO-Buss*, 5(2 SE-Articles), 700–710. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.588>
- Susanto, V. I., & Alexander, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood di Kota Tangerang. *Nikamabi*, 2(2), 42–52. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i2.2583>
- Susanto, X. M. (2024). The Effect of Positive Thinking Skills and Innovative Behaviour on Performance and its Impact on Employee Loyalty. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 116–132. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2771>
- Sutandi, S., Wibowo, S., Sutisna, N., Fung, T. S., & Januardi, L. (2021). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar (Kurs) Rupiah Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Ihsg) Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2016 -2020. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 78–90. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.891>
- Sutisna, N. (2020a). Pengaruh Penerapan Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014- 2018. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1), 1–16.
- Sutisna, N. (2020b). Pengaruh Penerapan Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(1 SE-Articles), 66–81. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.373>
- Sutisna, N., & Sutrisna. (2023). Implementasikan Sistem Informasi dalam Mendukung Perilaku Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 2(1), 20–30. <https://doi.org/10.33050/mentari.v2i1.343>
- Sutrisna, B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN: 2461-0593*, 5(3), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576>
- Suardi, S., & Yanti Puspa. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Mega Central Finance (Mcf) Cabang Karawaci Tangerang. *Nikamabi*, 2(2), 30–36. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i2.2581>
- Tannia, R., Rini, Y., & Yuliadi, E. (2021). Pengaruh Independensi, Akuntabilitas, Due Professional Care, dan Time Budget Pressure Terhadap Kualitas Audit. *ECO-Fin*, 3(1 SE-Articles), 203–212. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i1.401>
- Tarunay, O. I., Yudha Sapta Pratama, & Evien. (2024). The Effect of Product Diversification and Brand Equity on Purchase Decisions With Promotion Strategy as a Moderator . *ECO-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1382–1394. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1170>
- Tintje Beby, Ratri Widiyanti, & Sanjaya, S. (2024). Konsultan Pajak, Prespektif Gender Dan Analisis Bibliometrik Atas Pemilihan Karier Dan Keterlibatan Perempuan Di Industri Keuangan. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 16(1 SE-Articles), 45–59. <https://doi.org/10.31253/aktek.v16i1.2785>

- Trida, T., Yoyo, T., Sutisna, N., & Silaban, B. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Perubahan Labapada Pt. Unilever Indonesia, Tbk. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(1 SE-Articles), 77–84. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i1.706>
- Triwibowo, T. S., & Sutisna, N. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi, serta Keselamatan dan Kesehatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Mitra Bangun Cemerlang. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Warongan, B. U. C., Dotulong, L. O. H., & Lumintang, G. G. (2022). Effect of Work Environment and Work Stress on Employee Performance at PT Jordan Bakery Tomohon. *Lumintang 963 Jurnal EMBA*, 10(1), 963–972.
- Wibowo, S., Sutandi, Limajatini, & Komarudin, H. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Capital Intensity terhadap Tax Avoidance dengan Variabel Opinion Shoothing Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Akuntknologi : Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 13(1), 1–12.
- Wicaksono, B. B., Audinasari, R., & Mindayani, R. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Disrupsi: Suatu Tinjauan dalam Perspektif Ekonomi Makro. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(3 SE-Articles), 160–173. <https://doi.org/10.23969/jrie.v3i3.71>
- Wilyanto. (2022). Pengaruh Minat, Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Organik MD Pada PT. Wahana Mutiara Agromedica. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(2), 5–24.
- Winata, S., Kusnawan, A., Limajatini, L., & Hernawan, E. (2020). Ethical Decision Making Based On The Literature Review Of Ford & Richardson 1962 - 1993. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(1 SE-Articles), 1–8. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i1.286>
- Winata, S., Selfiyani, S., Suhendra, S., & Samara, A. (2023). Pengaruh Current Ratio, Return On Assets, dan Total Assets Turnover Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. *ECo-Buss*, 5(3), 1058–1069. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.596>
- Wulandari, A. S., & Limajatini, L. (2022). The Effect of Modernization of Tax Administration System, Fiscus Services, Understanding Tax Regulations and Tax Sanctions on The Compliance of Personal Taxpayers (Case Study on Employees of PT Arjuna Maha Sentosa). *Nikamabi*, 1(1), 30–46. <https://doi.org/10.31253/ni.v1i1.1190>
- Yaputra, A., & Yoyo, T. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja, Komunikasi Dalam Bekerja, Dan Tekanan Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Infotama Teknologi Indonesia. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/2028%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/download/2028/1305>
- Yehezkiel, R., & Gultom, J. B. (2024). Pengaruh Intensitas Modal , Pertumbuhan Penjualan , Leverage , dan Ukuran Perusahaan terhadap Tax Avoidance dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–12.
- Yehuda, M., Manuel, A., & Imanuel, F. (2024). The Effect of Job Pressure and Task Complexity on Performance with Resilience Ability as Moderator. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(3 SE-Articles), 37–51. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i3.2778>
- Yoyo, T. (2021). Literature Review on A Nation Competitiveness. *ECo-Buss*, 75(17), 399–405.
- Yoyo, T., & Anugrah, M. (2021). Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan di PT . CLC Niaga Indonesia. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 184–196. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/718>
- Yoyo, T., Hanitha, V., & Hendra, H. (2023). Developing The Competitiveness Model of The Palm Oil-Based Fatty Acid and Fatty Alcohol Industry in Indonesia Using Porter’s Diamond Cluster Competitiveness Model. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(1 SE-Articles), 13–23. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i1.1537>
- Yoyo, T., & Listen, G. (2020). The Effect Of Promotion, Price, And Quality Of Service In Decision Making Using Online Transportation. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 152–160. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/535>
- Yoyo, T., Nana Sutisna, & Sutantio. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja, Beban Kerja, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Magang di BCA BSD (Studi Kasus: Wisma BCA BSD). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1 SE-Articles), 45–51. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2662>
- Yoyo, T., Sutisna, N., & Silaban, B. (2019). Analysis of Store Location and Atmosphere the Effect on Consumer Purchase Interest at Centro Department Store . *ECo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 144–149. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/540>
- Yuniastri, N. P. A., Endiana, I. D. M., & ... (2021). ... , Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai

Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *KARMA (Karya Riset ...)*, 1(1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/view/1615%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/download/1615/1299>

Z.Dhea, N. Ari, Andy, S. (2020). Analysis Of Company Performance Effect On Share Price Study On Construction Sub Sector Companies Registered In Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 18. No. 1 (2020)*, 1, 1–9. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/294/178>

ЦМАКП. (2024). *Тетрадь №12. Спецсюжет . Обеспеченность Экономики Кадрами: О Важнейших Структурных Дисбалансах 1. 4*, 1–21.