

Perbandingan Minat Beli Konsumen Antara Indomaret Dengan MM Acing Jaya Di Kota Pangkal Pinang

Darman Saputra¹, Vara Amelia², Septia Alchoiroh³, Zelika Putri Restanti⁴

1,2,3,4, Jurusan Manajemen, Universitas Bangka Belitung

Abstrak

The purpose of this study was to determine and analyze the comparison of consumer buying interest in shopping at the Indomaret and MM.Acing Jaya minimarkets in the city of Pangkalpinang. The population of this research is the people in the city of Pangkalpinang and the sampling technique used is Accidental Sampling. This study uses a sample of people who have shopped at the Indomaret and MM.Acing Jaya minimarkets, totaling 100 respondents with the provisions of 50 Indomaret respondents and 50 MM.Acing Jaya respondents. The data analysis method used in this research is normality test, validity test and reliability test and independent test. The results of this study indicate that the most dominant or high consumer buying interest is consumer buying interest at the MM.Acing Jaya minimarket. The result of the difference is indicated by the probability value (sig-t) of 0.000 which is below the significance level with the parameter $0.028 < 0.05$. So in other words, there is a comparison of buying interest between Indomaret consumers and MM. Foreign Jaya. The price variable for MM.Acing Jaya's products is superior with a value of 19.10 while Indomaret only gets a score of 18.50. The service quality variable MM.Acing Jaya excels with a score of 20.08 while Indomaret only gets a score of 19.92. The purchasing decision variable MM.Acing Jaya excels with a score of 18.16 while Indomaret only gets a score of 16.08. In the buying interest variable, MM.Acing Jaya excels with a score of 18.24 while Indomaret only gets a score of 16.44. Overall, MM.Acing Jaya excels in consumer buying interest on product prices, service quality and purchasing decisions with an average of 18.90 compared to Indomaret which only has an average of 17.44. Thus the hypothesis which states that there are differences in buying interest in product prices, service quality and purchasing decisions at the Indomaret minimarket and MM.Acing jaya minimarket is accepted.

Keywords: Comparison, Buying Interest, Indomaret, MM.Acing Jaya

Copyright (c) 2022 Darman Saputra

✉ Corresponding author :

Email Address : darman34@gmail.com

PENDAHULUAN

Saat ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasannya kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya

lebih murah, penyerahan produk lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya. Salah satu pasar tempat berbelanja yang berbasis modern yaitu pembangunan mini market yang ada dimana-mana, terlebih lagi bagian kota Pangkal Pinang. (Parasuraman, et al., Tjiptono, Fandy. 2014) Indomaret dan MM Acing Jaya salah satu mini market yang keberadaannya cukup dikenal oleh kalangan masyarakat kepulauan Bangka Belitung terutama di kota Pangkal Pinang, yang banyak menyediakan kebutuhan masyarakat dan tentunya dengan fasilitas berbelanja yang nyaman serta penawaran harga yang terjangkau. Indomaret awalnya berdiri pada tahun 1998, berawal dari pemikiran untuk mempermudah dalam penyediaan akan kebutuhan pokok di masyarakat khususnya di kota Pangkal Pinang yang dijual secara eceran. Selain itu, dari pihak kompetitornya MM Acing Jaya berdiri pada tanggal 13 Oktober 2014 usaha ritel ini berusaha menciptakan keunggulan yang mampu menandingi para pesaingnya.

Catatan Business Watch Indonesia menunjukkan bahwa perkembangan ritel modern di Indonesia sejak tahun 2000 semakin pesat terutama setelah masuknya peritel asing (Satwika 2012). Maka dari itu, dengan sengaja membentuk identitasnya sendiri dan kemudian bersatu dengan kelompok yang selaras dengannya. Pujiyanto (2013) berpendapat bahwa pertumbuhan ritel saat ini di Indonesia meningkat 11 persen, pertumbuhan yang sangat baik tersebut tetapi dipengaruhi inflasi dan daya beli masyarakat.

