

PENGARUH PERMINTAAN KEBIJAKAN *TAX HOLIDAY* 50 TAHUN OLEH PERUSAHAAN APPLE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK APPLE

Oleh:

Safira Fitri Pratiwi¹

Vivin Nirmala Sari²

Universitas Negeri Surabaya

Alamat: Jl. Lidah Wetan, Lidah Wetan, Kec. Lakarsantri, Surabaya, Jawa Timur
(60213).

Korespondensi Penulis: safira.23124@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *This study analyzes the influence of the 50-year tax holiday policy proposed by Apple Inc. on the interest in purchasing Apple products in Indonesia. The policy is designed to provide significant tax relief, which is expected to strengthen Apple's business strategy, such as lowering product prices, increasing investment in technology development, and optimizing marketing strategies. However, this policy has triggered various controversies, especially related to fiscal justice and its impact on domestic market competition.*

With a quantitative approach, research data was obtained through a survey of 100 respondents who are users and enthusiasts of Apple products. The analysis aims to evaluate how the fiscal policy affects consumers' perception of product value, price competitiveness, and the company's brand image. The results of the regression analysis show that the tax holiday policy has a positive and significant influence on consumer interest in buying Apple products. These findings indicate that long-term fiscal strategies designed by multinational companies not only contribute to increasing competitiveness, but are also able to build consumer loyalty. This study provides important insights for stakeholders regarding the implications of fiscal policy in shaping market preferences, especially in developing countries.

PENGARUH PERMINTAAN KEBIJAKAN *TAX HOLIDAY* 50 TAHUN OLEH PERUSAHAAN APPLE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK APPLE

Keywords: *Tax Holiday, Corporate Image, Purchasing Interest, Fiscal Policy, Consumer.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis pengaruh kebijakan *tax holiday* selama 50 tahun yang diajukan oleh Apple Inc. terhadap minat pembelian produk Apple di Indonesia. Kebijakan tersebut dirancang untuk memberikan keringanan pajak yang signifikan, yang diharapkan dapat memperkuat strategi bisnis Apple, seperti penurunan harga produk, peningkatan investasi dalam pengembangan teknologi, serta optimalisasi strategi pemasaran. Meski demikian, kebijakan ini memicu berbagai kontroversi, khususnya terkait keadilan fiskal dan dampaknya terhadap persaingan pasar domestik.

Dengan pendekatan kuantitatif, data penelitian diperoleh melalui survei terhadap 100 responden yang merupakan pengguna maupun peminat produk Apple. Analisis bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana kebijakan fiskal tersebut memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk, daya saing harga, dan citra merek perusahaan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kebijakan *tax holiday* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam membeli produk Apple. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi fiskal yang dirancang secara jangka panjang oleh perusahaan multinasional tidak hanya berkontribusi pada peningkatan daya saing, tetapi juga mampu membangun loyalitas konsumen. Studi ini memberikan wawasan penting bagi para pemangku kepentingan terkait implikasi kebijakan fiskal dalam membentuk preferensi pasar, khususnya di negara berkembang. Meskipun kontroversi terkait tanggung jawab sosial perusahaan tetap menjadi perhatian. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang hubungan antara kebijakan fiskal dan perilaku konsumen, serta memberikan rekomendasi bagi pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi insentif yang adil dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Tax Holiday, Citra Perusahaan, Minat Pembelian, Kebijakan Fiskal, Konsumen.*

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan dinamika ekonomi yang semakin kompetitif, negara-negara berkembang menghadapi tantangan besar dalam menumbuhkan perekonomian

mereka. Salah satu cara yang diupayakan adalah dengan menarik investasi asing. Indonesia, dengan potensi pasar yang besar dan sumber daya alam yang melimpah, terus berupaya menjadi destinasi menarik bagi investasi asing. Salah satu strategi yang sering diusulkan dan diaplikasikan adalah kebijakan *tax holiday*, kebijakan ini memberikan pembebasan pajak bagi perusahaan asing untuk periode tertentu dalam rangka menarik investasi tersebut. Dalam penelitian-penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa memang *Tax Holiday* memiliki pengaruh positif dalam peningkatan investasi asing di Indonesia, hal ini dikemukakan oleh Benyamin Melatnebar (2021) menyebutkan bahwa berbagai sumber daya pajak terlalu banyak diperlukan untuk menarik investasi, khususnya investasi asing, karena kapasitas pengusaha negara sangat kecil. Di luar *tax holiday*, sulit untuk menyerap investor datang.