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen yang berbelanja di Indomaret dan MM. Acing Jaya yang ada di kota Pangkalpinang, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga. Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan jumlahnya batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, sampel responden adalah konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret dan MM Acing Jaya Kota Pangkalpinang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Mengingat data populasi tidak diketahui secara pasti ukuran sampel jumlah responden ditentukan dengan rumus lemeshow dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 Pq}{E^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel sampel atau nesaran sampel

P = Nilai esrtimasi dari proporsi, maksimal estimasi 0,5

q = $1 - P$

E = Presisi (Ditetapkan 10% dengan kepercayaan 95%) = 0,1

Z = Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,01)^2} = 96,04$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalahh 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Alat Penelitian

Sumber Data

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa sumber data yang dapat menjadi acuan peneliti adalah:

1) Data primer

Data primer adalah data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Data primer pada penelitian diperoleh peneliti dengan cara melakukan penyebaran kuisisioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner ini bersifat tertutup karena didalamnya sudah terdapat pilihan jawaban dan skala pengukuran menggunakan skala Likert yaitu :

JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh peneliti melalui berbagai literatur, buku, jurnal yang relevan, dan lain sebagainya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling startegis dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuisisioner untuk mencari data langsung dari anggota yang diambil sebagai sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Karakteristik Konsumen

Karakteristik Responden Indomaret Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	12	24%
Perempuan	38	76%
Total	50	100%

Sumber data diolah tahun 2022

Dari tabel 1 dapat disimpulkan dari 50 responden Indomaret yang menjadi sampel, konsumen yang berjenis kelamin perempuan sebesar 38 orang atau 76% lebih banyak dibandingkan konsumen laki-laki sebesar 12 orang atau 24

Karakteristik Responden MM.Acing Jaya Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	18	36%
Perempuan	32	64%
Total	50	100%

Sumber data diolah, 2022

Dari tabel 2 dapat disimpulkan dari 50 responden MM.Acing Jaya yang menjadi sampel, konsumen yang berjenis kelamin perempuan sebesar 32 orang atau 64% lebih banyak dibandingkan konsumen laki-laki sebesar 18 orang atau 36%

Tabel 2 Karakteristik Responden Indomaret Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-25 tahun	45	90%
26-35 tahun	3	6%
36-45 tahun	2	4%

Total	50	100%
-------	----	------

Sumber data diolah, 2022

Dari tabel 4.3.1.3 dapat disimpulkan dari 50 responden Indomaret yang menjadi sampel, konsumen yang paling banyak berbelanja di Indomaret adalah konsumen yang berusia 17-25 tahun yaitu berjumlah 45 orang atau 90% ,kemudian konsumen yang berusia 26-35 tahun berjumlah 3 orang atau 6% dan yang terakhir konsumen yang berusia 36-45 tahun berjumlah 2 orang atau 4%.

Karakteristik Responden MM.Acing Jaya Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-25 tahun	37	74%
26-35 tahun	11	22%
46-55 tahun	2	4%
Total	50	100%

Sumber data diolah, 2022

Dari tabel 4 dapat disimpulkan dari 50 responden MM.Acing Jaya yang menjadi sampel, konsumen yang paling banyak berbelanja di MM.Acing Jaya adalah konsumen yang berusia 17-25 tahun yaitu berjumlah 37 orang atau 74% ,kemudian konsumen yang berusia 26-35 tahun berjumlah 11 orang atau 22% dan yang terakhir konsumen yang berusia 46-55 tahun berjumlah 2 orang atau 4%.

Karakteristik Responden Indomaret Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi	32	64%
Tidak Bekerja	5	10%
Ibu Rumah Tangga	4	8%
Guru	3	6%
TNI/Polri	2	4%
Freelancer	1	2%
Karyawan Swasta	1	2%

Wiraswasta	1	2%
Honorar	1	2%
Total	50	100%

Sumber data diolah, 2022

Dari tabel 5 dapat disimpulkan dari 50 responden Indomaret yang menjadi sampel, konsumen yang paling banyak berbelanja di Indomaret adalah Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi yaitu berjumlah 32 orang atau 64% , kemudian yang tidak bekerja berjumlah 5 orang atau 10%, Ibu Rumah Tangga (IRT) berjumlah 4 orang atau 8% , Guru 3 orang atau 6%, TNI/Polri berjumlah 2 orang atau 4%, Freelancer berjumlah 1 orang atau 2%, Karyawan Swasta berjumlah 1 orang atau 2%, Wiraswasta berjumlah 1 orang atau 2% dan yang terakhir Honorar berjumlah 1 orang atau 2%.