Pada 2024, salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia, Apple Inc., mengajukan permohonan *tax holiday* selama 50 tahun kepada pemerintah Indonesia. Permintaan ini memicu perdebatan di kalangan ekonom, pemerintah, dan masyarakat mengenai dampaknya terhadap ekonomi lokal dan minat pembelian terhadap produk Apple. Di satu sisi, kebijakan ini diharapkan dapat mendorong investasi signifikan dari

Apple, yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat infrastruktur teknologi di Indonesia. Di sisi lain, ada kekhawatiran bahwa *tax holiday* yang terlalu panjang akan merugikan pendapatan negara dan mengabaikan persaingan yang sehat bagi bisnis lokal.

Kebijakan Apple untuk meminta *Tax Holiday* selama 50 tahun yang menimbulkan kontroversi tentu akan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Hal tersebut tentu akan berdampak pada loyalitas pengguna produk Apple. Achmad Fauzi (2022) pada penelitiannya menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Ketika sebuah perusahaan besar seperti Apple meminta keringanan pajak yang signifikan, hal ini dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap merek tersebut. Pengguna mungkin mempertanyakan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan, yang berpotensi mengurangi loyalitas mereka terhadap produk-produk perusahaan.

Namun demikian, ada celah dalam penelitian yang ada terkait dampak permintaan kebijakan *tax holiday* jangka panjang oleh perusahaan teknologi terhadap minat pembelian terhadap produk mereka. Belum ada studi yang secara khusus menelaah

PENGARUH PERMINTAAN KEBIJAKAN *TAX HOLIDAY* 50 TAHUN OLEH PERUSAHAAN APPLE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK APPLE

bagaimana kebijakan fiskal yang diusulkan oleh perusahaan teknologi raksasa seperti Apple dapat mempengaruhi minat pembelian oleh masyarakat. Dalam konteks Indonesia, di mana pasar teknologi berkembang pesat dan pengguna produk Apple cukup signifikan, penelitian ini sangat relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan secara khusus menganalisis kasus Apple di Indonesia. Rumusan masalahnya adalah: bagaimana kebijakan pajak yang diusulkan oleh Apple dapat mempengaruhi citra perusahaan, dan bagaimana hal ini berdampak pada minat pembelian terhadap produk Apple di Indonesia? Penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan ini dengan menganalisis data kuantitatif dari berbagai sumber.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kebijakan fiskal yang diterapkan oleh perusahaan besar dan loyalitas pengguna produk mereka. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur mengenai kebijakan fiskal dan minat pembelian, tetapi juga dapat digunakan sebagai referensi bagi pembuat kebijakan dan perusahaan lain dalam merumuskan kebijakan insentif pajak yang lebih adil dan berkelanjutan.

Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi rekomendasi yang berharga bagi pemerintah Indonesia dalam mengevaluasi kebijakan insentif pajak di masa depan. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai dampak kebijakan pajak terhadap persepsi publik dan minat pembelian, pembuat kebijakan dapat merumuskan strategi yang tidak hanya menarik investasi asing, tetapi juga mempromosikan persaingan yang sehat dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Bagi Apple, dan perusahaan multinasional lainnya, temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pentingnya mempertimbangkan dampak jangka panjang dari kebijakan fiskal terhadap hubungan mereka dengan konsumen di pasar yang berkembang.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini mendasarkan kajian teoretisnya pada Teori Persepsi Konsumen, Teori Harga dan Teori Citra Merek. Dalam kerangka Teori Persepsi Konsumen, keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor persepsi harga, nilai, dan kualitas suatu

produk. Apabila perusahaan seperti Apple memperoleh *tax holiday* dalam jangka panjang, biaya operasional secara teoritis dapat ditekan, sehingga memungkinkan harga produk menjadi lebih kompetitif. Namun, dampaknya terhadap persepsi konsumen bergantung pada strategi perusahaan dalam mentransfer manfaat tersebut.