Karakteristik Responden MM.Acing Jaya Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi	26	52%
Karyawan Swasta	9	18%
Wiraswasta	5	10%
Ibu Rumah Tangga	3	6%
TNI/Polri	2	4%
Tidak Bekerja	2	4%
Freelancer	1	2%
Honorar	1	2%
Buruh	1	2%
Total	50	100%

Sumber data diolah, 2022

Dari tabel .6 dapat disimpulkan dari 50 responden MM.Acing Jaya yang menjadi sampel, konsumen yang paling banyak berbelanja di MM.Acing Jaya adalah Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi yaitu berjumlah 26 orang atau 52% , kemudian Karyawan Swasta berjumlah 9 orang atau 18%, Wiraswasta berjumlah 5 orang atau 10%, Ibu Rumah Tangga berjumlah 3 orang atau 6%, TNI/Polri berjumlah 2 orang atau 4%,

Tidak Bekerja berjumlah 2 orang atau 4%, Freelancer 1 orang atau 2%, Honorer berjumlah 1 orang atau 2%. dan yang terakhir Buruh 1 orang atau 2%.

Uji Normalitas Data

Uji Normalitas Indomaret dan MM.Acing Jaya

Minimarket	Kolmogorov-Smirnov		
	Statistic	Df	Sig.
Indomaret	0,074	50	0,200
MM.Acing Jaya	0,091	50	0,200

Sumber data diolah, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel Indomaret sebesar 0,200 dan MM. Acing Jaya sebesar 0,200 . Kedua minimarkert ini memiliki nilai signifikasi > dari pada alpha 5% (0,05), hal ini menunjukkan bahwa kedua distribusi data dinyatakan normal.

Hasil Perbandingan Minat Beli Konsumen

Hasil Perbandingan Minat Beli Konsumen dan MM.Acing Jaya

Keterangan	Indomaret	MM. Acing Jaya
Harga Produk	18,50	19,10
Kualitas Pelayanan	19,92	20,08
Keputusan Pembelian	16,08	18,16
Minat Beli	16,44	18,24
Mean	17,74	18,90

Sumber data diolah, 2022

Dari data diatas dapat diketahui bahwa variabel harga produk MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 19,10 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 18,50. Dalam variabel kualitas pelayanan MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 20,08 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 19,92. Dalam variabel keputusan pembelian harga produk MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 18,16 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 16,08. Dalam variabel minat beli MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 18,24 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 16,44. Secara keseluruhan MM. Acing Jaya unggul atas harga produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian dan minat beli dengan mean 18,90 dibandingkan dengan Indomaret yang memiliki mean 17,74.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif rata-rata harga produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada Indomaret dan MM. Acing Jaya secara keseluruhan menunjukkan MM. Acing Jaya “lebih unggul” dibandingkan dengan Indomaret. Dilihat dari data tersebut menunjukkan bahwa variabel harga produk MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 19,10 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 18,50. Dalam variabel kualitas pelayanan MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 20,08 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 19,92. Dalam variabel keputusan pembelian harga produk MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 18,16 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 16,08. Dan dalam variabel minat beli MM. Acing Jaya lebih unggul dengan nilai 18,24 sedangkan Indomaret hanya memperoleh nilai 16,44. Secara keseluruhan MM. Acing Jaya unggul atas harga produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian dan minat beli dengan mean 18,90 dibandingkan dengan Indomaret yang memiliki mean 17,74. Dari Analisis uji independent sampel T-Test ini dapat melihat perbandingan rata-rata minat beli konsumen antara Indomaret MM. Acing Jaya. Dan dari hasil analisis ini dapat diketahui bahwa kedua kelompok tersebut tidak memiliki rata-rata minat beli yang sama. Secara parsial ditemukan perbedaan antara minat beli konsumen Indomaret dan MM. Acing Jaya. Dan dari hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa kedua kelompok tersebut tidak memiliki rata-rata minat beli yang sama. Karena nilai t hitung yaitu $(-2,226) > t$ tabel $(50:0,025)$ yaitu sebesar 2,009 atau yang dapat dilihat juga dari nilai sig (2-tailed/two sided p) yaitu $0,028 < 0,05$. Maka dengan kata lain, terdapat perbandingan minat beli antara konsumen Indomaret dengan MM. Acing Jaya.