Teori Harga menjelaskan bahwa keterjangkauan harga berbanding lurus dengan minat pembelian. Apabila Apple mampu menerjemahkan keuntungan dari *tax holiday* ke dalam struktur harga produk, potensi peningkatan minat pembelian akan lebih signifikan. Faktor lain seperti loyalitas merek dan inovasi teknologi juga turut memengaruhi minat konsumen. Teori Citra Merek adalah teori yang menjelaskan bahwa citra merek merupakan persepsi dan keyakinan konsumen terhadap sebuah merek.

METODE PENELITIAN

Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengeksplorasi pengaruh permintaan kebijakan *tax holiday* 50 tahun oleh Apple Inc. terhadap minat pembelian produk Apple di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui survei yang dirancang khusus untuk mengukur persepsi dan tingkat minat pembelian konsumen terhadap produk Apple setelah munculnya isu kebijakan *tax holiday*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan kepada responden yang merupakan pengguna maupun peminat produk Apple.

Kuesioner tersebut terdiri dari beberapa bagian, termasuk pertanyaan demografis, tingkat penggunaan dan minat beli produk Apple, serta persepsi konsumen terhadap kebijakan *tax holiday* yang diusulkan oleh Apple. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas, kuesioner dirancang berdasarkan Skala Likert 5 poin, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur persepsi dan minat beli secara kuantitatif, serta mengidentifikasi korelasi antara variabel-variabel yang ada.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menilai kekuatan hubungan antara dua variabel dan untuk mengidentifikasi arah pengaruh

PENGARUH PERMINTAAN KEBIJAKAN *TAX HOLIDAY* 50 TAHUN OLEH PERUSAHAAN APPLE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK APPLE

antara variabel dependen dan variable independen. Hal ini selarah denga napa yang diuraikan oleh Sugiyono (2004:234), selanjutnya persamaan regresi linier sederhana dapat dinyatakan sebagai berikut (Kartika dan Kaihatu, 2010):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y : Mewakili variabel dependen, yang dalam hal ini adalah minat pembelian produk.
- a : Konstanta dari persamaan regresi.
- b : Koefisien regresi, yang menunjukkan dampak perubahan pada variabel independen.
- X : Mewakili variabel independen, khususnya masalah *Tax Holiday*

2. Tes Asumsi Klasik

- a. Uji normalitas dilakukan untuk menentukan dalam model regresi apakah variabel yang digunakan yakni variabel dependen, variabel independent, atau keduanya mendapatkan hasil distribusi normal.
- b. Uji linieritas dilakukan untuk menilai hubungan antara variabel dependen dan independen secara signifikan bersifat linier.

3. Pengujian Hipotesis

Tes hipotesis yang dilakukan adalah Uji Parsial (t-Test). Pengujian ini bertujuan mengevaluasi signifikansi pengaruh variabel independen (*Isu Tax Holiday*) terhadap variabel dependen (Minat Pembelian Produk). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai-t yang berasal dari perhitungan variabel independen dengan nilai t-tabel variabel dependen pada margin kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Variabel independen dikatakan memiliki efek yang signifikan terhadap variabel dependen, apabila nilai-t yang dihitung melebihi atau sama dengan nilai tabel-t.

Variabel Penelitian

- 1. Variabel independent yang disumsikan dalam penelitian ini yaitu :*Isu Tax Holiday* sebagai X.

2. Variabel dependent yang diasumsikan dalam penelitian ini yaitu : Minat Beli Produk sebagai Y.

Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dan peminat produk Apple di Indonesia. Mengingat luasnya cakupan populasi, penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dianggap mampu memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang paling tepat dan relevan dengan tujuan penelitian yang diharapkan.

Sampel penelitian terdiri dari 100 responden dengan penggunaan sampel yang beragam maka hal tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perilaku dan persepsi konsumen dengan latar belakang yang berbeda-beda terhadap kebijakan *tax holiday* yang diusulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian Validitas dan Reabilitas

1. Pengujian Validitas

Tabel 1.1

Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Sig	α (0,05)	Ket.
Isu Tax Holiday (X)	X1.1	0,756	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,755	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,611	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,608	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,546	0,000	0,05	Valid
Minat Beli Produk (Y)	Y1.1	0,791	0,000	0,05	Valid
	Y1.2	0,743	0,000	0,05	Valid
	Y1.3	0,699	0,000	0,05	Valid
	Y1.4	0,688	0,000	0,05	Valid
	Y1.5	0,536	0,000	0,05	Valid

**PENGARUH PERMINTAAN KEBIJAKAN *TAX HOLIDAY* 50
TAHUN OLEH PERUSAHAAN APPLE TERHADAP MINAT
PEMBELIAN PRODUK APPLE**

Y1.6	0,611	0,000	0,05	Valid
Y1.7	0,694	0,000	0,05	Valid
Y1.8	0,581	0,000	0,05	Valid
Y1.9	0,541	0,000	0,05	Valid
Y1.10	0,615	0,000	0,05	Valid
Y1.11	0,611	0,000	0,05	Valid
Y1.12	0,694	0,000	0,05	Valid
Y1.13	0,581	0,000	0,05	Valid
Y1.14	0,555	0,000	0,05	Valid
Y1.15	0,615	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diartikan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi (Sig) sebesar $< 0,05$. Dapat diasumsikan bahwa semua indikator valid dan sesuai untuk digunakan sebagai instrumen penelitian, yang berarti bahwa pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sesuai untuk mengukur variabel yang dianalisis dalam penelitian.

2. Pengujian Realibilitas

Tabel 1.2

Hasil Pengujian Realibilitas

Variabel	Nilai Hitung Alpha Cronbach	Keterangan
Isu <i>Tax Holiday</i> (X)	0,915	Realibel
Minat Beli Produk (Y)	0,644	Realibel

Berdasarkan tabel, semua variabel memiliki koefisien *Alfa Cronbach* lebih besar dari 0,60. Artinya item pengukuran dan kuesioner dapat diandalkan, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dipakai dalam penelitian konsisten dan dapat diandalkan.

Analisis Data

1. Tes Asumsi Klasik

Untuk menentukan apakah model memenuhi kriteria *BLUE* (*Best Linear Unbiased Estimator*), beberapa pengujian harus dilakukan, termasuk uji normalitas dan linearitas.

a. Uji Normalitas

Gambar 1.1

Hasil Pengujian Normalitas

NPar Tests

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30533466
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.049
Test Statistic		.060
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.

Berdasarkan hasil diatas, menunjukkan bahwa Nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 dimana $>0,50$ sehingga dapat diambil kesimpulan data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Gambar 1.2

Hasil Pengujian Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	67.735	26	2.605	1.572	.068
		Linearity	20.064	1	20.064	12.103	.001
		Deviation from Linearity	47.671	25	1.907	1.150	.314
Within Groups			121.015	73	1.658		
Total			188.750	99			

Berdasarkan hasil tersebut, didapat nilai Deviation from Linearity Sig (2-tailed) adalah 0,314 dimana $>0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa adanya suatu hubungan linear secara signifikan antara variable independent dengan variable dependen dalam penelitian ini.

PENGARUH PERMINTAAN KEBIJAKAN *TAX HOLIDAY* 50 TAHUN OLEH PERUSAHAAN APPLE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK APPLE

Pengujian Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh Isu *Tax Holiday* terhadap Minat Beli Produk Apple. Analisis ini dilakukan dengan memanfaatkan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) sebagai alat perhitungan. Perhitungan yang digunakan yaitu pada tingkat kepercayaan 95% dengan ambang batas signifikansi 0,05 ($\alpha = 0,05$).

Gambar 1.3

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.652	3.699		9.368	.000
	X	2.119	.447	.395	4.742	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana tersebut dapat diketahui adanya persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 34,652 + 2,119 * X$$

Koefisien persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut: koefisien regresi konstan 34.652 menunjukkan jika terdapat variabel Kepuasan Pelanggan nol atau tetap konstan, maka Minat Beli akan meningkat sebesar 34.652 unit. Sementara lain, koefisien variabel Kepuasan Pelanggan, senilai 2,119, menandakan bahwa untuk setiap peningkatan satu satuan Kepuasan Pelanggan, maka Minat Beli akan meningkat sebesar 2.119 unit.

Pengujian Hipotesis Uji t

Tabel 1.3

Hasil Uji T

Variabel Bebas	T	Signifikansi
X	4.742	0,000

Berdasarkan tabel yang dihasilkan dari pengolahan data yang telah dilakukan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*), hasil uji-t untuk variabel X menunjukkan nilai t yang dihitung (4,742) lebih besar dari nilai t-table, dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Oleh karena hal tersebut, hipotesis alternatif (H_1), yang menyatakan bahwa variabel X (Isu *Tax Holiday*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian pada Produk Apple, diterima. Disisi lain, hipotesis nol (H_0), didapatkan hasil bahwa Masalah *Tax Holiday* tidak memiliki efek parsial yang positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian pada Produk Apple, ditolak. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Masalah *Tax Holiday* berdampak positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Apple.