Referensi :

- Ali, Hasan. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Andika Heru, & Hati Wahyu Shinta. (2018). Perbandingan Kepuasan Antara Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*. Volume 6 No.2, 119-134 E-ISSN: 2548-9836. Retrieved From <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/article/view/651/640>
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM. *Jurnal Neo-Bis*, 8(2), 176-189. Doi: <http://dx.doi.org/10.21107/nbs.v8i2.472>
- Fadilah, J. (2017). Efektivitas Iklan Cetak Hydro Coco Dengan Menggunakan Metode Direct Rating Method (Survei Pada Remaja Di Gor Veldrome Rawamangun). *Jurnal Komunikasi*, 8(2). 112-120. Doi: <https://doi.org/10.31294/jkom.v8i2.310>
- Heru Andika Dan Shinta Wahyu Hati (2020) Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di kota Batam.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan Cetak Ke Empat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. (2014). *Principles Of Marketing. 15th Edition*, Harlow, Pearson Education.

- Mardalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen*, 2(1), 99-114. Retrieved From Http://Http://Jurnal.Unsyiah.Ac.Id/JMM/Article/View/10325
- Morissan, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Cetakan Keempat*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Ni Luh Nurkariani (2019) Analisis Perbandingan Ritel Modern Dan Ritel Tradisional Di Kecamatan Buleleng Dengan Konsep Marketing Mix4p Product, Price, Place, Physicevidence.
- Prakoso, A., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Social Media Advertising Terhadap Word Of Mouth Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Surveipada Konsumen Cafe Mochimaco Malang Yang Menggunakan Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41(1), 25-31. Retrieved From [Http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/1629](http://Http://Http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/1629)
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA
- Hasbi, H., Mulyadi, A., Mustari, M., & Ilyas, G. B. (2021). PENGARUH KOMPETENSI PEDAGOGIK, DISIPLIN KERJA, DAN KONDISI LINGKUNGAN SEKOLAH TERHADAP KINERJA GURU SMA NEGERI 1 SOPPENG. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(1).
- Tamsah, H., Ilyas, G., Nur, Y., Yusriadi, Y., & Asrifan, A. (2021). Uncontrolled consumption and life quality of low-income families: A study of three major tribes in south Sulawesi. *Management Science Letters*, 11(4), 1171-1174.
- YASIN, S. N., Ilyas, G. B., FATTAH, M. N., & PARENDEAN, A. (2021). PENGARUH PENGALAMAN KERJA, PENDIDIKAN DAN PELATIHAN (DIKLAT) DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN SOPPENG. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(1).
- Ahral, A., Ilyas, G. B., & Mulat, T. C. (2019). Pengaruh Kualitas Penyuluh Dan Pendidikan Terhadap Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Melalui Pemahaman Masyarakat Di Wilayah Kerja Puskesmas Caile Kabupaten Bulukumba. *YUME: Journal of Management*, 2(3).
- Firman, A., Mustapa, Z., Ilyas, G. B., & Putra, A. H. P. K. (2020). Relationship Of TQM On Managerial Performance: Evidence From Property Sector in Indonesia.
- Tamsah, H., Ilyas, G. B., Nur, Y., & Farida, U. (2019). The resilience of poor families and their effects on Poverty: A grounded research approach. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 21(6), 1-5.
- ISNAINI, D. B. J., DANILWAN, Y., MANSUR, D. M., ILYAS, G. B., MURTINI, S., & TAUFAN, M. Y. (2021). Perceived Distribution Quality Awareness, Organizational Culture, TQM on Quality Output. *Journal of Distribution Science*, 19(12), 1-14.
- Kadir, S., Tamsah, H., & Ilyas, G. B. (2018). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Maraja Tour Plan. *Jurnal Mirai Management*, 3(2), 1-17.
- Muchzen, M., Tamsah, H., & Ilyas, G. B. (2019). Pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja Melalui Motivasi dan Disiplin Kerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Pelabuhan Garongkong Kabupaten Barru. *YUME: Journal of Management*, 2(1).
- Al Munawwarah, R., & Ilyas, G. B. (2022). Analisis Kompetensi Guru dan Sarana Prasarana terhadap Prestasi Belajar Siswa. *YUME: Journal of Management*, 4(3).