Pembahasan

Setelah menganalisis data, maka yang harus dilakukan selanjutnya adalah pembahasan hasil mengenai pengaruh isu *Tax Holiday* terhadap minat pembelian Produk Apple. Pengujian hipotesis menegaskan adanya pengaruh antara isu *Tax Holiday* dan minat beli. Hal ini terbukti dari hasil *output* SPSS menggunakan analisis regresi. Temuan menunjukkan bahwa isu *Tax Holiday* secara signifikan mempengaruhi minat pembelian produk, sehingga berujung pada kesimpulan bahwa isu *Tax Holiday* memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli produk Apple. Dengan adanya isu *Tax Holiday* yang diminta oleh perusahaan Apple ternyata tidak menjadi fokus utama dalam pembelian produk Apple, sehingga minat pembelian produk Apple cenderung positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengujian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil bahwa isu kebijakan *tax holiday* yang diajukan oleh Apple Inc. berdampak positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk mereka di Indonesia. Pengaruh ini terutama disebabkan oleh citra merek Apple yang kuat, meskipun terdapat kontroversi mengenai dampak sosial dari kebijakan tersebut.

Penelitian juga mengungkapkan bahwa meski *tax holiday* dapat meningkatkan daya saing harga, loyalitas konsumen tetap menjadi faktor kunci dalam mempertahankan minat pembelian.

PENGARUH PERMINTAAN KEBIJAKAN *TAX HOLIDAY* 50 TAHUN OLEH PERUSAHAAN APPLE TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK APPLE

Saran

Bagi Pemerintah: Perlu mengevaluasi dampak jangka panjang dari pemberian insentif pajak seperti *tax holiday*, terutama terhadap pendapatan negara dan keberlanjutan persaingan bisnis lokal. Strategi insentif harus dirancang untuk menarik investasi tanpa mengorbankan sektor ekonomi domestik.

Bagi Perusahaan: Apple disarankan untuk mempertimbangkan strategi komunikasi yang transparan dan bertanggung jawab dalam menghadapi kontroversi kebijakan fiskal. Pendekatan ini dapat meningkatkan citra merek dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Bagi Peneliti Selanjutnya: Diperlukan studi lanjutan untuk mengeksplorasi dampak kebijakan fiskal serupa di sektor teknologi lainnya dan menganalisis pengaruhnya terhadap berbagai segmen konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Ascarya. (n.d.). Macam-macam uji statistik. Diakses pada <https://ascarya.or.id/macam-macam-uji-statistik/?srsltid=AfmBOopvMgueS1gryfnjGQq2hmWo7LxMSvuqbHfez5vEnEOdYhO8zr>.
- Asri, R. A., & Hidayat, S. A. (2022). Analisis efisiensi pasar modal: Studi kasus pada indeks LQ45. *ATESTASI: Jurnal Akuntansi*, 3(1), 1–12. Diakses pada <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/ATESTASI/article/view/393>.
- DQLab. (n.d.). Pelajari jenis-jenis uji statistik parametrik sebelum melakukan penelitian. Diakses pada <https://dqlab.id/pelajari-jenis-jenis-uji-statistik-parametrik-sebelum-melakukan-penelitian>.
- Handayani, T., & Yulianti, R. (2021). Pengaruh pengelolaan keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Akunto*, 5(2), 150–160. Diakses pada <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/akunto/article/view/856>.
- Nuryadi, H., & Purnamasari, E. (2023). Pengaruh teknologi terhadap efisiensi bisnis UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Smart*, 6(2), 210–220. Diakses pada <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/1702>.

Pratama, A. P., & Dewi, R. S. (2020). Analisis portofolio saham menggunakan metode Markowitz. *Jurnal Prasini Cendekia*, 4(3), 250–260. Diakses pada <http://jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/view/91>.

Sukirno, S. (2015). *Teori Konsumen: Sebuah Pendekatan Mikroekonomi*. Diakses pada <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=Oa1eEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=teori+konsumen&ots=scyTzSxzhz&sig=I4ty5IIWFyxHdNqfN5blQ5T-Wuc>.