- Asna, F., Kadir, I., & Ilyas, G. B. (2018). PENGARUH PENGETAHUAN, PRILAKU, DAN PARTISIPASI TERHADAP PROGRAM STOP BUANG AIR BESAR SEMBARANGAN (BABS) DI DESA BOJO KECAMATAN MALLUSETASI KABUPATEN BARRU. *YUME: Journal of Management*, 1(3).
- Suyatna, I., Riadi, R. I., Feriyanto, I. J., Gunawan, B. I., Sasono, R. R., & Rafii, A. (2019, November). Determination of water quality condition from water samples around location of ship to ship transfer of coal in Balikpapan, East Kalimantan, Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 348, No. 1, p. 012067). IOP Publishing.
- Darwis, D., Tamsah, H., & Ilyas, G. B. (2019). PENGARUH KOMPETENSI DAN SARANA PRASARANA TERHADAP KINERJA DOSEN MELALUI PROSES PEMBELAJARAN DI AKADEMI ILMU PELAYARAN AIPI MAKASSAR. *YUME: Journal of Management*, 2(1).
- Zulkifli, A. A., Pananrangi, R., & Ilyas, G. B. (2019). ANALISIS PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN PELATIHAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR. *YUME: Journal of Management*, 2(1).
- Gunawan, B. I. (2019, February). Socioeconomic and institutional factors affecting the sustainable development for fisheries in Bontang City, Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 236, No. 1, p. 012133). IOP Publishing.
- Gunawan, B. I. (2016). PENGARUH PROFESIONALISME, KREDIBILITAS, RESPONSIF, DAN TIM WORK TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN CATATAN SIPIL KABUPATEN GOWA. *Jurnal Mirai Management*, 1(1), 50-75.
- Muzakir, M., & Gunawan, B. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Keperawatan, Fasilitas Dan Minat Terhadap Kepuasan Pasien Di Ruang Rawat Inap RSUD Wisata Uit Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 2(1), 30-44.
- Anis, A. L., Ilyas, G. B., & Kadir, I. (2018). Pengaruh Aplikasi Sistem Manajemen Informasi Objek Pajak, Motivasi Kerja dan Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja Aparatur Pajak di Kantor BPKD Kabupaten Soppeng. *Jurnal Mirai Management*, 3(1), 48-65.
- Ermis, E., Ilyas, G. B., & Tasmin, H. (2018). Pengaruh Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah, Kompetensi Sumberdaya Manusia dan Sarana Prasarana terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Dinas Sosial Kabupaten Bantaeng. *YUME: Journal of Management*, 1(2).
- Jumhariyani, J., Ilyas, G. B., & Munir, A. R. (2018). Persepsi Kualitas Jasa Layanan Perizinan terhadap Inovasi pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Mirai Management*, 3(1), 266-288.
- Rasyid, A. E., Ilyas, G. B., & Azis, M. (2018). Analisis Kompetensi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Melalui Kualitas Kerja Pegawai Se-Kecamatan Manggala Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 1(3).
- Surasdiman, S., Ilyas, G. B., & Azis, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Batu-Batu Kabupaten Soppeng. *YUME: Journal of Management*, 2(1).
- Hatta, M., Tamsah, H., & Ilyas, G. B. (2019). Pengaruh Kemampuan dan Sikap terhadap Kinerja Guru Melalui Motivasi Kerja di Madrasah Aliyah Kabupaten Maros. *Jurnal Mirai Management*, 4(1), 1-16.
- Munir, A. R., Maming, J., Kadir, N., Ilyas, G. B., & Bon, A. T. (2019). Measuring the effect of entrepreneurial competence and social media marketing on small medium enterprises' competitive advantage: a structural equation modeling approach. In *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. <https://www.researchgate.net/publication/335840479>.

- Kule, Y., Ilyas, G. B., & Tamsah, H. (2018). Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Dosen Pada Amik Luwuk Banggai. *Jurnal Mirai Management*, 3(1), 221-239.
- Imron, A., Tamsah, H., & Ilyas, G. B. (2018). Pengaruh Disiplin Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Melalui Kemampuan Kerja Pegawai Kantor Unit Penyelenggara Pelabuhan Garongkong Kabupaten Barru. *YUME: Journal of Management*, 1(3).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto,Dwi. (2014).*Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sukardi. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Vonnie Ashari Dan Sonata Christian (2020) Perbandingan Keputusan Pembelian Di CV. Sinar Makmur Dan UD. Sea Mart Dalam Hal Harga, Promosi, Kualitas, Layanan, Dan Bangunan Fisik.
- Wanti, S., Taufiqurrahman, & Rahayu, D. D. (2014). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Spartan Gym Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Fekom*, 1(2), 1-15. Retrieved From [Http://](http://Jom.Unri.Ac.Id/Index.Php/JOMFEKON/Article/View/5421)
[Http://Jom.Unri.Ac.Id/Index.Php/JOMFEKON/Article/View/5421](http://Jom.Unri.Ac.Id/Index.Php/JOMFEKON/Article/View/5421)